



Facultade de Ciencias Políticas e Sociais

Máster Universitario en Marketing,
Consultoría e Comunicación Política

Curso 2015-2016

O Compromiso 2.0 nos concellos galegos. Análise da xestión dos espazos en rede nos municipios de Galicia.

El Compromiso 2.0 en los ayuntamientos gallegos. Análisis de la gestión de los espacios en red en los municipios de Galicia.

The Commitment 2.0 on Galician councils. Analysis of the network spaces management in the municipalities of Galicia.

Alumno: Ángel Antonio Vizoso García

Titora: Berta García Orosa

Xullo de 2016

Índice

1. Introducción e obxecto de estudo.....	5
1.1 Presentación da investigación.	5
1.2 Secuencia da investigación.....	7
2. Obxectivos.....	9
2.1 Obxectivos xerais	9
2.2 Obxectivos específicos	9
3. Marco teórico.	10
3.1 Internet e a política.....	10
3.2 Internet e a administración pública.	13
3.3 Internet e participación cidadá	15
3.4 O uso da rede como vía de comunicación na administración pública galega.	19
3.5 Redes sociais e administración pública.....	21
3.6 A Web 2.0.	26
3.6.1 Orixe do termo.	26
3.6.2 Usos e aplicacións.	27
3.6.3 Potencialidade da Web 2.0 dentro da administración pública.....	29
3.7 Cara a un modelo de administración pública 2.0.	32
3.7.1 Que se entende por Compromiso 2.0?	32
3.7.2 Trazos da administración pública 2.0.....	35
3.8 Formulación da hipótese	36

4. Metodoloxía da investigación.	37
4.1 As páxinas web.....	37
4.2 As redes sociais	37
4.3 Casos salientables.....	38
5. Análise e interpretación dos resultados.	39
5.1 As páxinas web.....	39
5.1.1 Ferramentas de xeolocalización.	42
5.1.2 Espazos de contacto para a cidadanía.	47
5.1.3 Apartado de novas, actualidade ou outras comunicacións con actualización periódica.	51
5.1.4 Subscrición a contidos vía RSS ou mediante outras iniciativas.....	58
5.1.5 Web <i>responsive</i> con capacidade de adaptarse a todo tipo de dispositivos.....	62
5.1.6 Existencia dun espazo de transparencia e/ou de datos abertos á cidadanía.....	65
5.1.7 Posibilidade de realizar trámites e xestións en rede.....	74
5.1.8 Espazos adicados a contidos visuais.	80
5.1.9 Ligazón ás redes sociais do concello dentro da páxina web.	86
5.1.10 Comunicación vía correo electrónico.....	95
5.2 As redes sociais.	100
5.2.1 <i>Facebook</i>	100
5.2.1 <i>Twitter</i>	104
5.3 Casos salientables.....	108
5.3.1 Portal de transparencia do concello de Ponteareas.....	108

5.3.2 Aplicacións para dispositivos móbiles.	113
5.3.3 Enquisas dentro da páxina web.	116
5.3.4 Amoeiro TV e retransmisión en directo dos plenos do concello de Lalín.	118
6. Conclusións e revisión de hipóteses.	121
6.1 Revisión das hipóteses.	124
7. Bibliografía.	125
7.1.1 Libros.	125
7.1.2 Artigos e capítulos.	126
7.1.3 Recursos en liña.	127
8. Índice de táboas e gráficos.	129
8.1 Táboas	129
8.2 Gráficos	129
9. Anexos.	131
9.1 Contacto cos concellos.	131
9.2 Táboas de análise das páxinas web municipais.	144
9.3 Táboas de análise de <i>Facebook</i>	155
9.4 Táboas de análise de <i>Twitter</i>	163

1. Introducción e obxecto de estudo.

1.1 Presentación da investigación.

Internet é algo relativamente recente. Máis que a política e máis que a división administrativa dos cidadáns. Internet foi a solución aos problemas de conexión entre os diferentes centros e laboratorios da *Advanced Research Projects Agency* —máis coñecida como ARPA—, que na década de 1960 buscaban un xeito de comunicarse. Así xurdiu ARPANet, unha rede de computadoras conectadas nos Estados Unidos que foi evolucionando ata os nosos días. No tempo que vivimos xa non se conectan unha serie de grandes máquinas pertencentes aos grupos de investigación das mellores Universidades estadounidenses, senón que calquera persoa pode entrar a formar parte da rede de redes dende o seu ordenador portátil e mesmo dende o seu teléfono móbil.

A revolución tecnolóxica que estamos a vivir nos últimos anos é, sen dúbida, comparable ao que supuxo a industrial no seu tempo. O avance da tecnoloxía levounos a que estar fóra de Internet sexa o *rara avis* do noso tempo. Segundo datos do Observatorio Nacional das Telecomunicacións e a Sociedade da Información, no ano 2015 o 79% dos fogares españois contaban con conexión a Internet, unha cifra que medra ano tras ano. E é que hoxe en día existe unha grande oferta de operadores de telefonía capaces de prover este tipo de servizos ao tempo que mellorou a tecnoloxía polo que as conexións son máis veloces e fiables do que o eran fai, por exemplo, dez anos, cando Internet estaba implantado no 39,1% dos fogares. No que respecta á porcentaxe de usuarios que empregan Internet asistimos, novamente, a un crecemento constante de usuarios. Así, o Estudio Xeral de Medios elaborado pola Asociación para a Investigación de Medios de Comunicación recolle como en marzo do 2016 a porcentaxe de internautas habituais en España é do 76,1%, unha cifra que non deixou de medrar dende o 1% que se recollía en 1996, cando a conexión á rede era unha acción reservada aos profesionais de determinados sectores. Deste xeito e neste momento en España empregan Internet a diario arredor de 30,2 millóns de persoas.

En canto a Galicia, o Instituto Galego de Estatística deixou de ofrecer datos relativos ao uso de internet no ano 2014 mais, por aquel entón a nosa Comunidade contaba con 1.626.405 usuarios, o que supón unha porcentaxe do 62,3%. Por provincias, a que maior porcentaxe de usuarios presentaba era Pontevedra, cun 65,4%, seguida de A Coruña —64%—, Ourense —55,6%— e, en derradeiro lugar, Lugo, cunha porcentaxe de penetración do 54,2%. Estes datos lévannos a

falar irremediabilmente do fenómeno coñecido como “fenda dixital”. As xeracións máis novas medran xa ao abeiro das computadoras e os teléfonos intelixentes ao tempo que os máis maiores non conseguen incorporarse ás mesmas. A continuación, preséntase unha táboa —táboa 1— que dá boa conta desta fenda dixital en Galicia. Acudimos, novamente, ao Instituto Galego de Estatística que, como se adiantou anteriormente só ofreceu datos para esta categoría entre os anos 2012 e 2014:

Incidencia de Internet en Galicia (ano 2014)			
Idade	Homes	Mulleres	Total
De 5 a 14 anos	79,9%	84,3%	82,1%
De 15 a 24 anos	97,7%	98,2%	98%
De 25 a 34 anos	93,8%	96,2%	95%
De 35 a 44 anos	89,7%	90,6%	90,2%
De 45 a 54 anos	71,9%	68,6%	70,2%
De 55 a 64 anos	46,9%	41,8%	44,3%
Máis de 65 anos	16,3%	8,29%	11,7%

Táboa 1: elaboración propia a partires de *IGE. Enquisa estrutural a fogares* (ano 2014)

Como se pode observar na táboa, entre os máis novos atopamos porcentaxes de uso de Internet moi próximas ao 100%, mais tamén podemos comprobar como a medida que aumenta a idade baixa tamén o uso da rede —máis incluso no caso das mulleres, de tal forma que no sector máis maior, o daquelas persoas maiores de 65 anos, a porcentaxe de homes que empregan a rede case dobra á de mulleres—.

Tal e como demos conta, hai usuarios que están a quedar á marxe dos avances tecnolóxicos relativos á conectividade a través de Internet. Porén, todo tipo de colectivos e entidades tanto públicas como privadas levan a cabo o seu labor cada vez máis a través da rede de redes. E é que hoxe en día estendeuse a idea de que hai que estar en Internet, tanto para gañar visibilidade como para conectar co público ao que un se dirixe. Cara a esta última idea queremos dirixir esta investigación, co obxectivo amosar en que medida a actividade en rede dos concellos galegos está dirixida ao diálogo cos seus veciños e veciñas.

E é que, co avance dos anos e a incorporación de novas tecnoloxías, os espazos web pasaron do formato 1.0 no que se producía un simple intercambio de texto en espazos estáticos ao que hoxe en día se coñece como a *Web 2.0* —na que afondaremos máis adiante— que permite conectar persoas en espazos de co-creación e colaboración.

A administración pública viviu un proceso semellante e por iso podemos falar xa do paso dunha Administración 1.0 a unha Administración 2.0 —que é o obxecto de estudo desta investigación—. “Administración pública 2.0” é un concepto que xurdiu unha década atrás. Serve para dar conta das mudanzas que viviron as diferentes institucións no que respecta á relación cos seus usuarios, o conxunto da cidadanía. No ano 2007, a experta en Administración electrónica Montaña Merchán —na actualidade asesora do Ministerio de Facenda e Administracións Públicas que formou parte da plataforma @firma ou Red SARA entre outras— xa adiantaba no seu blog que «a denominada Administración 1.0 non pasa a ser Administración 2.0 coa simple inclusión de RSS, un foro, un blog e pouco máis» (Merchán, 2007). Merchán afirmaba que as Administracións Públicas debían percorrer un treito necesario. Falaba nove anos atrás dun tránsito dende a tutela cara a receptividade, da pasividade á intermediación e a proactividade, da rixidez á adaptación e a proximidade á cidadanía. Todo isto cun único obxectivo que a autora resume na seguinte frase «en definitiva unha Administración que xere confianza» (Merchán, 2007).

Por tanto, participación, colaboración, resposta e transparencia serán algúns dos alicerces nos que fundamentaremos este traballo. Ao final do mesmo tentaremos establecer se os municipios da nosa terra contan coas ferramentas necesarias e poñen en práctica os procedementos oportunos encamiñados a xerar confianza e diálogo entre os seus veciños.

1.2 Secuencia da investigación.

A investigación que se presenta contará con tres fases fundamentais que, á súa vez, estarán compostas por pequenas etapas no seu interior.

1. Revisión bibliográfica sobre a influencia de Internet na política e a administración pública, así como dalgunhas das experiencias do uso da rede nas administracións públicas. Tamén se afondará no concepto da *Web 2.0* co obxectivo de coñecer as súas peculiaridades de cara á análise posterior dos espazos propios dos municipios galegos.

2. Análise de contido da actividade en rede dos concellos galegos. Neste punto centrarase a atención en dous aspectos:
 - a. En primeiro lugar, as páxinas web dos 314 concellos de Galicia. Estableceranse unha serie de criterios propios do Compromiso 2.0 e exporanse tanto os resultados de ditas observacións como unha análise dos mesmos.
 - b. En segundo lugar, unha análise dos perfís dos municipios nas dúas principais redes sociais: *Twitter* e *Facebook*. Novamente estableceranse unha serie de criterios de calidade para estas análises que se complementarán co emprego dalgunhas ferramentas que nos axudarán a comprender se os concellos galegos están a levar a cabo unha acción correcta ou incorrecta nestes novos espazos de comunicación.
3. Análise en profundidade daquelas experiencias que puideran resultar novidosas ou pouco frecuentes. Para a realización desta análise sería preciso acudir a algúns dos representantes dos municipios en cuestión ou ás persoas encargadas de poñer en marcha ditas iniciativas —xa que poderían ser persoas ou empresas externas— motivo polo cal se realizarán pequenas entrevistas ao persoal relacionado coas mesmas. Para outras será suficiente coa observación, describindo o funcionamento básico das mesmas.

Como é natural, ao final da investigación ofreceranse as conclusións relativas ao traballo desempeñado para deixar constancia de en que punto se atopan as administracións locais de Galicia no referente ao correcto uso dos seus espazos en rede.

2. Obxectivos.

2.1 Obxectivos xerais

O obxectivo principal da investigación sería atopar en que punto do camiño cara ese ideal de “administración 2.0” están os concellos galegos. Proponse, por tanto, un traballo relativo ao estado da cuestión no que respecta ao emprego das ferramentas 2.0 na administración local de Galicia, tanto dende o punto de vista cualitativo como cuantitativo.

2.2 Obxectivos específicos

Obxectivos máis específicos serían a análise do xeito de traballar nesta materia —a das tecnoloxías propias da administración 2.0— así como o afondamento naquelas experiencias que se poidan atopar durante a investigación e que por novidosas ou interesantes poidan constituír un exemplo de xestión ou de procedemento.

3. Marco teórico.

3.1 Internet e a política.

A política é un traballo continuo e diario dos partidos e os nosos representantes nas institucións públicas. Porén, como afirma Ramón Cotarelo, existe un momento no que «conflúen as institucións coa dinámica política» (Cotarelo, 2010) que non é outro que as eleccións e, por tanto, as campañas electorais que atoparon en Internet unha nova vía de contacto e comunicación coa cidadanía. Segundo este mesmo autor, o uso das tecnoloxías do ciberespazo é cada vez máis decisivo nos procesos electorais. Un dos exemplos de maior éxito no emprego das plataformas dixitais sería a vitoria de Barack Obama nas eleccións presidenciais do ano 2008 en Estados Unidos. O xornalista Shelley Palmer foi o precursor á hora de falar desta campaña como a primeira campaña en rede no seu artigo «Obama vs. McCain, The First Networked Campaign» (Palmer, 2008), publicado en *The Huffington Post*. Palmer realizaba unha análise das páxinas web de ambos candidatos así como das súas contas en *Twitter*. Todo isto co obxectivo de facerlle ver á súa audiencia que algo estaba a mudar á hora de comunicarse co electorado. Aínda que os espazos web xa foran da partida en eleccións anteriores, as melloras na tecnoloxía e a explosión da rede social *Twitter* fixo que as mensaxes comunicadas por ambos os dous candidatos chegasen a un público que, ata ese momento, permanecía algo afastado da actividade política. Tal e como indica Cotarelo, «os axentes de campaña de Obama, milleiros de voluntarios mozos e entusiastas, todos eles internautas, poboaron o ciberespazo e teceron unha grande rede de apoio» (Cotarelo, 2010). Este novo xeito de mobilización da cidadanía permitiulle a Obama vencer nas primarias do Partido Demócrata e, posteriormente, bater a John McCain, arribando deste xeito na Casa Branca.

Son varios os autores que defenden que o xeito de levar a cabo unha campaña electoral muda na medida en que se empregan novas ferramentas ou novas tecnoloxías. A aparición da prensa, da radio e posteriormente da televisión fixeron que as diferentes opcións políticas tivesen que adaptar a súa mensaxe aos diferentes medios. Algo semellante acontece na rede onde «o verdadeiro impacto sobre as eleccións non está no acto físico do voto, senón no xeito de organizar e levar a cabo as campañas electorais» (Cotarelo, 2009). Unha das principais funcionalidades da rede é chegar a eses nichos de votantes non incondicionais da propia formación ou os indecisos a través de distintas tácticas que se poden empregar segundo os obxectivos sexan uns ou outros. Para iso non só se empregan as páxinas web ou os blogs, o

avance da tecnoloxía fixo que xurdisen novos espazos de comunicación como, por exemplo, as redes sociais que, dun tempo a esta parte, contan cun grande peso nas estratexias dos partidos políticos.

Para os profesores da Universidade Pontificia de Comillas Roberto Rodríguez Andrés e Daniel Ureña Uceda, as redes sociais contan cun grande impacto nos procesos electorais xa que permiten «interactuar cos cidadáns, crear comunidades e establecer un modelo de comunicación bidireccional no que os que lanzan as mensaxes non son só os políticos, senón que os internautas poden facer que a súa voz sexa escoitada» (Rodríguez e Ureña, 2011). As organizacións políticas percatáronse da influencia deste tipo de espazos e incorporáronos ao seu día a día cunha xestión que nos pode parecer máis ou menos acertada. O certo é que a máxima do “hai que estar a toda costa” que defenden autores como o xornalista Enrique Alcat é unha das tendencias máis estendidas. O propio Alcat indica na súa obra *¡Influye! (claves para dominar el arte de la persuasión)* que «as redes sociais, aínda que estean de moda, non son unha moda [...]. As persoas que queiran influír, ademais de manter a relación directa e persoal, terán que estar, queiran ou non, nas redes sociais» (Alcat, 2011).

Twitter, rede social de *microblogging* creada no ano 2006 por Jack Dorsey que conta con máis de 330 millóns de usuarios en todo o mundo sería, tal e como recollen Roberto Rodríguez e Daniel Ureña «a rede social que máis relevancia adquiriu entre a clase política» (Rodríguez e Ureña, 2011). Esta rede suporía unha evolución da tarefa de comunicación iniciada polos blogs e as bitácoras nos primeiros anos deste século. Os mesmos autores salientan que o aumento do uso desta rede social vén dado, en grande medida, polo «efecto contaxio que se produce en moitos países con respecto ás técnicas e procedementos de comunicación política que se ensaian con carácter pioneiro en Estados Unidos» (Rodríguez e Ureña, 2011), tal e como se indicou anteriormente cando se abordaba o caso do éxito electoral de Barack Obama no ano 2008. A campaña do *Yes, we can!* de Obama fixo do *Twitter* un dos seus piares fundamentais, constituíndo, por tanto, unha experiencia innovadora e facendo que hoxe en día sexan impensables unhas eleccións —a case calquera escala— sen a presenza nesta plataforma. Se vimos máis preto, en España observamos como os principais líderes políticos —ou os seus equipos— comentan día a día a actualidade do país a través das redes sociais facéndose eco de todo tipo de novas, anuncios ou efemérides, co obxectivo de crear comunidade e amosarse activos nas mesmas.

Observamos, por tanto, como a rede de redes se foi introducindo paulatinamente na política co obxectivo de quedar chegando moitas veces a marcar os seus ritmos ou o seu proceder. Os partidos políticos e os seus líderes viron neste tipo de ferramentas unha posibilidade de dar conta dos seus anuncios a un público masivo ao tempo que poden establecer unha conversa co mesmo, algo impensable cos medios analóxicos.

3.2 Internet e a administración pública.

Así como se expuxo que Internet pode ser de grande axuda para os partidos políticos, non é menos certo que tamén constitúe unha ferramenta de grande interese para a administración pública. E é que se algo ofrece a rede de redes é unha infinidade de posibilidades que lle permiten adaptarse aos diferentes usos e necesidades de quen as empregue. Ramón Cotarelo expoñía no 2010 que «Internet estaba a revolucionar a organización do conxunto da administración pública e a súa forma de relacionarse cos cidadáns» (Cotarelo, 2010). E é que o grande número de aplicacións tecnolóxicas desenvolvidas ao abeiro de Internet simplificaron a meirande parte dos procesos e das relacións que nós como cidadáns temos coa administración. O mesmo Ramón Cotarelo recolle na súa obra *La política en la era de Internet* que no caso de España do ano 2010 a xestión dos trámites a través da rede era moi inferior a, por exemplo, as compras a través de portais de venda en liña. Con todo, o autor recoñecía que todos os avances, por pequenos que foran, constituían grandes melloras en aspectos como, por exemplo, «o aforro de tempo de administradores e administrados, a maior produtividade do aparello administrativo, a posibilidade de seguir racionalizando o traballo burocrático ou a de reducir custes» (Cotarelo, 2010). Seguramente esta derradeira idea —o aforro económico— é un dos grandes motivos que leva aos gobernos dos diferentes países a impulsar toda clase de iniciativas relacionadas co que se coñece como o “gobierno electrónico” ou “*e-Government*”. No caso español, fai algo máis dun ano asistimos ao anuncio por parte do presidente Mariano Rajoy de que o plan de transformación dixital da administración pública reduciu en 20.000 millóns os custes desta. Obsérvase, por tanto, que o factor económico é un dos alicerces que motivan esa transformación.

Porén, non só impera o factor económico cando falamos do transvase ao dixital da nosa administración pública. Tamén a comodidade da cidadanía resulta importante. Así, a implantación de Internet no día a día dos nosos trámites propiciou, por exemplo, o desenvolvemento de experiencias como a receita electrónica que comunica o sistema de saúde coa rede de farmacias. Na actualidade tamén é posible coñecer o propio historial clínico a través da rede —como acontece no caso do Servicio Galego de Saúde— ou a prestación doutros servizos médicos a distancia —que englobaríamos dentro do que se coñece como Telemedicina—.

Outro dos puntos nos que resulta beneficiosa a aplicación dos recursos propios das Tecnoloxías da Información e a Comunicación sería a rendición de contas á cidadanía e a transparencia. Nun

tempo no que a corrupción se atopa permanentemente entre os temas que máis preocupan ao conxunto dos cidadáns, Internet pode resultar clave ao permitir un acceso sinxelo a todos aqueles contidos que a cidadanía deba coñecer. Volvemos novamente ás verbas de Ramón Cotarelo que con sentido do humor explica como «nada hai máis público neste momento que Internet, o ciberespazo que permite que un esquimó que estea aburrido un domingo do inverno no seu iglú se poña a curiosear as adxudicacións de obras públicas do Ministerio español de Fomento se iso o divirte» (Cotarelo, 2010). E certamente, así é. Pode que hoxe en día non exista nada máis público que a rede de redes, polo que as administracións públicas poden dar boa conta da súa tarefa a través dela. Deste xeito, poderase contribuír a expulsar todo tipo de dúbida arredor da xestión daquilo que pertence a todos pois «se todo o réxime de contratacións da administración estivese na rede, o perigo da corrupción estaría tamén máis afastado» (Cotarelo, 2010).

Porén, é certo que non todo semellan ser vantaxes dentro das opcións que ofrece Internet. Por poñer un exemplo, fai anos que nos sería posible votar nas Eleccións Xerais sen necesidade de movernos da nosa computadora pero o debate arredor desta posibilidade quedou pechado cun argumento que recolle o profesor Cotarelo: «en canto á votación por computadora non parece que haxa impedimento na idea mesma, salvo o que poida derivarse da garantía do segredo do voto pois todo o demais é comodidade e aforro» (Cotarelo, 2010).

Por tanto, a rede pon ao servizo da administración pública unha ampla gama de posibilidades mais, como podemos observar, non todas resultarían positivas no seu uso final. É por iso polo que non se debería caer na tentación de crer que o emprego de Internet é a solución a todos os problemas. Débese incorporar, si, como a ferramenta útil que é e polas vantaxes e o aforro que ofrece, mais con responsabilidade e cun uso axeitado. É ese uso axeitado e responsable o que tratamos de procurar no marco desta investigación.

3.3 Internet e participación cidadá

Se nos dous puntos anteriores abordabamos a utilidade do emprego de Internet dende a óptica dos partidos políticos —ou a actividade política en xeral— e tamén dende o emprego que deste medio pode facer a administración pública, centrámonos agora nas vías de participación que se lle abren á cidadanía na rede de redes.

O artigo 9.2 da Constitución Española recolle o dereito á participación da cidadanía do seguinte xeito: «*Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social*». Tamén os Estatutos de Autonomía das diferentes comunidades autónomas fan fincapé nesta obriga de garantir a participación da cidadanía que os poderes públicos se comprometen a incentivar e garantir a través destes textos lexislativos. Porén, xurde un problema cando abordamos a efectividade desta participación dende a óptica práctica. E é que, como salienta a profesora de Dereito Administrativo da Universidade de Salamanca Zulima Sánchez «tanto a Constitución como os Estatutos de Autonomía xorden nun período no que aínda non se describían os mecanismos nos que dita participación podía levarse a cabo» (Sánchez, 2010). A mesma autora indica que, en ocasións, esa obriga de facer efectiva a participación da cidadanía obtén como resposta «que a Constitución declara que o noso sistema político é o da democracia representativa, polo que a responsabilidade e a rendición de contas, ao final, recae sobre o representante elixido democraticamente» (Sánchez, 2010) ao mesmo tempo que algúns «entenden que a participación só vela polos intereses particulares dos que participan —individualmente ou a través de asociacións— e que iso deslexitima as propostas que se realizan» (Sánchez, 2010). Con todo, e aínda que cada catro anos elixan os seus representantes nas diferentes cámaras e lugares de representación, os cidadáns seguen contando con figuras para a participación como o referendo consultivo, a iniciativa lexislativa municipal ou a iniciativa lexislativa popular entre outras. Todos os procedementos citados e outros que levan na súa natureza a potenciación da participación dos cidadáns contan coa súa propia regulación pero, como pode ser de utilidade a tecnoloxía en xeral e o emprego da rede en particular á hora de levalos a cabo?

Este tipo de accións encamiñadas a potenciar a participación estarían encadradas dentro do termo *governance*, unha idea baseada nas relacións entre os gobernos e os cidadáns, entendidas estas como propias do proceso político que, ademais, se caracterizan pola «aceptación e

incorporación da complexidade como elemento inherente ao proceso político, os cambios na posición dos poderes públicos nos procesos de goberno, os roles adoptados e os novos instrumentos de goberno empregados así como a participación de diversos actores no goberno» (Blanco e Gomà, 2002). Segundo Ricard Gomà e Ismael Blanco «esta nova forma de entender o goberno tivo unha forte incidencia nos gobernos locais, que viron reforzadas as súas competencias e roles estratéxicos pasando das tradicionais funcións básicas burocráticas ou xerenciais á expansión das políticas públicas municipais» (Blanco e Gomà, 2002). Por tanto, se a aplicación das novas tecnoloxías constitúe unha oportunidade para calquera dos estamentos da administración pública, se seguimos o sendeiro marcado por estas aportacións, resulta posible afirmar que a administración local sería un dos chanzos máis beneficiados, sempre e cando enmarquemos estas accións de participación dentro desa relación de proximidade que se establece entre a administración e a cidadanía de cara a ese ideal de *governance*. Se o estadio ideal é ese e está baseado na deliberación conxunta e a relación de proximidade, máis sinxela e efectiva será esta participación nas entidades locais, máis pequenas e delimitadas.

Para a investigadora da Comisión Europea e a Universidade Autónoma de Barcelona Clelia Colombo, no marco das relacións entre a administración pública e a cidadanía pódense establecer dúas situacións. Serían o «*e-Government* e *e-Governance*» (Colombo, 2007), dous xeitos de participación cidadá que poden parecer semellantes pero que, segundo a autora, presentarían algunhas diferencias. O *e-Government* «xorde da incorporación das TIC ao goberno tradicional» (Colombo, 2007) e sería sinónimo do termo “goberno electrónico” que se abordou con anterioridade. Estaría baseado na xestión e a realización dos diferentes trámites que se lle requiren á cidadanía a través dos medios electrónicos. Como se apuntou liñas atrás, cada vez son máis as iniciativas encamiñadas a dotar a administración pública deste tipo de ferramentas, xa que constitúen un aforro económico e de tempo considerable para a tramitación e xestión de todo o volume de información que a administración debe procesar cada día. Porén, aínda que a base desta idea sexa a da introdución da tecnoloxía nos procedementos, dá lugar tamén ao «xurdimento de novas formas de relación dos gobernos cos cidadáns, así como a novas formas de comunicación dos cidadáns coa administración» (Colombo, 2007). A *e-Governance* sería a superación, a mellora ou a seguinte fase do *e-Government*. E é que as Tecnoloxías da Información e a Comunicación están cada vez máis encamiñadas á posta en relación das persoas. Deixaron de ser unha simple ferramenta da comunicación para ser tamén o medio a través do que nos relacionamos cos nosos semellantes. Algo similar acontecería, pois, na relación entre a administración e a cidadanía dentro da *e-Governance*, que potenciaría a

participación electrónica dos cidadáns, integrándoos na toma de decisións públicas. Na opinión de Clelia Colombo, «tanto os modelos de *e-Government* como a *e-Governance* non supoñen unha superación da democracia representativa cara a democracia directa, senón que implican unha mellora da democracia representativa no sentido de que axudan a achegar os cidadáns aos seus representantes políticos, facendo máis próxima a política á sociedade» (Colombo, 2007).

Porén, é preciso ter moi presente en todo momento que, aínda que a rede ofrece grandes oportunidades para a participación da cidadanía, conta tamén con algunhas contraindicacións ou puntos febles que poñen en risco o modelo colaborativo de toma de decisións. Acudimos novamente á man experta da investigadora Clelia Colombo a través da seguinte táboa —táboa 2— que dá conta das oportunidades e os límites do emprego de Internet na participación cidadá:

OPORTUNIDADES	LÍMITES
Facilita un acceso fácil e directo á información	Exceso e pouca calidade da información
Permite elevar a participación política dos cidadáns (cuantitativa e cualitativamente)	Estratificación dixital que establece desigualdades no acceso
Permite superar as distancias entre cidadáns e políticos	Falta de cultura participativa dos cidadáns e das institucións
Posibilita a comunicación bidireccional e interactiva	Posible perda da calidade da participación e da deliberación política
Posibilita a comunicación multinivel nun mesmo espazo e sen condicionantes de tempo	Posible perda do valor engadido dos procesos presenciais
Fomenta a participación de colectivos que non participaban anteriormente	Sesgo do perfil de usuarios
Facilita a transparencia	
Facilita a apertura de espazos de participación (foros, chats, etc.)	
Abarata o custe da participación	

Táboa 2: oportunidades e límites do emprego de Internet para a participación da cidadanía. Fonte: Colombo, C. (2007)

Como se pode observar, entre as oportunidades que ofrece o emprego da rede por parte da administración pública están a facilidade de acceso, a posibilidade de conseguir maiores cotas de participación ou o fomento da comunicación a diferentes niveis e a través de diferentes plataformas, ao tempo que fai menos custosos este tipo de procesos. Con todo —e como se indicaba con anterioridade— o emprego das ferramentas tecnolóxicas debe responder sempre a unha planificación, de forma que se faga un uso racional das mesmas. Por exemplo, é preciso ter presente en todo momento que pola rede circulan todo tipo de informacións que poden contribuír ao Alvin Toffler acuñou na súa obra *The future shock* como «*information overload*» (Toffler, 1971) que en galego sería algo así como “sobrecarga de información” aínda que tamén se deu en traducir como “infoxicación”. Así mesmo, e como documentabamos ao comezo desta investigación, non todos os cidadáns son “nativos dixitais” nin saben empregar os recursos tecnolóxicos propios do noso tempo, polo que a participación electrónica resulta case unha utopía para certos segmentos da sociedade. A isto temos que sumar a posible perda da calidade da participación, derivada do anonimato que ofrece a rede de redes.

Como se observou, Internet pode constituír un vehículo moi apropiado para o avance e a mellora da administración pública a partires da opinión dos cidadáns —os beneficiados e prexudicados dos acertos e os erros desta—. Porén, o desenvolvemento de todas estas accións baseadas na participación da cidadanía deben partir de plantexamentos correctos que teñan como base as características propias da rede. Só deste xeito se poderá avanzar cara unha verdadeira participación electrónica nos asuntos públicos.

3.4 O uso da rede como vía de comunicación na administración pública galega.

Detémonos neste punto a facer unha breve revisión do uso que, ata o momento, se lle deu á rede por parte da administración pública galega, xa que dentro dela enmarcariamos os concellos que serán o obxecto de estudo desta investigación. É preciso ter presente que non son moitos os estudos que teñan abordado o uso que os diferentes segmentos da administración pública de Galicia fan de Internet, mais si que existen algúns que o fan dun xeito certamente exhaustivo. Un claro exemplo é a análise publicada por José Sixto García en 2012 que leva por título *Uso de las redes sociales en la administración pública gallega: ¿una técnica de marketing 2.0?* e que exercerá como guieiro deste apartado. Como se pode apreciar no título, este traballo está centrado, fundamentalmente, no emprego das redes sociais, que non deixan de ser unha ferramenta máis entre as moitas que pon á disposición dos usuarios a rede de redes.

Sixto recolle como «todas as institucións públicas do Goberno galego —Xunta de Galicia, Deputacións Provinciais e concellos das sete grandes cidades— empregan Internet para comunicarse co público» (Sixto, 2012). Aclara tamén o autor que «os niveis de intensidade de emprego e as tipoloxías de uso varían» (Sixto, 2012) mais o simple feito de contar este tipo de espazos constitúe, sen dúbida, un bo punto de partida de cara a lograr unhas altas cotas de participación e interacción coa cidadanía fundamentalmente, di José Sixto, «a través dos portais corporativos das propias institucións, empregados na totalidade dos casos» (Sixto, 2012). Así mesmo, unha grande parte dos diferentes estamentos da administración pública galega faría uso de espazos como as redes sociais —o 72,7% dos casos— e, en menor medida doutras ferramentas como Google Maps —o 36,3%— ou as ligazóns patrocinadas —31,8%—. Todo isto seguindo os datos publicados por José Sixto García. Por tanto, e tendo en conta estas porcentaxes podemos concluír que a administración pública galega ten moi en conta o emprego das plataformas virtuais propias de Internet do mesmo xeito que ten en conta as redes sociais.

Para afondar neste derradeiro punto —as redes sociais— acudimos novamente ao autor de cabeceira para esta aproximación teórica ao emprego de Internet por parte dos diferentes estamentos da administración pública galega, o investigador José Sixto García. Catro anos atrás recollía como xa por aquel entón o 59% dos organismos públicos analizados —a Xunta de Galicia e as súas Consellerías, as Deputacións Provinciais e os concellos das sete grandes cidades de Galicia— estaba presente nalgunha rede social. A de maior acollida non era outra

que *Facebook*, a rede social con máis usuarios en España —21 millóns de usuarios segundo datos de febreiro deste mesmo ano—, onde se podía atopar o 100% das institucións que facían uso das redes sociais. A segunda rede máis usada pola administración pública galega sería *YouTube* —no 46,1% entre os organismos que as empregaban— o que para José Sixto amosa unha preferencia polas «redes sociais de carácter xeralista e de ocio, as redes que contan cun grande número de usuarios tanto en Galicia como no conxunto do Estado e as redes que permiten o uso de materiais audiovisuais» (Sixto, 2012). Con todo, resulta significativo ver como catro de cada dez dos organismos analizados —que, lembremos, poderíamos considerar os de máis alto nivel dentro da administración pública galega— non empregaba as redes sociais como ferramentas de comunicación e/ou interacción. Observamos pois como a administración pública galega facía un uso parcial das características de Internet. Catro anos atrás —momento no que está datado o estudo—, optábase fundamentalmente pola comunicación unidireccional a través dos portais web propios aínda que algo máis da metade do groso da administración pública galega estaba xa presente nalgunha rede social —algo que non é garante de conversacións usuarios—. No seguinte punto abordaremos as claves para a correcta xestión da imaxe e a actividade nas redes sociais por parte da administración pública. E é que, nos últimos anos, ferramentas como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e outras similares lograron facerse cun grande oco nos espazos de ocio da cidadanía, sendo unha parte case indispensable para todos nós. Son, por tanto, lugares nos que os organismos públicos deberían tamén levar a cabo parte da súa actividade en rede mais, iso si, partindo dunha serie de preceptos e pautas necesarios para un emprego con consecuencias positivas.

3.5 Redes sociais e administración pública.

Antes de afondar nas aportacións teóricas arredor da presenza das redes sociais na administración pública é convinte situar o punto de partida na definición do termo “rede social”. Pode parecer algo obvio e prescindible, pois as redes sociais ocupan cada vez máis espazo no noso día a día pero, deste xeito asentamos as bases para todo o que se exporá a continuación.

Así pois, o Observatorio Tecnolóxico do Ministerio de Educación Cultura e Deporte define o concepto de rede social como «unha estrutura social formada por persoas ou entidades conectadas e unidas entre si por algún tipo de relación ou interese común» e aclara que «as redes sociais son parte da nosa vida, son a forma na que se estruturan as relacións persoais, estamos conectados moito antes de ter conexión a Internet». Así pois, as redes sociais non son só aquelas que contan coa mediación tecnolóxica de Internet, as computadoras ou os teléfonos móbiles, senón que son o conxunto das relacións que cada ser humano mantén cos seus semellantes. Con todo, neste estudo centrámonos nas redes sociais virtuais, nadas ao abeiro da web 2.0, un concepto que se tratará en profundidade máis adiante e que ten entre as súas características fundamentais a participación e a colaboración entre os usuarios da web. Este tipo de redes sociais —as virtuais— serían as plataformas que xuntan a todos aqueles con intereses ou gustos semellantes —tendo en conta que o feito de querer ser parte desa rede xa designa un interese ou un gusto concreto—. Agora si, unha vez clarificado que é unha rede social podemos pasar a falar das súas aplicacións e a súa correcta xestión no marco da comunicación que leva a cabo a administración pública.

De cara ao emprego e a xestión da actividade nas redes sociais é preciso ter en conta que existen diversas tipoloxías das mesmas. Por poñer tres exemplos diremos que *Facebook* sería unha rede social xeralista, *Linkedin* sería unha rede social do ámbito profesional ou laboral e *Instagram* sería unha rede centrada no aspecto visual a partires da fotografía e os micro vídeos. Porén, existen novas redes sociais de diferente natureza, unhas buscan integrar o mellor das plataformas de máis éxito e outras enfócanse na especialización e a busca de nichos de mercado, centrándose nesa posta en común das persoas con intereses semellantes —exemplo disto serían as redes sociais para deportistas como *Endomondo*, *Runtastic* e un longo etcétera que pretenden conectar soamente ás persoas que practican deportes como o ciclismo ou a carreira a pé—.

No que respecta á estratexia que as administracións públicas poden levar a cabo á hora de empregar as redes sociais Ines Mergel (2013) sinala tres tipoloxías diferentes:

1. Estratexia *push*. Este xeito de proceder estaría enfocado a lograr a maior presenza da propia institución en tantas canles como sexa posible. Para iso faise uso das redes sociais dixitais, creando perfís nas mesmas. Con todo, non se deseña unha estratexia específica nin se destinan recursos para este tipo de actividade. Poderíamos resumilo, pois, voltando a esa idea do “hai que estar” á que fixemos referencia nas páxinas iniciais desta investigación. Nestes casos a comunicación sería, fundamentalmente, unidireccional.
2. Estratexia *pull*. Suporía un avance con respecto á anterior no sentido de que xa se contempla a existencia dunha planificación previa que presupón unha certa interacción co público usuario da organización que xestiona a conta. A retroalimentación ou o *feedback* sería, pois, a base desta estratexia que constitúe unha ruptura co modelo habitual da administración pública, eminentemente unidireccional e no que os procedementos e as comunicacións adoitan estar preestablecidas.
3. Estratexia *networking*. Esta terceira estratexia sería o chanzo máis alto da escala de interacción. As redes sociais serían unha ligazón directa coa administración pública para todos os actores que desexen establecer unha comunicación con ela. Este tipo de comunicación xeraría toda unha serie de contidos que, nun escenario deste tipo, serían reutilizados, replicados e divulgados entre a cidadanía, co obxectivo de innovar e xerar un valor engadido que resulte de utilidade para o groso dos usuarios.

Como se observou na enumeración das tres estratexias determinadas pola doutora Ines Mergel, a interacción e a conversa cos usuarios dos perfís ou as comunidades sociais goza dun papel de grande importancia. E é que para iso foron concibidos este tipo de espazos de relación, co obxectivo de poñer en consonancia a esas persoas que —como contabamos anteriormente— contan con intereses comúns e que, para este tipo de casos, poderían ser intereses relativos ás novidades e anuncios do seu concello ou doutro estamento da administración pública da que, dun xeito ou outro, todos somos potenciais usuarios.

Pero este tipo de plataformas non xeran só conversa. Tal e como indican Jose Ignacio Criado e Francisco Rojas, «as redes sociais ábrenlle unha nova oportunidade aos gobernos e as administracións públicas para xerar innovacións de calado no xeito de concibir o funcionamento do sector público» (Criado e Rojas, 2013). Co seu uso pódese mellorar na percepción que a cidadanía ten do sector público como algo pechado e cuns procedementos moi ríxidos. As redes sociais poderían chegar a constituír unha vía para a modernización da administración a certas escalas a partires da colaboración dos cidadáns, que serían os máis

interesados nun funcionamento máis eficiente da mesma. É preciso recoñecer que a administración non permanece illada á emersión das redes sociais e, por iso, atopamos documentos como, por exemplo, a *Guía de usos y estilo en las redes sociales del Sistema Sanitario Público de Andalucía* (2013) que comeza expoñendo oito motivos polos cales son importantes as redes sociais:

1. Porque supoñen o fortalecemento da democracia e a transparencia da organización, axudando a difundir os principios e valores sobre os que se sustenta, abrindo espazos de escoita á opinión da sociedade, e xerando debate para a mellora e avaliación dos servizos públicos.
2. Porque poden contribuír a fortalecer a promoción da saúde e a prevención da enfermidade, facilitando a difusión de información e contidos de calidade e evidencia científica para os pacientes e os seus cuidadores.
3. Porque poden axudar a reforzar a capacidade de decisión dos pacientes e o seu empoderamento real en cuidados de saúde e acceso aos servizos sanitarios.
4. Porque permiten unha comunicación áxil, fluída e multidireccional, sendo ademais un soporte moi eficaz en situacións de emerxencia.
5. Porque facilitan a xestión e o intercambio de coñecemento de forma sinxela, sen barreiras nin intermediarios que obstaculicen esta difusión, favorecendo o desenvolvemento da intelixencia colectiva e de proxectos de innovación social.
6. Porque constitúen unha potente fonte de identificación de áreas de mellora para a organización ou de vixilancia sobre posibles problemas de saúde, permitindo a corrección dos problemas, no primeiro dos casos, e anticipar a resposta asistencial no segundo.
7. Porque son empregadas por unha parte moi importante da cidadanía e dos profesionais no seu día a día e están paulatinamente substituíndo a outras vías de comunicación (e-mail, sms), especialmente en segmentos de poboación de menor idade.
8. Porque supón un cambio cultural de tal calado en todos os ámbitos sociais que non podemos permanecer alleos.

Como se puido observar, algúns destes oito motivos están centrados en aspectos relacionados co ámbito sanitario, mais só con substituír paciente por usuario ou o termo saúde por outro tipo de xestións que se poidan levar a cabo noutros ámbitos da administración obteríamos un resultado semellante: a grande potencialidade das redes sociais dixitais como ferramenta para

a mellora colectiva destas organizacións. Porén, como acontece con calquera ferramenta, o seu uso debe estar estreitamente vinculado a un plan de actuación. Óscar Cortés —asesor do Ministerio de Xustiza en innovación e transformación dixital— e Antonio Díaz —asesor de innovación dixital no concello de Madrid entre outros— fan fincapé na necesidade de que o xeito de proceder nas redes sociais conte cunha total vinculación á estratexia xeral da organización xa que «será difícil ter unha estratexia clara neste terreo se a organización non ten definido o seu plantexamento estratéxico xeral, que deberá aliñar tamén coa visión e os obxectivos nas redes sociais» (Cortés e Díaz, 2014). Estes mesmos autores determinan cinco aspectos fundamentais nos que fixarse á hora de establecer ese plan de actuación.

1. Misión-visión. En primeiro lugar débese atopar unha resposta ao que motiva a presenza da propia institución ou organismo nunha rede social en particular ou nas redes sociais en xeral. O obxectivo neste punto será ver como este tipo de plataformas poden sumarlle valor engadido a, neste caso, a administración pública.
2. Segmentación e público obxectivo. Seguidamente é necesario saber cales son os usuarios potenciais da propia organización ao tempo que se analiza se realmente se está a chegar a eles de forma apropiada. Para o caso da administración pública, Óscar Cortés e Antonio Díaz indican que os usuarios potenciais nas redes sociais dixitais serían todas aquelas persoas que xa son usuarias do servizo ou institución na súa vertente analóxica. Con todo e aínda tendo moi en conta a todos estes usuarios, non se debe desbotar a posibilidade de acceder a novos públicos mediante as redes.
3. Posicionamento. Esta idea está relacionada con como quere ser recoñecida a organización por parte dos internautas —xa que falamos de redes sociais virtuais—. Neste punto os autores salientan a necesidade de ofrecerlle ao público contido de valor, algo que resultará fundamental á hora de que unha organización goce dun bo lugar —un bo posicionamento— na mente dos seus usuarios.
4. Canles e estilo. A elección das canles constitúe o seguinte paso á elección das accións que determinarán o posicionamento, xa que estas accións poderán requirir dunhas canles ou outras para a súa eficiencia. E é que non todas as redes poden resultar igual de útiles para todos os tipos de organización xa que, como se indicou anteriormente, existen diferentes tipoloxías e, mentres que unhas explotan a potencialidade da imaxe outras estarían dirixidas a públicos xeralistas ou a públicos máis especializados. No que respecta ao estilo da comunicación que se realiza por este tipo de medios, os autores inciden na necesidade de adaptarse ao público ao que se dirixe a organización en cada

momento. A comunicación a través das redes sociais debe tentar fuxir da linguaxe administrativa. Débese optar por mensaxes sinxelas e claras que respondan a un estilo propio da organización. O exemplo máis claro poderíamolo atopar na conta en *Twitter* da Policía Nacional —@policia— que non dubida en empregar o humor ou as frases coloquiais co obxectivo de achegarlle á cidadanía os perigos dalgunhas prácticas ou as prohibicións con respecto a outras.

5. Plan de acción con obxectivos concretos. Como en toda estratexia, é preciso marcarse unha serie de obxectivos. Para o caso dos perfís en redes sociais da administración pública poderían ser algúns cuantificables como o aumento da participación cidadá neste tipo de plataformas ou o aumento das visitas na web corporativa xerando tráfico nas redes mais tamén outros menos medibles como a mellora da relación co cidadán ou a mellora da percepción que os usuarios teñen da actividade que realiza a organización.

Quedou exposta a necesidade de proceder dun xeito ordenado nas redes sociais, algo para o que a existencia dun plan ou estratexia de actuación resulta fundamental. Mais iso non é todo, xa que para levar a cabo esta estratexia débese contar co equipo necesario, tanto no plano humano como no plano material.

A primeira tentación cando falamos de equipos encargados da xestión das redes sociais sería facer referencia á figura do *community manager*, un profesional que o consultor en marketing, comunicación e experto en comunicación en rede Germán Piñero definía no ano 2010 como «a persoa responsable de comunicación dunha empresa, encargada de crear, xestionar e dinamizar unha comunidade de usuarios en Internet» (Piñero, 2010). Porén Óscar Cortés e Antonio Díaz reflexionan en *Gestión de las redes sociales en la administración pública* sobre a non necesidade de contar cunha figura exclusiva encargada da xestión das redes sociais dentro das organizacións que compoñen a administración. Estes dous autores optan pola creación de «equipos transversais e interdepartamentais» (Cortés e Díaz, 2014) conformados por «profesionais xa existentes na organización, onde se involucren sucesivamente todas as partes da organización susceptibles de engadir valor público na súa relación ou interacción cos cidadáns a través das redes» (Cortés e Díaz, 2014). Con todo, o tamaño dos equipos e as funcións de cada un dos integrantes dos mesmos dependerá de factores como o tamaño da organización ou os recursos da mesma mais é preciso ter en conta que tan importante é o contido da comunicación como as persoas que a materializan.

3.6 A Web 2.0.

Empregaremos as vindeiras liñas en afondar en que é a Web 2.0, un termo que fai referencia á superación do modelo inicial plantexado para a rede de redes e que conta cunha serie de características que a diferencian dos modelos anteriores e posteriores propostos para a web.

3.6.1 Orixe do termo.

O manual *Utilización de las herramientas web 2.0 en la Administración Foral y Local de Gipuzkoa* publicado no ano 2010 pola Deputación de Guipuzkoa define a Web 2.0 como «o conxunto de usos e aplicacións web nos que se segue un modelo de comunicación participativa onde os contidos son xerados non só polo promotor do servizo ou páxina web concreta, senón por todos aqueles que o empregan ou visitan, compartindo e integrando contidos de diferentes formatos e fontes de orixe». O termo foi acuñado no ano 2004 por Dale Dougherty, empresario do sector editorial que é coñecido tamén por fundar *Global Network Navigator*, o primeiro espazo da internet completamente sustentado pola publicidade. O obxectivo deste novo termo era establecer unha diferenciación entre os espazos da Web 1.0 —nos que os usuarios poderían consultar os contidos que se ofrecen a través de Internet— cunha nova serie de lugares nos que o usuario non só pode realizar tarefas de consulta, senón que é parte da creación deses mesmos contidos. Un dos exemplos máis claros da Web 2.0 sería a *Wikipedia*, un espazo que tenta fomentar o coñecemento compartido, ofrecendo unha plataforma para a posta en común de toda clase de saberes.

Esta sería, pois, unha nova fase da evolución dos espazos de Internet que ten como elemento fundamental a creación de comunidades. É por iso que, nos últimos anos, asistimos á explosión das redes sociais que buscan aproveitar ao máximo todas as peculiaridades da Web 2.0 co obxectivo de relacionar a persoas cunha serie de intereses comúns. A emersión desta nova fase dos espazos en rede trae aparellada unha nova definición para os usuarios da mesma. Se nos comezos da web os usuarios eran “consumidores”, na actualidade poderíase falar de “prosumidores”, xa que exercen como produtores e consumidores da información.

3.6.2 Usos e aplicacións.

Entramos a ver, neste punto, as ferramentas máis importantes que entran a formar parte da Web 2.0 e que, polas súas características levarían implícito no seu uso a potenciación da conversa e a participación da cidadanía.

3.6.2.1 Os blogs

A Real Academia Galega define o termo “blog” como unha «páxina web, xeralmente de carácter persoal, cunha estrutura cronolóxica que se actualiza regularmente e que presenta información ou opinións». Poderíanse aportar definicións máis extensas ou técnicas, pero realmente a definición exposta contén todos os fundamentos deste tipo de espazos en liña.

En primeiro lugar estaría a estrutura cronolóxica dos contidos, algo inherente aos blogs, nos que sempre se presenta o contido máis recente primeiro, seguindo a partires de aí unha orde cronolóxica inversa —por tanto, o derradeiro contido do blog sería o primeiro publicado—. Ademais, estas plataformas adoitan incluír a posibilidade de comentar as publicacións, polo que os usuarios non son só lectores, tamén son creadores e moderadores do contido publicado. *Blogger* (<http://www.blogger.com>) ou *WordPress* (<http://www.wordpress.com>) son as ferramentas máis comúns para a creación de espazos deste tipo. Descoñécese a cantidade exacta de blogs do mundo, xa que a maioría das plataformas de creación non ofrecen datos a este respecto.

3.6.2.2 As redes sociais

O concepto de “rede social” xa foi definido con anterioridade polo que soamente cómpre lembrar que fai referencia á posta en relación dun conxunto de usuarios de Internet que presentan unha serie de intereses semellantes. A mellora das conexións así como o desenvolvemento de novos aparellos tecnolóxicos fixo posible que esta relación se poida levar a cabo en espazos virtuais mediados pola tecnoloxía. É por iso que ao abeiro destes cambios — e aproveitando as potencialidades da Web 2.0— nacesen ferramentas como *Facebook* ou *LinkedIn* entre, como comentamos anteriormente, outras moitas dirixidas a públicos xerais e especializados.

3.6.2.3 Tarefas de creación, valoración e clasificación dos contidos

Como se adiantou anteriormente, a Web 2.0 ten nas súas bases o traballo conxunto de todos os usuarios. É por iso que calquera usuario do mundo pode contribuír dalgún destes tres xeitos á produción dos materiais que outros visitantes atoparán na rede:

- **Creación:** novamente acudimos á *Wikipedia* que se define a si mesma como «un proxecto de enciclopedia web multilingüe baseado nun modelo de edición aberta. *Wikipedia* medra cada día grazas á participación de todo o mundo, sendo o maior proxecto de recompilación do coñecemento xamais realizado na historia da humanidade». E é que esta xigantesca enciclopedia virtual con máis de 1.200.000 artigos é o mellor exemplo de creación conxunta dos usuarios, que poden achegar os seus coñecementos redactando anacos das pezas existentes ou iniciando outras dende cero. É por iso que constitúe o mellor exemplo de creación colaborativa ata o momento, aproveitando así ao máximo a xenética da Web 2.0.
- **Valoración:** se se abre a rede á publicación de contidos por parte de todo aquel que así o desexe pode que non todo o publicado conte coa calidade desexada mesmo cando a información aportada sexa verídica e correcta. A valoración dos contidos por parte dos usuarios é un bo xeito de filtrar todo aquilo que pode xerar ruído ou desinformación outorgándolle prioridade ás publicacións cunha calidade superior. É por iso que cada vez é máis frecuente que, por exemplo, no espazo destinado aos comentarios nas edicións en liña dos xornais se lle brinde aos usuarios a oportunidade de valorar as aportacións do resto da comunidade co obxectivo de que todo aquel que chegue á publicación poida ver primeiro eses contidos que se consideraron máis aptos.
- **Clasificación** entendida como categorización dos contidos que forman parte das páxinas web. A maior expresión desta idea sería a asociación de etiquetas —os coñecidos como *tags*— que agruparían contidos de semellante índole ou temática a partires dunha soa palabra ou idea. A importancia destas etiquetas reside en que son empregadas polos buscadores á hora de ofrecerlle ao resto de usuarios os contidos que están a buscar.

3.6.2.4 Redifusión de contidos: as RSS

Cando un navega por unha páxina web non resulta estraño ver nalgún lugar a opción de subscribirse ás RSS desa páxina. Isto responde ao que se coñece como “sindicación de contidos” —e é que RSS xorde das palabras *Really Simple Syndication*—, de xeito que as

persoas subscritas poden recibir no seu agregador —existen multitude de plataformas creadas para agrupar as subscricións dos usuarios— o publicado en todas aquelas páxinas ás que están subscritos.

3.6.2.5 Xeolocalización

A xeolocalización é o resultado do avance do posicionamento vía GPS aplicado á tecnoloxía móbil. É que hoxe en día, grazas a ampla cobertura satelital coa presente en case todos os recunchos do mundo resulta posible a enmarcación das publicacións e os contidos web no espazo físico. É o que se coñece como a “xeorreferenciación”, que non é máis que a adscripción dun contido ao lugar no que foi creado ou publicado. Novamente isto contribúe á mellora e a eficiencia das buscas en Internet, pois nun espazo ao que día a día se incorpora a información equivalente a milleiros de libros físicos contar con este tipo de ferramentas supón un esforzo menor á hora de atopar o que se pretende.

Estas son só cinco aplicacións prácticas das tecnoloxías propias da Web 2.0 mais día tras día asistimos ben ao xurdimento de novas aplicacións para as tecnoloxías existentes, ben á aparición doutras ferramentas que buscan complementar ou substituír as existentes.

3.6.3 Potencialidade da Web 2.0 dentro da administración pública.

Tal e como se citou anteriormente, o termo Web 2.0 foi acuñado no ano 2004. Nos comezos da andaina desta nova idea arredor do xeito de proceder en Internet, o consultor de comunicación dixital e analista de redes Carlos Guadián adiantaba xa como «aproveitando este novo impulso as administracións públicas teñen a oportunidade de mellorar a súa relación co cidadán para poder ser máis eficaces e máis eficientes» (Guadián, 2006). É que Guadián xa vía neste tipo de ferramentas —os blogs, as wikis ou os por aquel entón coñecidos como grupos que, posteriormente avanzarían cara as redes sociais tal e como as coñecemos na actualidade— a posibilidade de «ofrecer mecanismos de comunicación co cidadán, onde este poida facer efectiva a súa voz e que esta sexa recibida pola administración, mecanismos que permitan un achegamento da clase política e xestora para que o cidadán coñeza de primeira man todo o que se está realizando, aumentando a súa confianza na administración pública» (Guadián, 2006).

Pero as ferramentas propias da Web 2.0 non mellorarían só as relacións entre a cidadanía e a administración. A guía *Utilización de las herramientas web 2.0 en la Administración Foral y Local de Gipuzkoa* publicada pola Deputación de Guipuzkoa recolle outros ámbitos nos que se poderían producir melloras a partires do uso deste tipo de ferramentas:

- Regularización e orde pública. Unha vez que os cidadáns acadan un papel activo como froito do emprego da rede para a posta en común da información, estes tomarán un papel máis activo, chegando a reclamar lexislación para certas áreas. Así mesmo, plataformas como as redes sociais ou outras creadas para tal fin poden simplificar procedementos como a recollida de sinaturas.
- Prestación de servizos. Como se indicou anteriormente, existen determinados servizos que poden ser subministrados a través de Internet. Por poñer un exemplo, a través da subscripción aos boletíns de noticias da administración, a cidadanía pode coñecer case ao instante a apertura dos prazos para determinadas solicitudes. E como a Web 2.0 é, por xenética, bidireccional, os cidadáns poden contribuír a mellorar a prestación destes servizos en liña a partires das súas valoracións e opinións xa que, unha vez se corrixa posibles deficiencias, os maiores beneficiados serán eles mesmos.
- Colaboración entre as diferentes institucións. E é que a fragmentación entre as diferentes institucións así como dentro das mesmas provoca certa perda de eficiencia e eficacia nos procesos. A Web 2.0 pode contribuír á comunicación interna das mesmas mediante o emprego das mesmas ferramentas que empregaría para a comunicación cos cidadáns. Os blogs, foros ou redes sociais serven tamén a este nivel para poñer en relación aos traballadores e os responsables de cada estamento co obxectivo de simplificar os procedementos. Grazas a este tipo de aplicacións pódese facer por vía telemática o que antes requiría dunha xuntanza na mesma sala de xuntas. Por poñer un exemplo, existen redes sociais creadas de xeito exclusivo para a administración pública. Antonio Díaz e Óscar Cortés salientan o exemplo de *Globonet*, impulsada pola Federación Española de Municipios e Provincias (FEMP) no ano 2009 e que ten como principais funcionalidades «a comunicación de noticias, actividades, creación de grupos con posibilidade de intercambio e repositorio de documentos así como o debate e a difusión de eventos» (Cortés e Díaz, 2014).

Como se puido observar, a administración pública non ten por que permanecer allea á aparición de novas ferramentas e novos procedementos relacionados co avance de Internet. E é que se no

ano 2004 se comezou a falar da Web 2.0, na actualidade xa se comeza a superar ese termo de xeito que imos camiño da Web 3.0. Esta nova fase concédelle especial importancia ás bases de datos e tería como centro a intelixibilidade da información sexa cal sexa o dispositivo dende o que se conecte o usuario. Todo iso —sumado a outras características— sería parte do desexo de acadar un ideal tecnolóxico que se denomina “intelixencia artificial”, na que as máquinas sexan capaces de ler e procesar a información.

3.7 Cara a un modelo de administración pública 2.0.

Neste punto final da aproximación teórica deterémonos nas achegas dalgúns autores arredor dun modelo para a administración pública 2.0 pero non sen antes expor que se entende por Compromiso 2.0, a idea que guiará a análise posterior.

3.7.1 Que se entende por Compromiso 2.0?

Segundo Miguel Túñez e José Sixto, o Compromiso 2.0 sería unha actuación na rede na que «non abonda coa presenza, senón que se esixe tamén a contribución activa tanto dos creadores como dos usuarios» (Túñez e Sixto, 2011). Con este punto de partida, podemos avanzar cara á exposición teórica máis polo miúdo do que sería este compromiso das organizacións á hora de dirixirse aos usuarios das plataformas nas que levan a cabo a súa actividade en rede.

O comezo do milenio trouxo aparellada a explosión da rede pois, pouco a pouco, todos os fogares foron contando con computadoras e conexión a Internet. Hoxe en día e grazas aos avances da tecnoloxía, xa non é preciso conectarse dende un punto fixo, senón que podemos acceder á rede en movemento a través de dos dispositivos móbiles. E do mesmo xeito que foron avanzando os dispositivos que empregamos para conectarnos á rede foron avanzando tamén os mecanismos que nos manteñen en contacto cos nosos semellantes en calquera parte do mundo. Se anos atrás as chamadas telefónicas, as mensaxes de texto e, en menor medida, os correos electrónicos eran as únicas vías de comunicación baseadas na tecnoloxía coas que contabamos, o novo milenio supuxo a aparición de novas plataformas que permiten a comunicación diacrónica e sincrónica, dialóxica e unidireccional. Son os blogs, os chats e as redes sociais que, entre outras ferramentas, ocuparon un lugar preferente no quefacer diario da cidadanía.

Como era previsible, as institucións públicas non permaneceron illadas ante un fenómeno desta magnitude, de xeito que se foron incorporando paulatinamente ao seu uso. Con todo, ser parte deste tipo de plataformas non é sinónimo de usalas e, moito menos, de usalas conforme ao que determinaríamos Compromiso 2.0 pois este tipo de actuacións levan aparelladas unha serie de características relacionadas, fundamentalmente, cun concepto: a interactividade. E é que a interactividade é, segundo o profesor Ramón Cotarelo (2010), unha das características da rede xunto coa multilateralidade, a difusión, a inmediatez e a gratuidade entendida como o libre acceso.

Interactividade é, fundamentalmente, diálogo cos usuarios das nosas redes e os nosos sitios na web. José Luis Dader ten traballado moito a este respecto e, a comezos da década do 2000 realizou unha investigación que tiña como obxectivo determinar o grao de implicación dos deputados e senadores españois entre os anos 1999 e 2001. Dader partía da premisa de que «a implantación e o emprego do correo electrónico como novo vínculo virtual entre os parlamentarios e os cidadáns podería superar as dificultades case insalvables do contacto directo, recuperando así unha das funcións esenciais do sistema representativo» (Dader, 2003). Para a realización do seu estudo Dader dirixíase aos dous centos oitenta e un deputados e senadores españois que contaban con dirección de correo electrónico no ano 1999 co obxectivo de obter unha información moi sinxela. Neste primeiro contacto á porcentaxe de resposta foi do 6,3%, xa que tan só trinta e nove representantes nas Cortes se puxeron en contacto co investigador. A porcentaxe medrou no estudo do ano 2001 tanto no que respecta aos deputados e senadores con dirección de correo electrónico —que, desta volta eran catro centos cincuenta e cinco, o 74,8%— como no grao de resposta, 21,7%, grazas ás cento trinta e dúas respostas recibidas. Dader indicaba por aquel entón que medraba o número de representantes que daba conta da súa dirección electrónica mais o índice de resposta na mesma era moi baixo algo que podería «constituír un factor de desánimo para os cidadáns á hora de estimular a comunicación electrónica directa cos representantes lexislativos» (Dader, 2003).

No ano 2008, a investigadora Eva Campos realizou un estudo semellante ao de José Luis Dader, mais centrado no Congreso dos Deputados. Comunicouse, de novo, cos parlamentarios que ofrecían a súa dirección de correo electrónico simulando ser unha cidadá e atopouse con que responderon «un total de noventa e sete parlamentarios, o 32,2% dos representantes que contaban cunha caixa do correo electrónico público no sitio web do Congreso e o 27,8% sobre o total dos deputados» (Campos, 2011). Novamente apreciamos que medra o número de parlamentarios que conta cunha dirección electrónica —tres centos un entre os anos 2004 e 2008— mais observamos que as porcentaxes de resposta seguen sendo baixas. Esta falta de resposta e, por tanto, de contacto coa cidadanía constitúe unha falta ao xa citado Compromiso 2.0. E é que dito compromiso debe estar baseado no diálogo cos usuarios, máxime cando temos diante páxinas web, direccións electrónicas ou perfís en redes sociais de organismos como pode ser un concello ou representantes da cidadanía como poden ser os deputados e senadores.

Se nos detemos a observar datos como os que aportan as investigacións de Eva Campos ou José Luis Dader poderíamos traer a colación a idea de que, nalgúns ocasións, contar cunha páxina

web ou un perfil nunha rede social pode ser soamente a resposta ao que chamariamos “modernidade”. Ser parte de lugares que rexistran tanto tráfico é un xeito de trasladarlle á cidadanía que os seus representantes ou as súas institucións están próximas a eles aínda que despois non se conte cos mecanismos nin as actitudes necesarias para que esa proximidade que realmente é posible a través destas vías poida ser levada á práctica constituíndo unha comunicación efectiva. José Sixto fai referencia a esta idea cando indica que os organismos que foron obxecto do seu estudo —o goberno autonómico, os concellos das sete grandes cidades e as Deputacións Provinciais— «conceden grande importancia a Internet para comunicarse cos usuarios, aínda que apostan máis por fórmulas de comunicación unidireccional que limitan a participación do receptor» (Sixto, 2012).

Miguel Túñez e José Sixto remítennos á Wikipedia para definir a Web 2.0 como o «sitio que permite aos seus usuarios interactuar con outros usuarios ou cambiar o contido do sitio web, en contraste a sitios web non interactivos onde os usuarios se limitan á visualización pasiva de información que se lles proporciona» (Túñez e Sixto, 2011). Esta idea resulta realmente relevante para o caso que se presentará nas páxinas vindeiras pois, en moitas ocasións, quérese trasladar á cidadanía a idea de modernidade, de contacto e de interese pola participación, mais non se establecen os mecanismos necesarios que fagan posible esa aportación dende o outro lado. O Compromiso 2.0 levaría aparellada, tal e como se expuxo con anterioridade, a idea do intercambio de información e contidos cos promotores do espazo web mais tamén con outros usuarios con condicións semellantes que tamén entran a participar dese entorno dixital.

Con todo, un dos grandes riscos que presentan os espazos web da administración pública e o de achegarnos só unha aparencia de interactividade en lugar da interactividade real. De novo José Luis Dader levou a cabo unha investigación que, en certa medida, permite identificar as tendencias a este respecto, aínda que centradas nos partidos políticos durante a campaña electoral dos anos 2008 e 2011. O que observou o investigador foi, fundamentalmente, que os partidos políticos contaban con algunhas ferramentas que poderían ser empregadas para a comunicación co seu público afín ou coa cidadanía en xeral. Porén, puido determinar que a existencia de ditas ferramentas era meramente testemuñal, xa que o que primaban as organizacións políticas era o establecemento da súa mensaxe. Publicar na propia web permite controlar que se está a dicir mentres que facelo noutros luaces como os medios de comunicación leva aparellada unha carga interpretativa que podería dirixir a mensaxe cara a outras vías que non se desexan. En definitiva, a introdución de foros de debate, chats e outras ferramentas

constituía, novamente, un achegamento á idea de modernidade en lugar dunha iniciativa encamiñada a manter un contacto constante coa cidadanía.

3.7.2 Trazos da administración pública 2.0

Na introdución a este traballo xa se adiantaron algúns dos cambios que Montaña Merchán, — asesora do Ministerio de Facenda e Administracións Públicas e integrante de proxectos de modernización da administración pública como @firma ou Red SARA— identificaba dentro do proceso de modernización dos organismos públicos no marco da súa actualización cara as tecnoloxías dixitais. Acudimos novamente a esta autora que no ano 2007 estableceu unha serie de diferenzas entre a administración 1.0 e a administración 2.0. Todas elas están contidas no seu blog *Sociedad conectada. Voz y voto*.

- No novo escenario a administración pública pasaría a ser máis receptiva en lugar de exercer como titora ou expendedora de servizos aos cidadáns. Deste xeito, todos aqueles susceptibles de recibir ditos servizos teñen tamén a posibilidade de opinar sobre o modo en que estes son dispensados.
- A administración pública adoitaba identificarse como conservadora mais agora, a través da incorporación das novas tecnoloxías aos seus procedementos. Agora, ábreselle a oportunidade de ser innovadora e colaborativa.
- O novo modelo fai que os organismos públicos poidan adaptar as súas estruturas aos cambios da sociedade perdendo, por tanto, parte da rixidez que se lles adoitaba atribuír.
- Proximidade á cidadanía, que exerce como “dona” da administración. Perda da distancia que noutrora se lle atribuía por mor do descoñecemento das decisións que esta tomaba ou pola imposibilidade de participar a través da propia opinión no seu desenvolvemento.
- A administración perde parte da súa complexidade no que se refire á linguaxe e aos procedementos para ser máis sinxela e transparente.
- No novo modelo os cidadáns crean contidos que os seus semellantes poderán desfrutar.
- Interactividade absoluta, de xeito que a resolución de problemas é conxunta mediante o emprego da intelixencia colectiva.

O novo modelo proposto para a administración pública está fundamente baseado na idea da colaboración de todos os cidadáns. E é que, como se expuxo anteriormente, isto ten como consecuencia directa o aforro en diversos apartados —económico, temporal e de persoal, entre outros—. Con todo, nas páxinas vindeiras analizarase se se están a aplicar estes criterios ou

características dun xeito correcto ou se a administración local da nosa comunidade se dotou dunha serie de ferramentas que non está a empregar en aras de converterse nunha verdadeira administración 2.0.

3.8 Formulación da hipótese

Logo da exposición teórica das aportacións que nos poderían axudar no achegamento á realidade que se busca analizar é momento de establecer as hipóteses de partida para esta investigación. Serían, pois, as seguintes.

1. A práctica totalidade dos concellos galegos presenta actividade en Internet, tanto a través das redes sociais como a través de páxinas web.
2. Os concellos galegos empregan as ferramentas 2.0 das que dispoñen dun xeito equivocado. A implantación destas estaría máis encamiñada a gañar visibilidade na rede que á interacción e a participación da cidadanía.

4. Metodoloxía da investigación.

Para a investigación e proposta establécense tres liñas de análise: os espazos web, as redes sociais e aquelas experiencias que puideran resultar salientables.

4.1 As páxinas web

Para os espazos web dos concellos galegos realizarase, en primeiro lugar unha investigación cuantitativa na que se analizará a presenza na rede de todos e cada un dos concellos de Galicia. O segundo chanzo da análise combinará a metodoloxía cuantitativa e a cualitativa xa que se buscará analizar a tarefa en rede dos concellos galegos a través do grao de implantación ou cumprimento de nove criterios de calidade propios da estratexia 2.0:

- Emprego de ferramentas de xeolocalización.
- Plataformas de contacto e interacción coa cidadanía.
- Existencia de apartados de novidades propios con actualización periódica.
- Subscrición a contidos vía RSS ou similares.
- Rede social propia ou ligazóns ás contas propias do concello.
- Web *responsive* que permita a adaptación aos diferentes dispositivos.
- Espazo de transparencia e/ou de datos abertos.
- Posibilidade de realizar trámites en liña.
- Explotación dos contidos visuais. Ben a través de espazos propios como mediante plataformas de intercambio visual —*Flickr, YouTube, Vimeo, Instagram, Tumblr* ou similares—.

Para esta parte do estudo optarase pola observación non participante. Porén, buscarase o contacto con todos os concellos a través do correo electrónico, co obxectivo de identificar a taxa de resposta e a demora desta.

4.2 As redes sociais

O primeiro chanzo da análise para estas ferramentas será, novamente, a investigación cuantitativa. O obxectivo neste punto será, pois, achegar cifras con respecto á actividade en *Twitter* e *Facebook* —as redes sociais maioritarias en España e Galicia— dos concellos da nosa comunidade. Seguidamente, realizarase tamén unha análise cualitativa que terá como obxectivo

identificar o tipo de actividade en rede que levan a cabo os municipios galegos a partires dunha mostra temporal de dez días. Para iso empregaranse dúas ferramentas de uso gratuíto que nos achegan unha serie de datos arredor da actividade das contas nestas redes sociais:

- *FanPageKarma*: ferramenta que empregaremos para análise das páxinas en *Facebook* dos municipios galegos. Con ela obteremos o volume de publicacións para o período seleccionado e o tipo de publicacións e de interaccións que teñen lugar nos diferentes espazos a analizar. Todo isto co obxectivo de apreciar cal é a tendencia á nas redes sociais dos concellos no que se refire á natureza das súas publicacións. Pretendemos observar se buscan xerar tráfico cara a páxina web municipal ou se, pola contra, fan do *Facebook* un espazo independente da súa actividade en rede.
- *Tweetchup*: é o instrumento que nos axudará na análise da rede social *Twitter*. Os datos obtidos a través dela serán moi semellantes aos citados anteriormente para o caso de *FanPageKarma*: número de publicacións, redifusión das mesmas, tipo de interacción cos demais usuarios e demais características que nos permitirán determinar como operan os perfís de titularidade municipal nesta rede social.

4.3 Casos salientables

Neste derradeiro punto recolleranse aqueles casos que poidan ser de interese pola súa novidade ou particularidade —en caso de que xurdan—. De ser así, tentarase o contacto cos responsables destas iniciativas co obxectivo de coñecer os pormenores das mesmas. Por tanto partirase da observación non participante destes casos que será complementada con entrevistas que se incorporarán á explicación posterior.

5. Análise e interpretación dos resultados.

Logo da exposición das diferentes aportacións teóricas arredor de Internet, o seu uso na política e a administración pública, abrimos este apartado centrado na análise da actividade en rede de todos os concellos de Galicia. Tal e como se indicou nas liñas relativas á metodoloxía, a investigación comprende a visita ás páxinas web e as redes sociais dos 314 municipios galegos a excepción, claro está, daqueles casos que non presenten ditos instrumentos. Así mesmo, divídese a análise en tres áreas: as páxinas web, as redes sociais e un terceiro adicado a aqueles casos de especial relevancia pola súa orixinalidade, novidade ou eficacia no achegamento da cidadanía á administración local.

5.1 As páxinas web.

Iniciamos, pois, a análise e a interpretación dos datos obtidos durante a investigación coas páxinas web dos concellos galegos. Como se indicou no apartado adicado á metodoloxía, realizouse unha observación non participante que comprendeu a consulta dos espazos web de todos os municipios que dispoñen do mesmo co obxectivo de identificar o grao de actividade relativo a nove aspectos que se enumeran a continuación:

1. Emprego de ferramentas de xeolocalización.
2. Existencia de espazos de contacto nos que a cidadanía pode comunicarse co concello.
3. Apartados de novas, actualidade ou outro tipo de comunicacións cunha actualización periódica.
4. Posibilidade de subscribirse ás alertas ou novidades do concello a través das RSS.
5. Ligazón ás redes sociais ou apartados destinados ás publicacións recentes nas mesmas dentro da propia páxina web do concello.
6. Páxina web *responsive* —adaptable aos diferentes tipos de dispositivos—.
7. Portal de transparencia propio ou ligazón ao espazo do municipio en plataformas promovidas por outras institucións —Deputación, Goberno, Xunta, etc—.
8. Posibilidade de realizar trámites en rede.
9. Espazos adicados a contidos de tipo visual —vídeos, imaxes, percorridos virtuais, etc— de elaboración propia ou a través doutras plataformas —*Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Picasa, etc.*—.

Así mesmo, e en relación coa actividade en rede dos concellos galegos, ofreceranse os resultados obtidos da comunicación cos mesmos vía correo electrónico, establecendo a taxa de resposta e a demora desta.

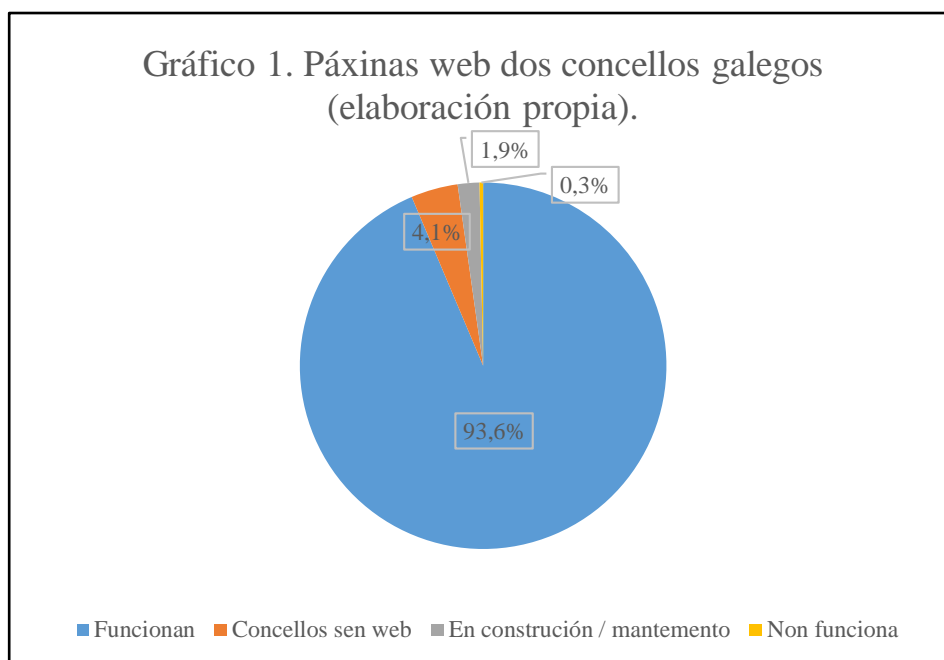
Antes de comezar a análise dos apartados enumerados con anterioridade, é preciso establecer o punto de partida da mesma no número de concellos de Galicia que contan con páxina web.

Dos 314 municipios da nosa Comunidade, 294 contan cunha páxina web totalmente operativa. Estes espazos poden presentar unhas características máis avanzadas e actuais ou máis anticuadas, mais ofrecen todos eles a posibilidade de desprazarse entre as súas diferentes seccións. A porcentaxe de concellos cunha páxina web operativa é pois do 93,6%.

No que respecta a aquelas localidades que carecen dun espazo propio na rede, estaríamos a falar de 13 municipios —Baltar, Beade, Os Blancos, Carballeda de Valdeorras, Gomesende, A Gudiña, Larouco, Porqueira, Punxín, Rubiá, San Amaro, Taboadela e Trasmirás—, todos eles na provincia de Ourense. Unha cifra que supón unha porcentaxe do 4,1% dos concellos galegos. É interesante observar como estes 13 concellos sen páxina web son municipios pequenos. Seis deles —Beade, Os Blancos, Gomesende, Larouco, Porqueira e Punxín— teñen menos de mil habitantes. Os outros sete —Baltar, Carballeda de Valdeorras, A Gudiña, Rubiá, San Amaro, Trasmirás e Taboadela— superan os mil habitantes, mais a cifra máis alta é a de Carballeda de Valdeorras, con 1.698. Serían, pois, todos concellos pequenos.

En canto a aqueles espazos en rede que no momento da análise —do 2 ao 18 de xuño— se atopaban en mantemento ou construción, vemos como son seis. Catro deles atópanse na provincia de Ourense —Castrelo de Miño, Cartelle, O Irixo e Cualedro— e dous na de Pontevedra —Mondariz e O Porriño—, e supoñen unha porcentaxe do 1,9% do total galego. O mantemento é algo fundamental nas páxinas web mais non é incerto que nestes casos se estendeu durante varias datas. Isto podería indicar modificacións de grande calado na propia páxina que requirirían dun maior espazo temporal.

Finalmente, atopouse unha única dirección web fóra de funcionamento. É www.tordoia.es, a páxina do municipio coruñés de Tordoia. É por iso que o 0,3% das páxinas estarían fóra de funcionamento.



Unha vez establecido o punto de partida, entramos de cheo na análise das características das páxinas web dos 294 concellos que contan con este tipo de plataformas. No sucesivo, aportaranse tanto os datos xerais do conxunto de Galicia como agrupados en cada unha das catro provincias. Así mesmo, a análise comezará cunha breve explicación de en que consiste cada unha das ferramentas ou espazos analizados. O seguinte chanzo será a exposición dos datos cuantitativos para dar paso á valoración cualitativa de como se emprega cada un dos instrumentos suxeito de estudo. É interesante poñer de relevancia que, a partires de agora, o 100% fará referencia aos 294 concellos que contan con páxina web, aínda que tamén se fará referencia ás porcentaxes no conxunto dos municipios da nosa Comunidade Autónoma.

5.1.1 Ferramentas de xeolocalización.

A xeolocalización é a «localización dunha persoa, obxecto, empresa, evento, etc. nun lugar xeográfico exacto determinado por unhas coordenadas. Estas proveñen xeralmente de satélites, aínda que se poden conseguir tamén por medio doutros dispositivos como as torres de telefonía móbil» (Jiménez, 2013). Aínda que a aplicación do termo é algo relativamente recente, os seus fundamentos non o son. É que o desenvolvemento tecnolóxico dos satélites e a aplicación ao noso día a día dos teléfonos móbiles intelixentes levaron esta idea a un novo estadio.

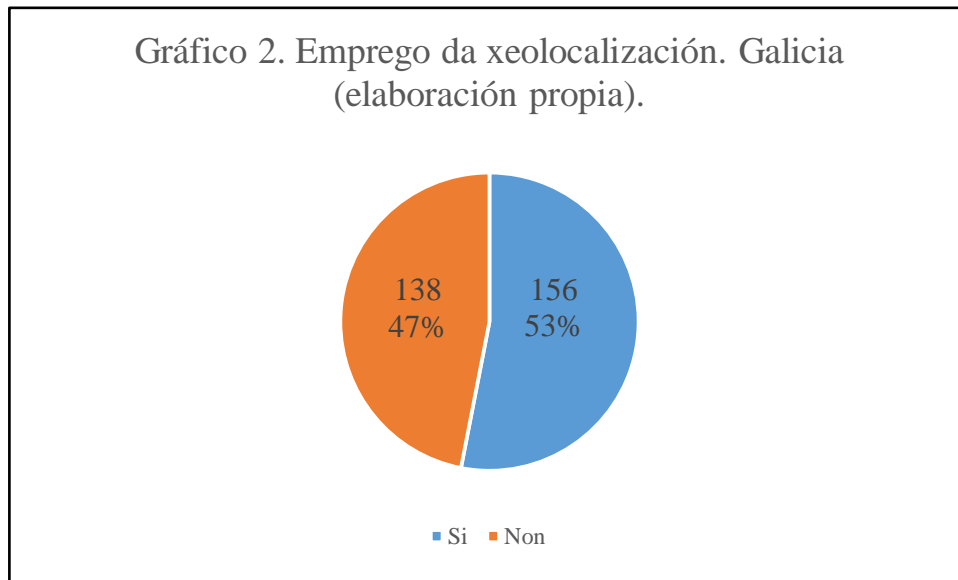
Na actualidade, a etiquetaxe dos contidos mediante a xeolocalización é unha técnica moi frecuente. Así, a práctica totalidade das redes sociais ofrécennos a posibilidade de adscribir as nosas publicacións ao lugar dende o que son publicadas, co obxectivo de agrupar todo aquilo que se produce nun mesmo lugar. Outra das posibles aplicacións é a obtención de propostas personalizadas segundo o lugar do planeta no que o usuario se atope. Deste xeito, cando visitamos unha cidade concreta podemos atopar información relativa aos restaurantes, o transporte público ou os lugares de interese cun alto grao de personalización coa simple axuda do noso teléfono móbil.

Con respecto ao seu emprego dentro dunha páxina web, a continuación preséntanse algunhas das súas vantaxes e potencialidades:

- É gratuíta.
- Ofrece a posibilidade de que os usuarios vinculen os espazos xeolocalizados pola propia organización aos seus terminais.
- Constitúen unha vía para a interacción cos usuarios.
- O emprego das tecnoloxías de xeolocalización mellora o posicionamento orgánico nos buscadores, facendo que aumenten as probabilidades de aparecer entre os primeiros resultados cando alguén busca algo relacionado cun concello concreto, por exemplo.
- Actúa como fonte de información xa que nas etiquetas propias da xeolocalización en plataformas como *Google Maps* pódense engadir datos de todo tipo —horarios, páxina web, números de teléfono, etc.—.

Unha vez exposto que é a xeolocalización e cales son as os seus principais usos e potencialidades para unha organización como pode ser un concello pásamos á análise cuantitativa do emprego desta tecnoloxía por parte dos municipios galegos.

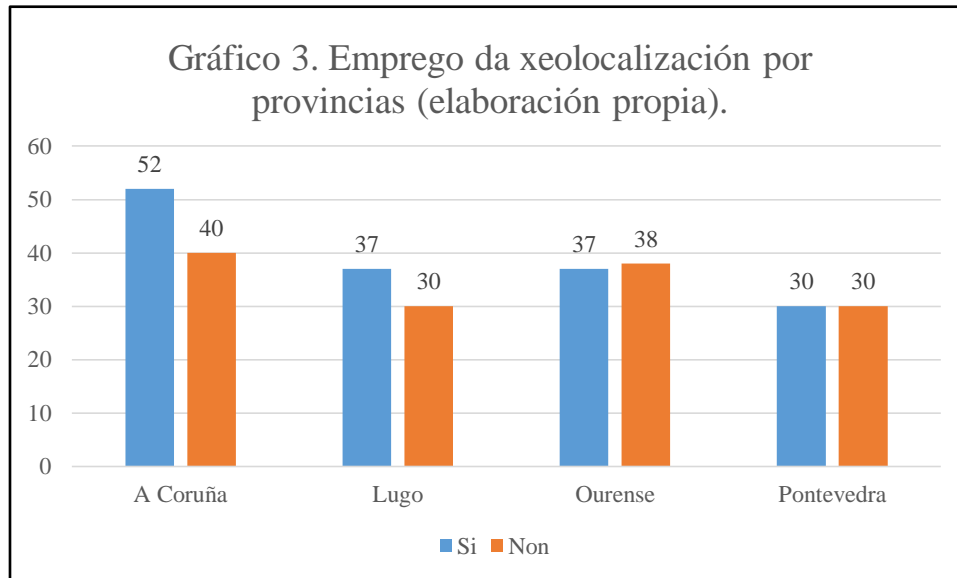
En primeiro lugar, prestamos atención aos datos totais de Galicia e observamos que son 156 os concellos que empregan algún tipo de ferramenta de xeolocalización nas súas páxinas web. Isto constitúe unha porcentaxe do 53% das 294 páxinas existentes. Así mesmo, son 138 os municipios que non contan coa posibilidade da xeolocalización no seu espazo en rede sendo, pois, o 46,9% dos casos, tal e como se pode apreciar no gráfico 2.



No que respecta aos resultados por provincias, atopamos tendencias bastante semellantes en todas elas, onde as cifras de emprego e non emprego da xeolocalización por parte dos diferentes concellos se adoitan situar próximas ao 50%.

Na Coruña, das 92 webs municipais son 52 as que contan con ferramentas de xeolocalización —un 56,5% das de toda a provincia— mentres que 40 carecen das mesmas —o que sitúa a porcentaxe no 43,5% para A Coruña—. En Lugo existen 67 espazos web pertencentes aos concellos —lembramos que ningunha localidade lucense carece do mesmo— das que 37 presentan o emprego da xeolocalización no seu interior —o 55,2% do total da provincia—. Así mesmo, 30 municipios da provincia de Lugo non usan este tipo de instrumentos —o 44,8%—.

En terceiro lugar atopamos a provincia de Ourense, a única na que o número de localidades que empregan a xeolocalización —en total 37, unha porcentaxe do 49,3%— é inferior ao número de municipios que non a empregan. Son 38 dos 75 concellos con páxinas web os que así o fan, o que dá lugar a unha porcentaxe do 50,7%. Finalmente, prestamos atención a Pontevedra onde, dos 60 municipios cun espazo web, 30 empregan a xeolocalización ao tempo que outros 30 non, situando as porcentaxes de emprego e non emprego no 50%. A continuación preséntase un gráfico —gráfico 3— que amosa de xeito máis visual toda esta información:



Tal e como se observou, as cifras amosan como tan só as provincias da Coruña e Lugo contan con porcentaxes de emprego da xeolocalización superiores ao 55%, mentres que tanto en Ourense como en Pontevedra o número de concellos que a empregan e os que non é practicamente semellante no primeiro dos casos e idéntico no segundo.

No que respecta ao apartado cualitativo, logo da análise apreciouse o emprego que se lle adoita dar ás ferramentas de xeolocalización por parte dos concellos adoita ser bastante sinxelo e non vai moito máis alá do posicionamento en *Google Maps* da Casa do concello ou algúns puntos de interese. Iso acontece na maioría dos casos como, por exemplo, na páxina web do municipio coruñés de Moeche. Tal e como se observa na imaxe 1, márcase cun punto a ubicación e o teléfono da casa consistorial. Deste xeito resulta posible incorporala ao navegador GPS se queremos dirixirnos a ese punto.



Imaxe 1: captura do espazo de xeolocalización do concello de Moeche (www.concellodemoeche.com)

Porén, atopáronse casos que van máis alá da mera situación no mapa da Casa do concello. Un exemplo sería o municipio da Fonsagrada onde, tal e como se observa na imaxe 2 se pode incorporar ao propio mapa toda unha serie de espazos municipais, lugares de entretemento, restaurantes e outros establecementos. Sería, pois, un emprego moi completo deste instrumento gratuito e de uso sinxelo. Tal e como se indicou anteriormente, isto repercute positivamente na posibilidade de establecer comunicación coa cidadanía ou os potenciais visitantes do concello ao tempo que se mellora o posicionamento nos buscadores de Internet.



Imaxe 2: captura do apartado “Que facer na Fonsagrada?” do concello da Fonsagrada (www.afonsagrada.org).

En contraposición aos dous exemplos vistos —nos que se empregaba a xeolocalización en maior ou menor medida—, existe un grande número de municipios que buscan dar conta da súa

situación xeográfica, aínda que empregando técnicas que non permiten a interacción co usuario nin a incorporación dos puntos xeográficos a outros dispositivos. Este sería o caso contido na imaxe 3, unha captura do espazo “Situación” da páxina web do concello Ourensán de Vilar de Barrio. Nela podemos apreciar como se sitúa o concello a través de tres mapas —que na web presentan movemento aínda que non a posibilidade de interactuar—.



Imaxe 3: captura do apartado “Situación” do concello de Vilar de Barrio (www.vilardebarrio.com).

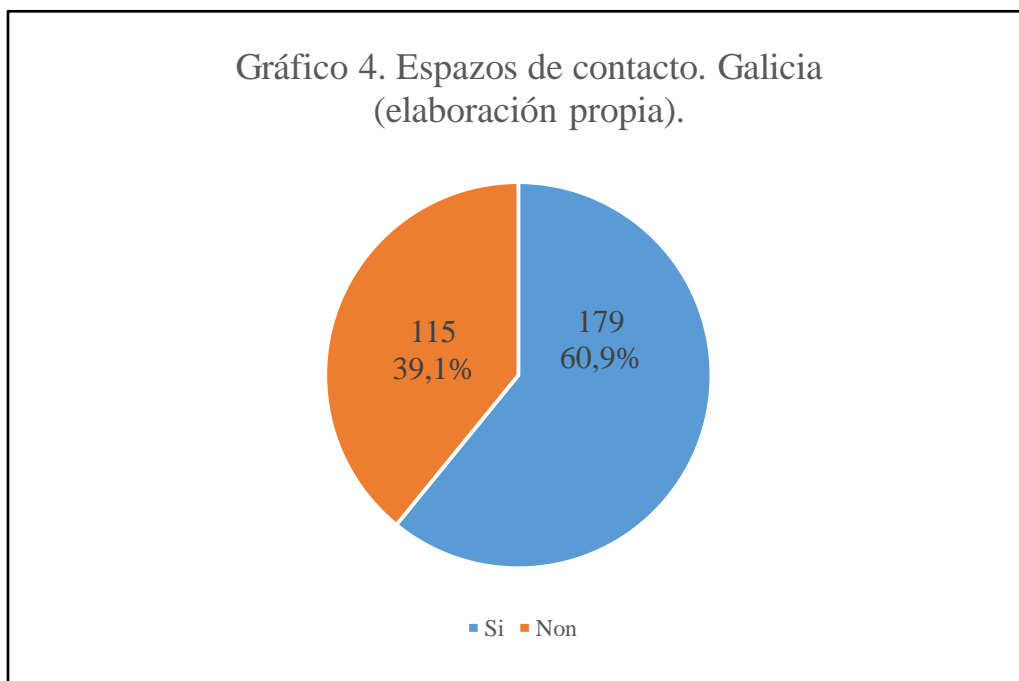
Esta sería a opción máis visual para dar conta da situación da localidade de entre aquelas que non empregan a xeolocalización. E é que outros concellos optan por unha sinxela descrición textual de que estradas é preciso percorrer o que liñas de transporte público tomar para chegar ao lugar.

Como resumo a este primeiro apartado da análise, a tendencia observada nos concellos galegos que empregan ferramentas de xeolocalización —o 53% dos que teñen páxina web— é a de empregar a mesma para situar no mapa a Casa do concello e, nalgúns casos, outros puntos de interese turístico ou outros edificios de xestión municipal. Podemos concluír con respecto ao emprego da xeolocalización que a súa implantación na administración local galega é baixa. E é que, como se indicou con anterioridade, é un instrumento gratuíto que se pode incorporar a calquera espazo web de xeito sinxelo —con tan só copiar na páxina web a ligazón que nos aporta *Google Maps*—. Ademais, aportarlle grandes beneficios á cidadanía, xa que se pode vincular a unha boa parte dos dispositivos electrónicos que usamos a cotío.

5.1.2 Espazos de contacto para a cidadanía.

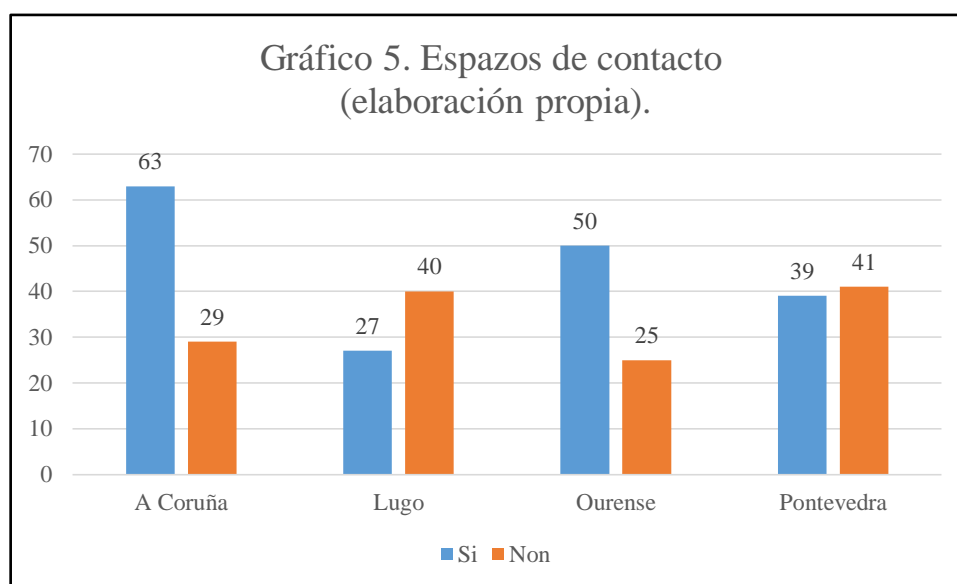
Unha das características fundamentais do Compromiso 2.0 é a posta en marcha de iniciativas que promovan e faciliten o contacto da cidadanía coas institucións públicas. A páxina web é un excelente lugar para levar a cabo este tipo de accións, pois é a carta de presentación en liña da organización correspondente. Neste punto entramos a analizar o grao de implantación de ferramentas que fagan posible que a cidadanía se dirixa aos seus respectivos concellos sen necesidade de despegarse da súa computadora ou do seu teléfono móbil. E é que cada vez son máis as dúbidas que se poden solucionar por vía electrónica, sen necesidade de empregar tempo agardando quenda na centraliña telefónica.

Atendemos, en primeiro lugar, aos resultados para o conxunto de Galicia, onde observamos que son 179 os municipios que contan con algún tipo de espazo de contacto para a cidadanía, unha porcentaxe do 60,9% dos 294 concellos que contan con páxina web. Pola contra, serían 115 —o 39,1% dos casos— aqueles que non ofrecen esta posibilidade no seu espazo en rede.



Por provincias, atopamos resultados bastante semellantes en todas elas, agás en Lugo, que é a excepción neste caso. Observouse como na Coruña son 63 os concellos que contan con algún tipo de ferramenta de contacto para a cidadanía —o 68,5% dos casos dentro da provincia— mentres que 29 —o 31,5%—, non. Datos semellantes son os de Ourense, onde 50 dos 75 municipios con páxina web presentan algún tipo de espazo de contacto para a cidadanía —unha

percentaxe do 66,7%— mentres que 25, non —o 33,3% dos casos—. En Pontevedra son 39 as localidades que poñen a disposición das súas xentes a posibilidade de contactar co consistorio por vía electrónica —o 65% dos municipios— ao tempo que 21 non o fan así —un 35%—. Como se puido apreciar, as porcentaxes de implantación deste tipo de espazos sitúanse máis alá do 65% nas tres provincias xa comentadas mais en Lugo obsérvase unha tendencia totalmente oposta. O caso lucense amosa como tan só 27 dos 67 municipios poñen á disposición dos seus veciños espazos de contacto por vía electrónica —o 40,3% dos concellos— ao tempo que 40 non ofrecen esta posibilidade, o que sitúa a porcentaxe do “non” no 59,7%.



No que respecta ao xeito no que se empregan este tipo de espazos de contacto, a modalidade máis frecuente é a do formulario, no que o usuario debe aportar unha serie de datos persoais —os máis frecuentes son o nome e a dirección de correo electrónico aínda que nalgúns casos poden pedirse outros como a dirección ou o número de teléfono— ademais da mensaxe ou consulta que desexa realizar. Un exemplo desta técnica é o espazo de contacto do concello ourensán de Calvos de Randín e que se pode ver na imaxe 4. Como se pode observar, trátase dun instrumento sinxelo e de doada incorporación a calquera páxina web, mesmo á dunha localidade de 922 habitantes como Calvos de Randín, á que se lle presuporían, de partida, menos esforzos no que ás tecnoloxías dixitais se refire xa que, ademais do reducido da súa poboación, máis da metade desta ten máis de 65 anos (IGE, 2015). E é que moitas das plataformas de creación de espazos en liña xa contan con modelos de formulario para incorporar ás páxinas, polo que facelo resulta realmente sinxelo.



Imaxe 4: captura do apartado “Contacto” do concello de Calvos de Randín (www.calvosderandin.com).

Outra das técnicas observadas no emprego dos formularios de contacto é outorgarlle un nome a estes. Así, por exemplo, en Carballo recibe o nome de “Liña directa co alcalde”. En Soutomaior —provincia de Pontevedra— denomínase a este espazo “Carta ao alcalde” e na Capela, A Coruña, “Fala con Manolo” —facendo referencia a Manuel Meizoso, alcalde da localidade— e que se pode ver na imaxe 5. Estas tres iniciativas son, tal e como se indicou, formularios semellantes ao empregado en Calvos de Randín que recolle a imaxe 4, mais outórgaselles un protagonismo diferente concedéndolle importancia á relación entre o concello e os cidadáns ou entre os cidadáns e o seu alcalde.

Aínda que incorporar este tipo de apartados á páxina web é un grande paso cara ao emprego de técnicas propias do Compromiso 2.0, o escenario ideal é aquel no que as consultas realizadas por esta vía son rápidas e conseguen solucionar as posibles dúbidas que nelas se plantexan. Nesta investigación tentará acharse a efectividade dos concellos galegos a través da vía electrónica, aínda que non se empregarán os formularios de contacto —que, como se expuxo, están presentes no 60,9% dos municipios galegos con páxina web—. Máis adiante amosaremos os resultados dunha comunicación vía correo electrónico cos 314 concellos galegos, analizando a efectividade da súa resposta e a rapidez da mesma, para o que empregaremos as direccións que ofrece a Federación Galega de Municipios e Provincias na súa páxina web.

Fala con Manolo

Si tes algunha consulta ou suxerencia que facerme, podes usar o seguinte formulario. Tentarei atender todas as consultas o antes posible.

Manuel Meizoso

Alcalde de A Capela

Teu nome*:	<input type="text"/>
Teu apelido*:	<input type="text"/>
Tif.*:	<input type="text"/>
E-Mail:	<input type="text"/>
Tua consulta*:	<input type="text"/>
Verificación:	 <input type="text"/> Introdúzca el resultado por favor
<input type="button" value="Enviar"/>	

Imaxe 5: captura do apartado “Fala con Manolo” do concello da Capela, A Coruña (www.concellodacapela.es).

Como peche a este apartado no que se analizou a incorporación de espazos de contacto para a cidadanía, é necesario indicar que a súa presenza nas páxinas web dos concellos galegos non é tan alta como se podería pensar de partida se temos en conta o baixo custe deste tipo de tecnoloxías e o doado do seu uso. Os mellores resultados atopariámoslos na provincia da Coruña onde practicamente sete de cada dez municipios contan cun lugar de contacto para a cidadanía. As cifras nas provincias de Ourense e Pontevedra son bastante semellantes. Así mesmo, os maiores problemas estarían en Lugo, a única provincia na que é maior o número de concellos que non incorporaron estas ferramentas ao seu espazo dixital.

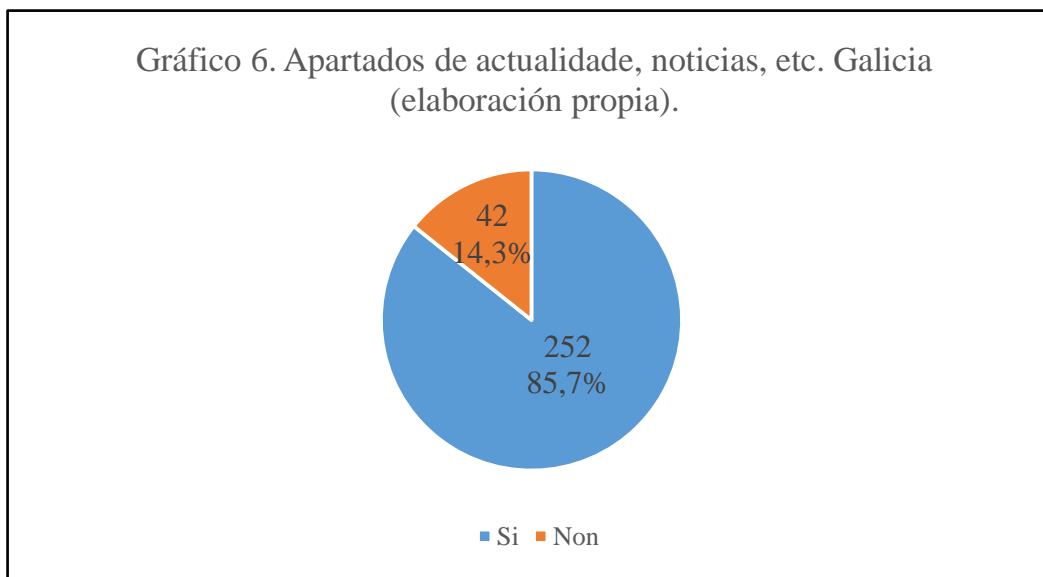
5.1.3 Apartado de novas, actualidade ou outras comunicacións con actualización periódica.

No marco teórico acudimos á Real Academia Galega para definir o termo “blog”, unha «páxina web, xeralmente de carácter persoal, cunha estrutura cronolóxica que se actualiza regularmente e que presenta información ou opinións». Recuperamos, pois, esa definición neste punto porque entramos a analizar a existencia ou non de apartados de actualización periódica dentro das páxinas web dos concellos galegos. Os espazos analizados no presente apartado non constitúen un elemento externo á páxina web nin adoitan ser parte de plataformas de creación de blogs como *Blogger* ou *WordPress* mais comparten con estas a actualización periódica dos contidos, a súa exposición cronolóxica e, nalgúns casos, a posibilidade de comentar as publicacións.

Os blogs serían pois, unha sorte de xénese na que se fundamentan tipo de espazos que os municipios adoitan empregar para anuncios, novidades, avisos á cidadanía, etc. Este tipo de instrumentos son moi útiles para a administración pública en xeral e para a local en particular. E é que constitúen unha plataforma na que poder verter toda a información que se desexe, quedando así almacenada e dispoñible para a consulta dos usuarios en calquera momento, dende o máis recente ao publicado inicialmente. Esta información non ten por que ser só textual xa que a web admite tamén imaxe, vídeo ou outros elementos interactivos que non só poden contribuír a unha mellora da comprensión do publicado senón que tamén inciden de xeito decisivo no posicionamento do espazo en rede nos principais buscadores —entre os que destacaría *Google*—.

No que respecta aos datos totais para o conxunto da comunidade galega, atopamos como son 252 os concellos que incorporan este tipo de espazos nas súas páxinas web, o que supón unha porcentaxe do 85,7% entre os 294 municipios con espazo propio na rede. Así mesmo, o número de localidades que non conta cun apartado de noticias ou información de actualización periódica é de 42, situando a porcentaxe no 14,3% do total galego, tal e como recolle o gráfico 6, que se presenta a continuación:

Gráfico 6. Apartados de actualidade, noticias, etc. Galicia (elaboración propia).

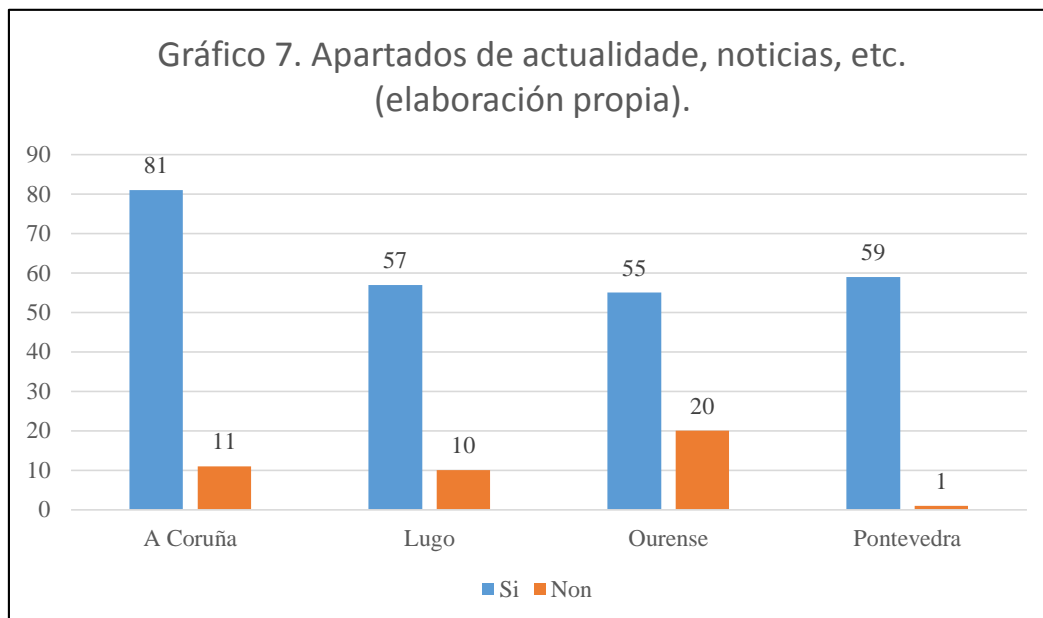


Por provincias, e tal e como se amosa no gráfico 7, a diferenza é moi salientable en todas elas a favor do emprego deste tipo de espazos de noticias de actualización periódica. Así, na provincia da Coruña observamos que 81 das 92 webs municipais conteñen este tipo de iniciativas, o que supón unha porcentaxe de uso do 88% fronte aos 11 concellos que non obran deste xeito, o 12% do total da provincia.

En Lugo son 57 as localidades que presentan apartados de noticias nas súas páxinas en rede —o 85,1% das 67 páxinas da provincia— mentres que 10 —o 14,9%—, non. A provincia con menor porcentaxe de implantación deste tipo de espazos é Ourense onde 55 dos 75 municipios con páxina web fan uso deles —o 73,3%— mentres que 20 —o que dá lugar a unha porcentaxe do 26,7%—, non.

Finalmente sorprende o caso de Pontevedra onde tan só o municipio de Dozón carece dun apartado de noticias ou de actualidade na súa páxina web municipal de entre os 60 concellos da provincia. As porcentaxes sitúanse, por tanto, no 98,3% para aqueles concellos que fan uso deste tipo de espazos fronte a Dozón, que supón o 1,7% do total da provincia.

As porcentaxes de emprego deste tipo de ferramentas de uso sinxelo e gratuíto —ao igual que acontecía coa xeolocalización e o desenvolvemento de espazos de contacto— é moi alta en toda Galicia, sendo do 85,1% no total da comunidade. De feito, se separamos os datos por provincias tan só Ourense baixaría da barreira do 85% mentres que asistimos a como en Pontevedra só existe un municipio que non faga emprego destes espazos.



En canto ás tipoloxías de apartados de actualidade ou noticias dos concellos galegos, logo da observación das 294 webs municipais puideron identificarse tres tendencias: verter contidos sen modificación algunha con respecto ao orixinal —publicación dos carteis de promoción dos actos do concello, dos documentos relativos a bandos ou convocatorias, etc—, entradas meramente textuais cunha extensión variable ou entradas que combinan a presenza do texto coa da imaxe. A continuación preséntanse un exemplo para cada unha das prácticas ao tempo que se analiza o grao de implantación das mesmas. É importante ter en conta que os municipios mesturan as tres en maior ou menor medida, tan só se observou cal delas é a máis frecuente.

A práctica máis habitual de entre as tres descritas con anterioridade é a de publicar os carteis promocionais dos eventos que teñen lugar no municipio. Observouse que, en ocasións, é a imaxe a que toma o protagonismo da publicación, é así que nos podemos atopar con concellos que se limitan a crear entradas nas que o único elemento presente é a imaxe dese cartel promocional ou os bandos municipais sobre temáticas diversas. Isto estaría presente na imaxe 6, obtida da páxina web do concello de Catoira, na provincia de Pontevedra.

BANDOS/ANUNCIOS

20.05.2016



Imaxe 6: captura do apartado “Actualidade” do concello de Catoira, Pontevedra (www.catoira.es).

Así mesmo, dentro desta técnica atopamos unha segunda variante que sería a de ofrecer os arquivos para a súa descarga. Deste xeito, se o usuario desexa obter a información debe realizar unha nova acción —a de descargar o documento— o que implica un paso máis na navegación. Isto é o que se amosa na imaxe 7, que fai referencia ao espazo de actualidade do concello lucense de Carballedo. Como se poderá observar o usuario que queira consultar este bando deberá descargalo no seu dispositivo. Esta acción implica un novo consumo de datos para a nosa rede telefónica algo que os usuarios adoitan coidar en grande medida cando a navegación se realiza dende un teléfono móbil. Ademais, é preciso salientar que este emprego dos espazos de novidades —tanto se se ofrecen os arquivos directamente mediante imaxes como se se ofrecen para a súa descarga— xogan en contra do bo posicionamento da páxina web nos principais buscadores, que priman a combinación de textos de mediana extensión —cálculase que para o correcto posicionamento en *Google* estes deben ter máis de 450 palabras e contar

con salientados en negriña entre outras características— con imaxes que se presenten correctamente etiquetadas —para o que se empregan os metadatos que toda imaxe contén xa de por si—.



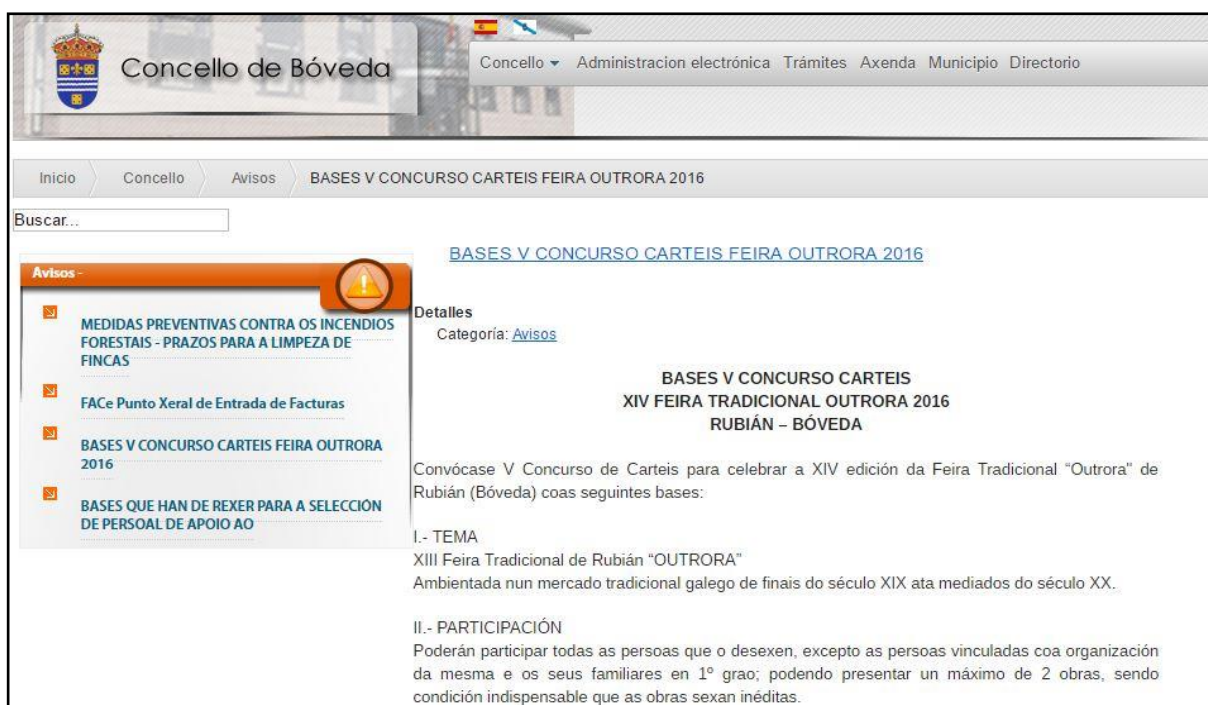
Imaxe 7: captura do apartado “Actualidade” do concello de Carballedo, Lugo (www.concellocarballedo.es).

A segunda das técnicas máis empregadas é a da combinación de texto e imaxe nas publicacións sobre a actualidade dos municipios. É certo que na análise se observou a maioría das imaxes que acompañan estes contidos textuais soen ser os propios carteis que anuncian os actos aos que fan referencia e, en ocasións os bandos municipais que se explican no texto. Con todo, a ollos dos criterios de posicionamento propios da web 2.0 e de achega de información á cidadanía, suporía ir un chanzo máis alá ao mesturar elementos visuais con outros textuais. A imaxe 8 amósanos o espazo de actualidade do concello ourensán de Verín, onde se mestura o texto —que neste caso tería tan só 218 palabras— cunha imaxe que acompaña a información. Aínda que imperfecta para un correcto posicionamento polo curto do texto, este tipo de publicacións constituirían un avance con respecto á vertedura de contidos que indicabamos con anterioridade. Así mesmo, serían de maior axuda para os usuarios que a seguinte tipoloxía que imos describir: as publicacións unicamente textuais.



Imaxe 8: captura do apartado de novas do concello de Verín, Ourense (www.verin.es).

Finalmente, a terceira das metodoloxías observadas no que á publicación da actualidade dos concellos se refire sería a da creación de contidos meramente textuais, sen ningún tipo de apoio visual ou gráfico. Esta sería a opción con menor forza entre as tres descritas, mais son varios os municipios que a empregan. Un exemplo podería ser o concello lucense de Bóveda, onde se dá conta dalgunhas das novidades a través de textos longos como o que recolle de xeito parcial a imaxe 9 —o texto orixinal contido na páxina web ten 581 palabras—.



Imaxe 9: captura do apartado de avisos do concello de Bóveda, Lugo (www.boveda.gob.es).

Como peche a este punto da análise, diremos que a implantación dos apartados de con actualización periódica destinados a dar conta das novidades ou os avisos relativos ao municipio é, ata este punto, a ferramenta con maior grao de uso. E é que o 85,7% das páxinas web municipais poñen á disposición dos seus potenciais usuarios este tipo de lugares nos que, tal e como se indicou, poder informarse de todo o que acontece na súa localidade. Con todo, é preciso deixar claro que, como todos os instrumentos e técnicas analizadas nesta investigación, non é suficiente con contar con eles. Unha das premisas dunha correcta acción na rede vinculada ao Compromiso 2.0 é a de non “estar por estar” senón estar porque realmente se observan as vantaxes e as potencialidades de todo aquilo que se emprega.

Para o caso dos espazos de actualidade, novas ou información á cidadanía estamos en disposición de indicar que se fai un bo uso dos mesmos conforme a esa valoración das súas vantaxes e potencialidades. Os municipios galegos presentan unha alta actividade para este tipo de ferramentas que son de grande utilidade para a cidadanía.

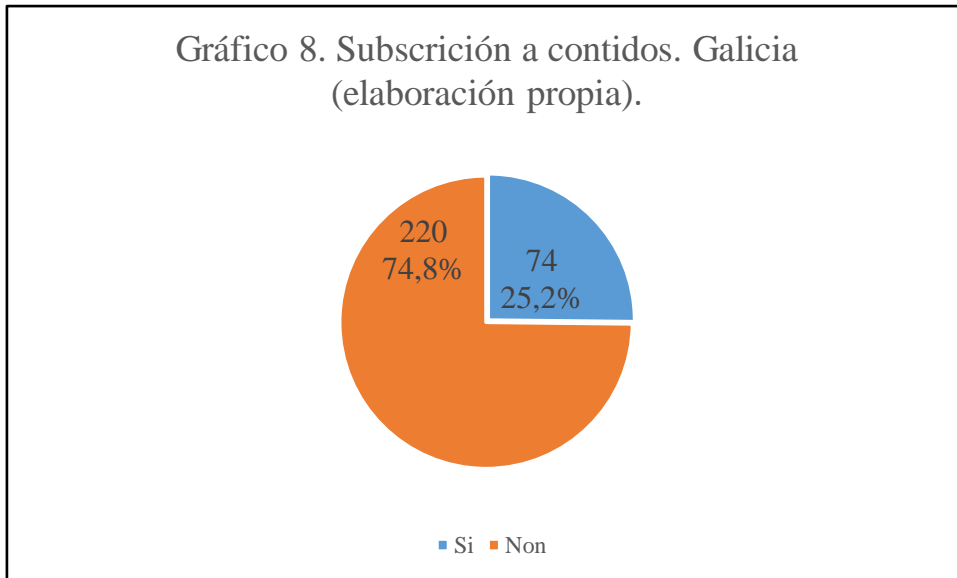
5.1.4 Subscrición a contidos vía RSS ou mediante outras iniciativas.

Na rede existe unha cantidade inxente de espazos. Ao longo da nosa vida, un usuario medio visita tan só unha pequena porción dos mesmos. Con todo, a suma de todas as páxinas web polas que navegamos no noso día ou na nosa semana, tamén pode chegar a ser moi alta. A subscrición aos contidos dos sitios web fai que non teñamos que estar pendentes das novas que se publican neste tipo de espazos. No marco teórico destinouse un apartado a falar da suscrición aos contidos publicados en liña. Tal e como se indicou, esta pode facerse ben aportando a nosa dirección de correo electrónico —co que nos chegará un boletín periódico coas últimas actualizacións da páxina en cuestión— ou ben a través de agregadores de RSS —plataformas nas que se nos permite agrupar todos os contidos aos que queremos subscribirnos— resulta posible estar ao tanto daquela información que podería ser do noso interese.

No que respecta ás organizacións en xeral, e a administración —local, neste caso— en particular, este tipo de tecnoloxías pode supoñer un grande beneficio para os seus usuarios. E é que todo aquilo que publica un concello é potencialmente interesante para os seus veciños en primeiro lugar e para unha masa maior ou menor de público potencial —persoas de municipios limítrofes, turistas, medios de comunicación, etc.—. Grazas ao emprego das RSS, todas aquelas persoas que así o desexen poden recibir as novidades inmediatamente despois de que estas sexan publicadas, resultando posible crear alertas ou avisos para aquilo que suscite maior interese no usuario. Isto evítalle aos cidadáns —no caso que nos ocupa— ter que acudir aos sitios web dos seus concellos co obxectivo de ver se se publicou algo novo ou se todo permanece como na súa visita anterior.

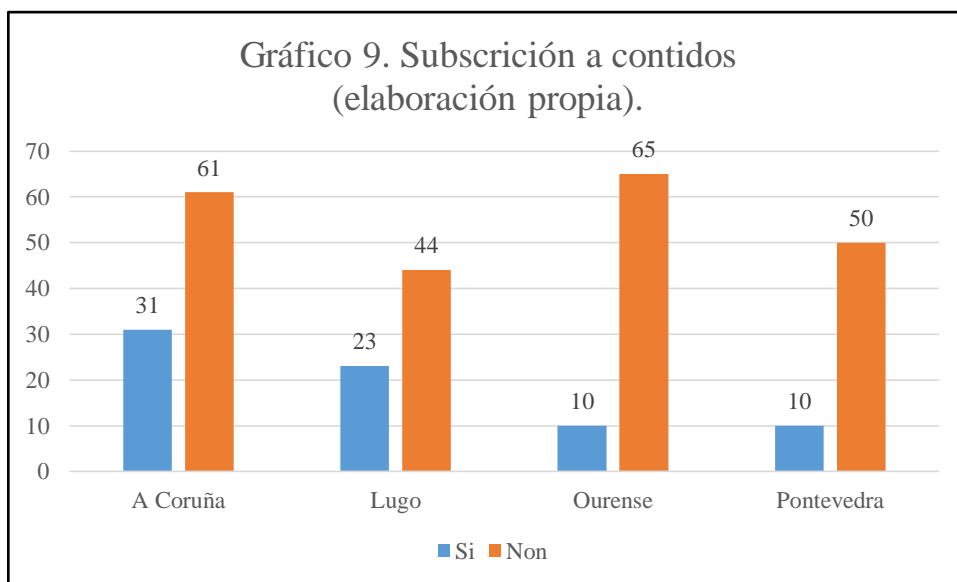
Comezamos a análise cuantitativa dando conta dos datos de implantación deste tipo de tecnoloxía no conxunto total de Galicia. Como amosa o gráfico 8, o número de municipios que conta cun apartado adicado a ofrecer a posibilidade de subscribirse ás súas publicacións é de 74, o que dá lugar a unha porcentaxe do 25,2% entre os 294 concellos que teñen páxina web. Pola contra, a cantidade de espazos web municipais que non contan cun apartado de RSS sitúase nos 220, o 74,8% do total galego. Coa simple achega destes datos xa é posible aportar unha pequena valoración inicial xa que, como se pode comprobar, tan só a cuarta parte dos municipios galegos pon a disposición dos seus potenciais usuarios a subscrición ás súas publicacións.

Gráfico 8. Subscripción a contidos. Galicia (elaboración propia).



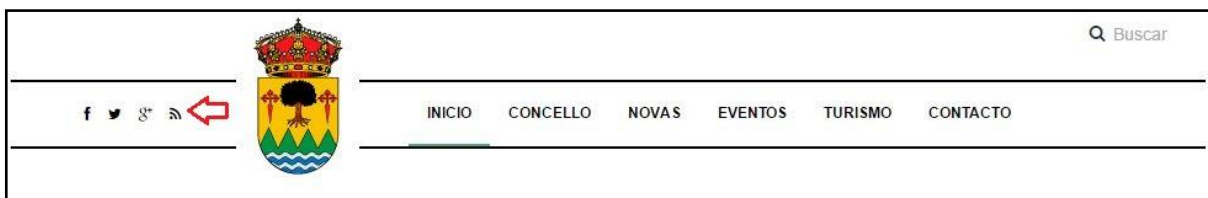
Atendemos agora á análise das cifras en cada unha das catro provincias da nosa comunidade a través dos datos contidos no gráfico 9. Na Coruña, son 31 dos 92 municipios con páxina web os que contan coa subscripción a contidos a través de RSS ou mediante boletíns enviados ao correo electrónico. Isto dá lugar a unha porcentaxe de implantación do 33,7% ao tempo que 61 localidades —o 66,3%— non conta con esta posibilidade. Lugo sería a raíz dos datos observados a provincia que presenta unha porcentaxe máis alta no uso desta tecnoloxía. E é que 23 dos seus 67 concellos fan uso da mesma —unha porcentaxe do 34,3%— polos 44 —o 65,7%— que non. En Ourense son 10 as localidades con subscripción de contidos a través das RSS —o 13,3% do total— polas 65 —un 86,7%— que non. Finalmente, Pontevedra presenta datos bastante semellantes. Son tamén 10 municipios os que implantaron esta tecnoloxía —o 16,7%— ao tempo que 50 non —o 83,3% do total provincial—.

Gráfico 9. Subscripción a contidos (elaboración propia).



No que respecta ao xeito de empregar esta tecnoloxía por parte dos municipios que decidiron incorporala á súa páxina web, atopamos dúas tendencias que se identificaron con anterioridade. A primeira delas sería a do botón RSS, que podemos atopar en diferentes localizacións dentro das páxinas. Este botón xera un código que lle serve aos usuarios para quedar suscrito a todo aquilo que se publique nese lugar.

En primeiro lugar achegamos o exemplo de Folgoso do Courel, onde o botón RSS conta cun espazo na cabeceira da páxina, a carón das ligazóns ás redes sociais e do escudo do municipio. Na imaxe 10 aparece sinalado cunha frecha de cor vermella.



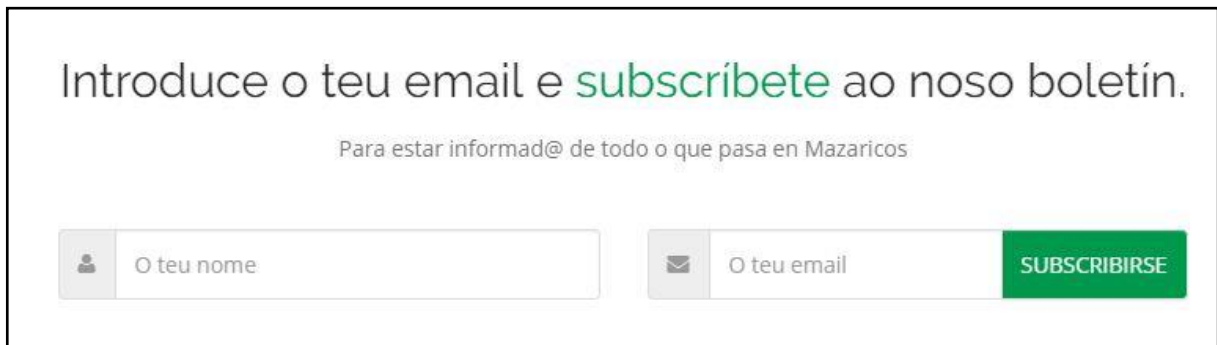
Imaxe 10: captura da cabeceira da páxina web do concello de Folgoso do Courel, Lugo (www.folgosodocourel.es).

Dentro do emprego do botón RSS tamén se identificaron outras tendencias que lle concederían un lugar menos visible a este pero que o manteñen en todo momento á vista do usuario. Exemplo disto é a imaxe 11, onde se achega unha captura do *footer* ou pé da páxina web. Nel observamos que é posible acceder á práctica totalidade dos espazos da web ao tempo que o visitante pode subscribirse aos contidos publicados a través das RSS como, novamente, sinala a frecha vermella.



Imaxe 11: captura do pé da páxina do concello de Begonte, Lugo (www.concellodebegonte.es).

A segunda vía para facilitarlle achegarlle aos usuarios os contidos dende o mesmo momento da súa publicación é a da subscrición aos mesmos a través dun formulario na propia páxina web. Este sería o caso do municipio coruñés de Mazaricos, tal e como nos amosa a imaxe 12. Como se pode observar, para subscribirse aos contidos producidos por este concello basta con introducir o nome do usuario e a súa dirección de correo electrónico. A partires dese momento, todas esas informacións chegaranlle á conta indicada no momento da súa publicación.



Introduce o teu email e **subscríbete** ao noso boletín.

Para estar informad@ de todo o que pasa en Mazaricos

O teu nome

O teu email

SUBSCRIBIRSE

Imaxe 12: captura do espazo para a subscrición do concello de Mazaricos, A Coruña (www.mazaricos.gal).

Tal e como puidemos observar, o grao de implantación da subscrición aos contidos na administración local galega é baixo. Tan só un 25,2% dos municipios pon a disposición dos seus habitantes e dos usuarios da rede a posibilidade de recibir aqueles contidos que se encargaron de producir. Xa sexa no seu correo electrónico ou a través dun agregador de contidos. Falamos dun baixo grao de implantación non só polas cifras do mesmo, senón porque as RSS nalgunha das súas modalidades, ao contrario do que acontece con outras tecnoloxías, é algo sinxelo de aplicar que non require dun mantemento diario. Ademais, tal e como se indicou, ofrecerlle á cidadanía a posibilidade de estar ao tanto de todo aquilo que anuncia o seu concello pode supoñer un aforro de tempo evitando acudir á páxina web municipal en todo momento para buscar que hai de novo nela.

5.1.5 Web *responsive* con capacidade de adaptarse a todo tipo de dispositivos.

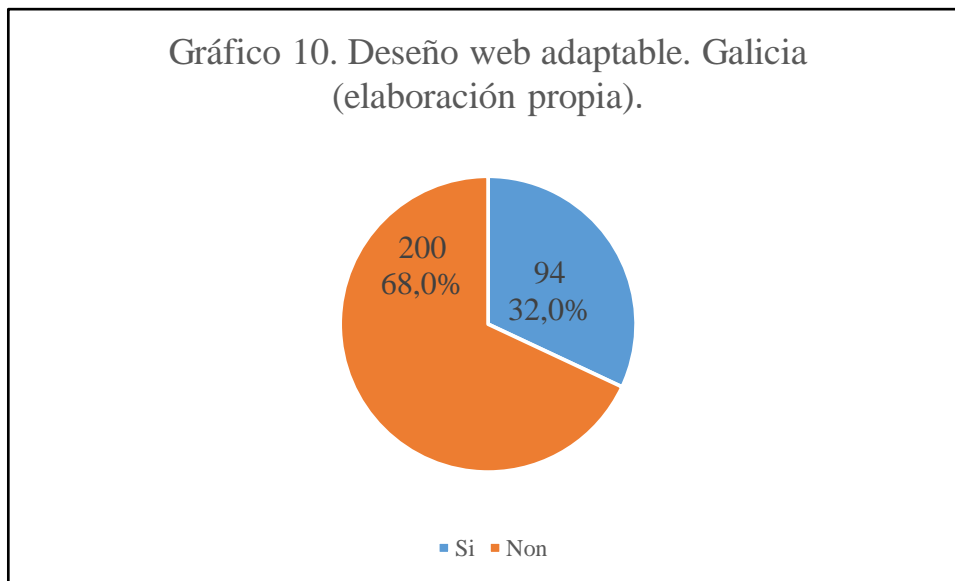
Neste punto entramos a dar conta do grao de implantación do deseño web adaptable — *responsive* na súa denominación en inglés— nas páxinas dos concellos galegos. Mais antes de dar conta das cifras arredor do uso deste tipo de deseño comezaremos por realizar unha pequena achega técnica sobre algunhas das características do mesmo.

Un xeito sinxelo de explicar que é o deseño *responsive* ou adaptable é dicir que sería aquel deseño web que busca a correcta visualización dos contidos dunha mesma páxina nos diferentes dispositivos. Ata fai uns anos a conexión a Internet realizábase soamente mediante computadoras. Na actualidade, resulta posible navegar pola rede tamén dende o noso teléfono móbil, as *tablets* ou as videoconsolas entre outros dispositivos. Este tipo de aparellos poden ter pantallas dun tamaño diferente, polo que a cantidade de información que podemos visualizar nela de xeito que resulte visible pode variar tamén. Por exemplo, nun teléfono móbil poderíamos ver unha páxina web cos mesmos contidos que atopamos cando a visitamos dende unha computadora mais sería imprescindible achegarse e afastarse para que estes resultaran comprensibles á vista. O deseño web adaptable fai que os elementos que forman parte das páxinas funcionen como unha sorte de bloques que poñen dispoñerse dun xeito ou outro segundo o tamaño da pantalla na que se visualizan. Así mesmo, o navegador detectaría se a pantalla se atopa en vertical ou horizontal, de xeito que os contidos mudan a súa posición co obxectivo de ofrecerlle ao usuario unha mellor experiencia no seu consumo.

O feito de incorporar esta técnica de deseño á páxina web dunha institución como pode ser un concello repercute positivamente no sentido de que fai máis fácil o acceso á información ao facela máis visual e atractiva ao ollo. Contar co deseño *responsive* fai que sexa moito máis doado o consumo das páxinas webs municipais, pois as cifras de consumo de implantación dos dispositivos móbiles como as *tablets* ou os teléfonos intelixentes non deixan de medrar. Pero, en que medida empregan este tipo de deseño os municipios galegos?

A análise realizada amosa a este respecto que tan só 94 dos 294 municipios con páxina web fan uso do deseño web adaptable aos diferentes dispositivos. Isto constitúe unha porcentaxe do 32% con respecto ao total de Galicia, tal e como reflicte o gráfico 10. Por tanto, son 200 as páxinas webs municipais que non contan con esta tecnoloxía nos seus espazos en rede, unha porcentaxe

do 68%. No que respecta ás cifras globais obsérvase que o grao de implantación é moi baixo pois tan só tres de cada dez municipios fan emprego do deseño *responsive*.

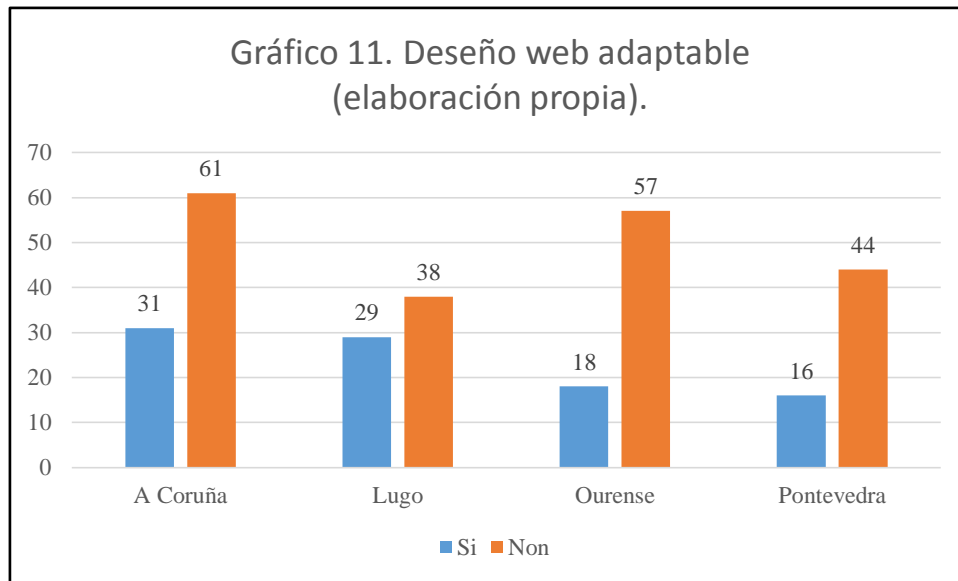


Con todo, existe unha alternativa ao mesmo, que sería o feito de contar cunha versión específica para dispositivos móbiles o que popularmente se coñece como a “versión móbil” dunha páxina web. Co obxectivo de complementar a investigación no que se refire a este apartado buscouse se os dez municipios galegos de maior poboación —Vigo, A Coruña, Ourense, Lugo, Santiago de Compostela, Pontevedra, Ferrol, Narón, Vilagarcía de Arousa e Oleiros— contaban cunha versión móbil para as súas páxinas web. É preciso ter en conta que destes dez tan só os concellos da Coruña e de Pontevedra presentan unha páxina con deseño adaptable.

Unha vez consultadas os dez espazos en liña a través dun *smartphone* observouse que ningún deles adaptaba o seu deseño a este tipo de navegación a excepción, claro está, dos dous casos xa citados de Pontevedra e A Coruña. Por tanto, o grao de implantación desta tecnoloxía entre os concellos de maior poboación é do 20%.

No que respecta aos datos separados por provincias, é preciso partir da base de que ningunha das catro supera o 50% de implantación deste tipo de deseño. Aínda así, observouse que Lugo é a provincia cunha maior porcentaxe de uso, situándose esta no 43,3% grazas aos 29 concellos que o empregan. No caso da Coruña, vemos como 31 municipios contan cun deseño *responsive* —o 33,7%— mentres que 61, non. Menores son os graos de uso apreciados en Pontevedra —onde son 16 dos 60 concellos con páxina web os que o empregan, o que dá lugar a unha

porcentaxe do 26,7%— e en Ourense —con 18 localidades con espazos web adaptables e un 26,7% de uso—. O gráfico 11 amosa de xeito moi visual o grao de implantación desta tecnoloxía nos espazos dixitais dos municipios galegos.



Por tanto, e como peche a este apartado da investigación, diremos que as porcentaxes de implantación da adaptabilidade aos diferentes dispositivos para as páxinas web dos concellos de Galicia é baixa, pois tan só tres de cada dez presentarían esta característica. Tal e como se indicou ao comezo deste epígrafe, isto repercute na experiencia que se lles posibilita aos usuarios potenciais —que, para este caso serían os veciños do concello e todas aquelas persoas que desexasen visitalo—, pois non facilita o consumo da información dispoñible nestes espazos dixitais a través dos teléfonos móbiles ou as tabletas, aparellos que cada vez contan con máis presenza no noso día a día.

Porén, hai que dicir que o emprego desta tecnoloxía faría necesario levar a cabo mudanzas de base nas páxinas web, que presentan características técnicas anticuadas. Para moitos dos casos sería imprescindible acometer a acción de crear un novo espazo na rede dende cero algo que, naturalmente, faría necesaria unha inversión económica. É por iso que semella comprensible o baixo grao de implantación do deseño *responsive* na administración local galega aínda que non deixaría de ser unha das áreas de mellora con vistas ao futuro.

5.1.6 Existencia dun espazo de transparencia e/ou de datos abertos á cidadanía.

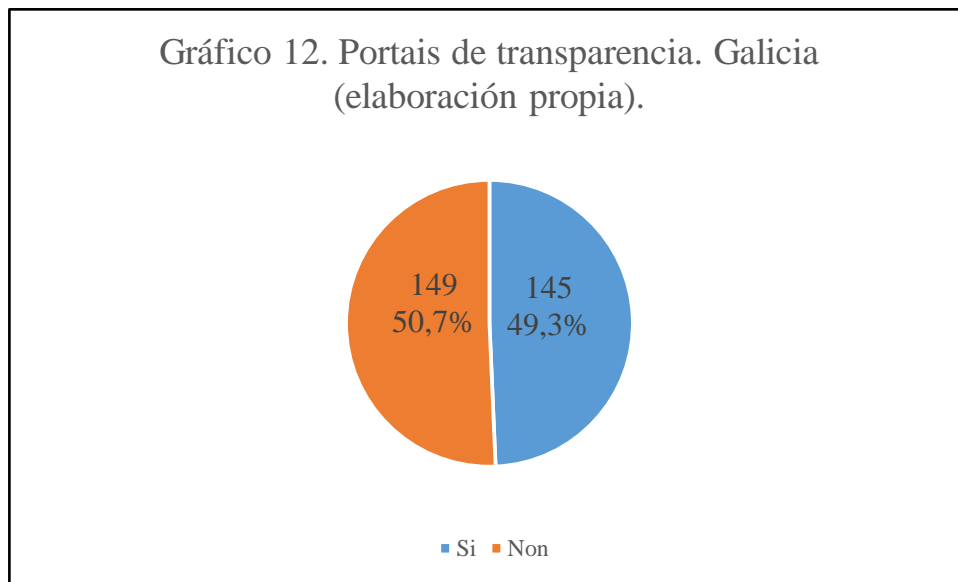
A Lei 19/2013 do 9 de decembro de transparencia, acceso á información pública e bo goberno recolle que «a transparencia, o acceso á información pública e as normas de bo goberno deben ser eixos fundamentais de toda acción política» (BOE número 295. 10 de decembro de 2013). Co obxectivo de dar a coñecer todo aquilo que conforma a vida política e das institucións e que non afecta ao desenvolvemento das mesmas en termos de seguridade ou confidencialidade, a administración iniciou a finais do ano 2013 este proceso que, aínda que pasaron xa dous anos e medio, se atopa na súa fase inicial.

De cara á elaboración deste epígrafe da investigación centrarémonos nun dos artigos da xa citada lei. E é que o artigo 10 recolle todo aquilo relacionado cos portais de transparencia. Deles dise que «a Administración Xeral do Estado desenvolverá un Portal da Transparencia» (BOE número 295. 10 de decembro de 2013) mais tamén que «A Administración Xeral do Estado, as Administracións das Comunidades Autónomas e das Cidades de Ceuta e Melilla e as entidades que integran a Administración Local poderán adoptar outras medidas complementarias e de colaboración para o cumprimento das obrigas de transparencia» (BOE número 295. 10 de decembro de 2013). A Lei de Transparencia determina tamén cales son os principios técnicos que deben cumprir os datos expostos neste tipo de portais —que serán accesibles, interoperables e reutilizables—. Como é natural faise referencia ao tipo de documentos que se deben recoller dentro destas iniciativas de transparencia. Este serían arquivos de información institucional, organizativa, de planificación, de relevancia xurídica, económica, orzamentaria ou estatística entre outros.

O que imos tratar neste punto é pois o grao de adhesión dos municipios galegos a este tipo de iniciativas de transparencia, observando esta dende un punto cuantitativo mais tamén cualitativo. Con respecto ao apartado cuantitativo, comezaremos por aportar cifras do número de concellos que poñen á disposición da cidadanía arquivos das áreas citadas anteriormente. Xa sexa dentro da súa páxina web ou a través de ligazóns nesta a espazos externos promovidos por outras institucións.

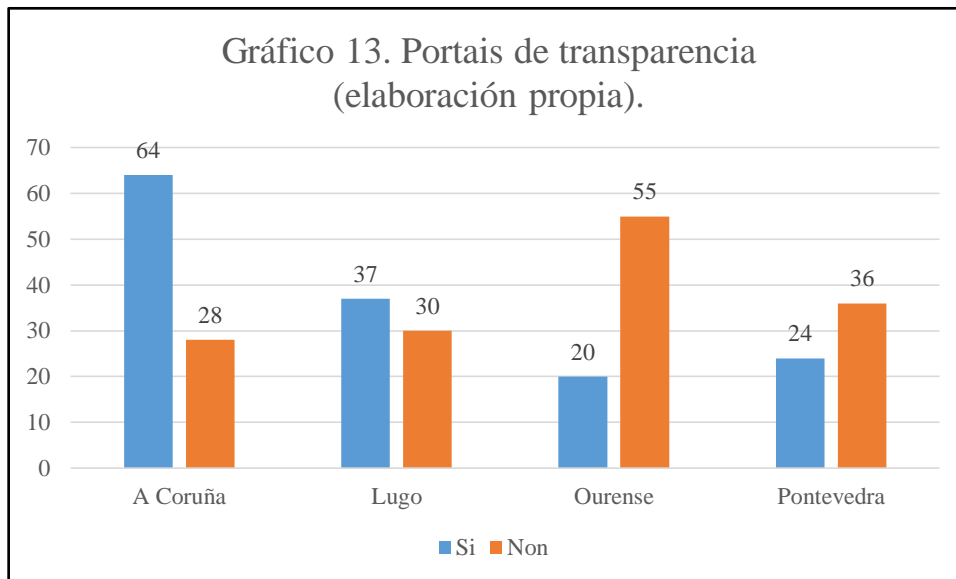
O gráfico 12 recolle as cifras relativas ao número de concellos que contan con portais de transparencia propios ou acceso a portais externos no conxunto da comunidade galega. Como se pode observar cunha simple ollada ao gráfico, estas son bastante parellas. Son 145 os

municipios que contan con portal propio ou ligazón a un portal externo dentro da súa páxina web —o 49,3% do total galego— mentres que, pola contra, son 149 os municipios que non obran deste xeito —un 50,7%—. Con todo, é moi importante ter en conta a distinción que se fai neste mesmo parágrafo. De cara á análise deste apartado tívose en conta só aqueles casos nos que se ofrece unha ligazón a portais de transparencia promovidos por outros organismos —Deputacións, Xunta de Galicia, ou Goberno Central— ou aqueles nos que é o propio concello o que crea un espazo de transparencia no que render contas ante os seus cidadáns. Resulta importante esta distinción pois atopouse que, no conxunto de Galicia, 19 municipios están adheridos a algún tipo de iniciativa de transparencia —Vilasantar, Baleira, Baralla, Castro de Rei, Chantada, Foz, Guitiriz, Mondoñedo, Monforte de Lemos, Monterroso, Muras, Navia de Suarna, Negueira de Muñiz, Pol, Riotorto, Samos, Sober, Trabada e Viveiro— mais non ofrecen acceso directo dende as súas páxinas web, que deberían exercer como punto central da actividade en rede dos diferentes concellos.



Procedemos agora a amosar os datos relativos ás catro provincias galegas aos que fai referencia o gráfico 13. Vemos que non existe unha tónica similar para as catro provincias. A Coruña sería a que conta cunha maior implantación dos portais de transparencia pois 64 dos 92 concellos con páxina web empregan este instrumento —unha porcentaxe do 69,6%—. A esta seguiríaa Lugo, onde o 55,2% das localidades están adheridas a algún tipo de iniciativa de transparencia e así o recollen na súa páxina web. Con todo, é necesario salientar que 18 dos 19 municipios citados anteriormente cando falabamos daqueles que aínda estando adscritos a iniciativas de transparencia non as recollen nos seus espazos en liña son desta provincia.

En Ourense e Pontevedra pódese apreciar unha tónica distinta. Na primeira estaría a porcentaxe de implantación máis baixa para o caso dos portais de transparencia. Tan só o 26,7% dos municipios farían uso desta ferramenta —20 das 75 localidades con páxina web—. En Pontevedra a porcentaxe de uso sitúase no 40%, grazas aos 24 concellos que potencian os portais de transparencia a través do seu espazo na rede.



Estas son as cifras que nos deixa a análise cualitativa do emprego dos portais de transparencia na administración local galega. Entramos agora a ver cal é o uso que se fai destes pois, pode que neste epígrafe e no seguinte —no que se dará conta da posibilidade de realizar trámites en rede— cobre maior importancia esta cuestión. Tal e como se barallou na hipótese, pode que algunhas das ferramentas empregadas polos municipios galegos nas súas páxinas web constitúan tan só accións de visibilización en lugar de espazos que poidan aportarlle valor á cidadanía. Iso é o que imos tratar de amosar nas vindeiras liñas, nas que entraremos na análise dos tipos de actividade que se levan a cabo con respecto aos portais de transparencia así como na calidade da mesma.

Comezaremos por expoñer a fórmula de acceso máis frecuente a estes portais de transparencia municipal. A vía máis común non sería outra que a de recoller unha ligazón na portada da páxina web. Uns concellos optan por ligazóns que comprenden só texto coa palabra “Transparencia” ou “Portal de Transparencia” mentres que outros acompañan esa ligazón dunha imaxe de maior ou menor tamaño que levaría ao usuario ao portal mencionado. Este sería o caso do municipio coruñés de Brión, que nos serve de exemplo desta práctica tal e como

recolle a imaxe 13. Outra das técnicas máis empregadas sería a de ofrecer a ligazón a este espazo no menú principal da web.



Imaxe 13: captura da portada da páxina web do concello de Brión, A Coruña (www.concellodebrion.org).

No que respecta á autoría do portal existen, fundamentalmente, dúas posibilidades. A primeira sería a da elaboración propia por parte do municipio correspondente do seu portal de transparencia. Este sería o caso de, por exemplo, Pontearreas. O concello pontevedrés pon a disposición de todos os usuarios o espazo en rede *transparencia.concellodepontearreas.gal* que permite a consulta dos orzamentos cun grande nivel de detalle —ata o punto de que se ofrecen ligazóns a arquivos en liña que conteñen os detalles dos gastos do municipio para todos os trimestres dende o ano 2014—.

Este mesmo espazo recolle os indicadores ITA —unha serie de características deseñadas por Transparencia Internacional que determinarían unha correcta acción nesta materia— que cumpre e non cumpre, neste caso, Pontearreas. O caso que recolle a imaxe 14 podería cualificarse de excepción, pois non é frecuente que os municipios ofrezan a información cun nivel de detalle tan alto e, moito menos, dispoñible para a súa descarga en formatos que sexan modificables e abertos —que ofrezan a posibilidade de seren traballados sen modificación algunha—.



Imaxe 14: captura do portal de transparencia do concello de Ponteareas, Pontevedra (transparencia.concellodeponteareas.org).

Outro xeito de achegar a información relativa ao concello nas áreas identificadas ao comezo deste epígrafe sería a adscrición a algunha das diferentes iniciativas de transparencia que poñen en marcha organismos como as Deputacións Provinciais ou o Goberno Central. E é que, de non ser así, moitos municipios non terían á súa disposición os recursos materiais e humanos necesarios para a posta en marcha deste tipo de espazos.

Un exemplo deste tipo de iniciativas sería o portal de transparencia da Deputación Provincial de Lugo. Este espazo en liña non só ten como obxectivo a rendición de contas á cidadanía por parte do organismo provincial, senón que lle ofrece aos municipios que o compoñen a posibilidade de incorporar a un repositorio propio todos aqueles datos de interese para os usuarios. Ademais, tal e como recolle a imaxe 15, a partires do aportado polos diferentes municipios —como neste caso As Nogais— calcúlase un índice de transparencia segundo se cumplan ou non uns determinados indicadores dentro de diversas áreas —transparencia económico-financeira, información sobre a Corporación Municipal, relacións cos cidadáns e a sociedade, transparencia na contratación de servizos, etc.—. A Deputación Provincial da Coruña pon tamén a disposición dos municipios a posibilidade de renderlle contas á cidadanía a través dos portais de transparencia que incorpora na súa sede electrónica —que será analizada máis polo miúdo no seguinte apartado—.

The screenshot shows the 'Portal de Transparencia' website for the 'Concello de As Nogais'. The header includes the logo 'PORTAL DE Transparencia' and the text 'Deputación de Lugo'. A navigation menu contains links for 'Inicio', 'Transparencia', 'Gráficos transparencia', 'O proxecto', 'Blog', 'Lei de transparencia', and 'Contacto'. A breadcrumb trail reads: 'Concello das Nogais » Transparencia » Publicidade activa » Índice de Transparencia'. The sidebar on the left lists categories such as 'Información xeral', 'Índice de Transparencia', 'Información sobre a Corporación Municipal', 'Relacións cos cidadáns e a sociedade', 'Transparencia económico-financieira', 'Transparencia na contratación de servizos', 'Transparencia en materia de urbanismo, obras públicas', 'Transparencia internacional', 'Participación cidadá', 'Bo goberno', and 'Acceso á información'. The main content area features a search filter for the year '2014' and a 'Buscar' button. Below this, a box titled 'Información do número de Indicadores publicados' shows 'Total de indicadores' as '15 / 46'.

Imaxe 15: captura do portal de transparencia da Deputación Provincial de Lugo (portaltransparencia.deputacionlugo.org).

As Deputacións Provinciais de Lugo e A Coruña serían, pois, as que máis teñen avanzado nesta materia xa que nas provincias de Ourense e Pontevedra —nas que observamos que a implantación dos portais de transparencia é menor— este tipo de iniciativas adoitan estar adscritas a iniciativas promovidas polo Goberno Central que dan servizo non só a municipios galegos senón aos de toda España.

Entramos agora a analizar o tipo de información que se adoita publicar neste tipo de espazos en liña. As mesmas plataformas —como a da Deputación de Lugo que recolle a imaxe 15— contan con epígrafes marcados nos que os responsables de publicar dita información en cada concello terían que tan só subir os documentos. É, por tanto, un proceso sinxelo que calquera persoa cunha mínima formación no ámbito da informática pode realizar. Porén, que o proceso resulte sinxelo non quere dicir que isto sexa suficiente para cumprir coas obrigas de transparencia que a lei establece para a administración pública.

Logo da visita a todos os portais de transparencia existentes, observouse que nunha grande parte deles o número de documentos dispoñibles para a consulta e/ou a descarga é cero. Poderíamos

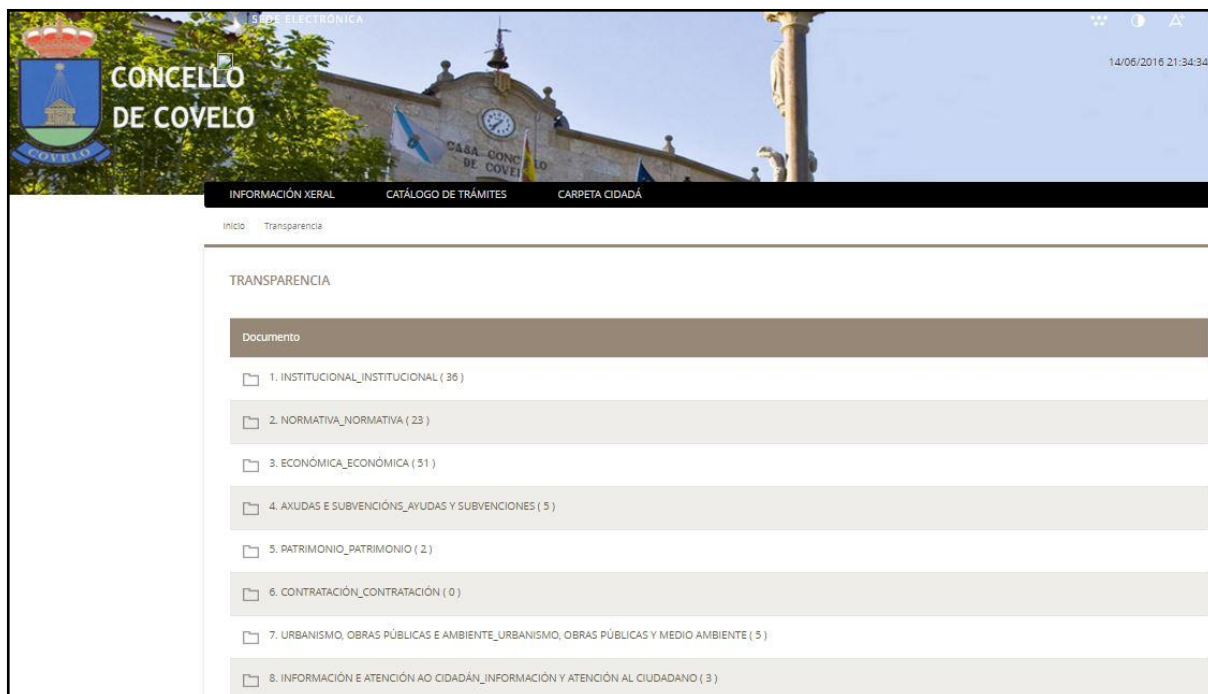
falar, nestes casos, de espazos non efectivos que trasladan a idea de que o concello en cuestión cumpre a lei e dá conta das súas accións á cidadanía cando realmente non é así.

Este sería o caso que recolle a imaxe 16, unha captura do espazo de transparencia da localidade pontevedresa da Cañiza. Na data e na hora que se indica na parte superior dereita —e que a propia aplicación recolle en todo momento— o municipio pontevedrés non tiña aínda ningún documento publicado neste espazo.



Imaxe 16: captura do portal de transparencia da Cañiza, Pontevedra (caniza.sedelectronica.es).

A tendencia xeral observada é a de publicar pouca información. Ademais, esta non se adoita presentar en formatos abertos que permitan o traballo de análise dos datos a través de programas como, por exemplo, *Microsoft Excel*. Porén, hai municipios que, aínda non cumprindo esta segunda premisa de aportar datos abertos, si poñen a disposición dos seus cidadáns un grande volume de información municipal. Por aportar cifras de dous exemplos, o concello lucense de Burela ten publicados no seu portal de transparencia 421 documentos —a data do 14 de xuño de 2016—. Outro caso similar sería o de Covelo, localidade pontevedresa de 2.617 habitantes que teñen á súa disposición 125 documentos relativos á actividade da súa administración local, tal e como recolle a imaxe 17.



Imaxe 17: captura do portal de transparencia de Covelo, Pontevedra (covelo.sedelectronica.es).

O derradeiro tema tratado neste epígrafe será o tipo de documentos que se soen recoller nos portais de transparencia municipal. Os máis frecuentes son os referentes á normativa dos concellos, os bandos e as ordenanzas. Tamén adoitan publicarse extractos dos presupostos así como a composición da Corporación Municipal.

Pola contra, datos como os currículos dos concelleiros ou a axenda do alcalde así como o patrimonio que atesoran os membros da Corporación serían moito menos frecuentes se realizásemos unha visita polos portais de transparencia da administración local galega.

Así pois, e como peche a este apartado, diremos que os municipios galegos mirados como conxunto non presentan un alto grao de cumprimento do disposto na Lei de Transparencia de decembro do 2013. Pode que aínda nos atopemos nun momento inicial da mesma —aínda que pasaron máis de dous anos dende a súa publicación— ou que non se revise con severidade o seu cumprimento. Como puidemos documentar, tan só a metade da administración local galega pon a disposición dos usuarios en xeral e dos seus cidadáns en particular espazos de transparencia a través da súa páxina web. Podería achacarse isto ao alto custe de poñer en marcha este tipo de iniciativas mais púidose comprobar que existen proxectos doutras administracións como o Goberno Central ou as Deputacións Provinciais que teñen como obxectivo a incorporación aos municipios dos instrumentos de transparencia.

Vistos os datos e a acción que se leva a cabo nesta materia resulta evidente que se precisa dun maior esforzo, pois estariamos ante accións que terían como obxectivo achegar o goberno aos cidadáns. Xestos como a transparencia contribúen á modernización da administración pública ao tempo que se dota de ferramentas que van en consonancia co Compromiso 2.0.

5.1.7 Posibilidade de realizar trámites e xestións en rede.

Xa no punto anterior relatabamos un dos esforzos do conxunto da administración pública do Estado por achegarse á cidadanía a través do emprego das novas tecnoloxías. Pero a transparencia é tan só unha das vías para realizar ese achegamento no que, como vimos observando ao longo deste traballo, a tecnoloxía xoga un papel fundamental.

No marco destas reformas que tratan de modernizar os organismos públicos atopamos o *Plan de Transformación Digital de la Administración General del Estado y sus organismos públicos*, promovido polo Ministerio de Facenda e Administracións Públicas no ano 2015. Este documento está enmarcado na Estratexia TIC 2015-2020 do mencionado Ministerio e ten como meta a consecución dunha Administración Dixital dentro de catro anos. Para iso, bótase man dunha Comisión encargada da análise do que se está a facer na actualidade e da aplicación das melloras propostas na materia.

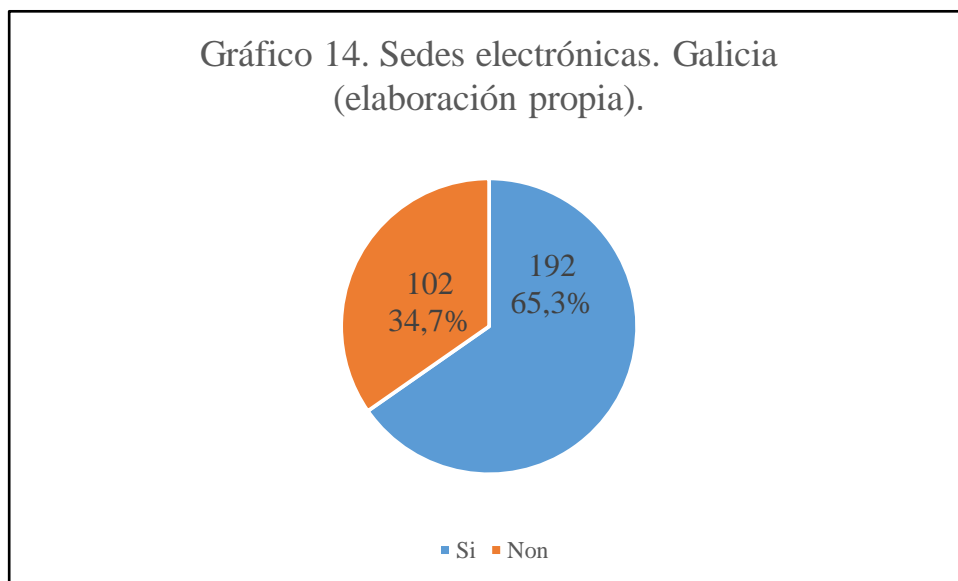
A estratexia proposta para o conxunto de España recolle unha serie de principios como a colaboración entre as administracións e os cidadáns, a orientación dos usuarios cara aos servizos de xeito que non se produzan duplicidades e se simplifican os trámites, a innovación constante e a colaboración entre os diferentes organismos que compoñen o conxunto da administración pública.

O *Plan de Transformación Digital de la Administración General del Estado y sus organismos públicos* establece toda unha serie de obxectivos a cumprir co horizonte fixado no 2020. Algúns estarían vinculados á relación dos traballadores da administración con esta, outros á relación entre organismos públicos e outros á relación da cidadanía coa administración nos seus diferentes niveis. Con respecto a esta derradeira idea, dise que a canle dixital deberá ser o medio preferido polos cidadáns e as empresas para relacionarse coa administración, polo que é preciso dotala de instrumentos que permitan prover os servizos por esta vía.

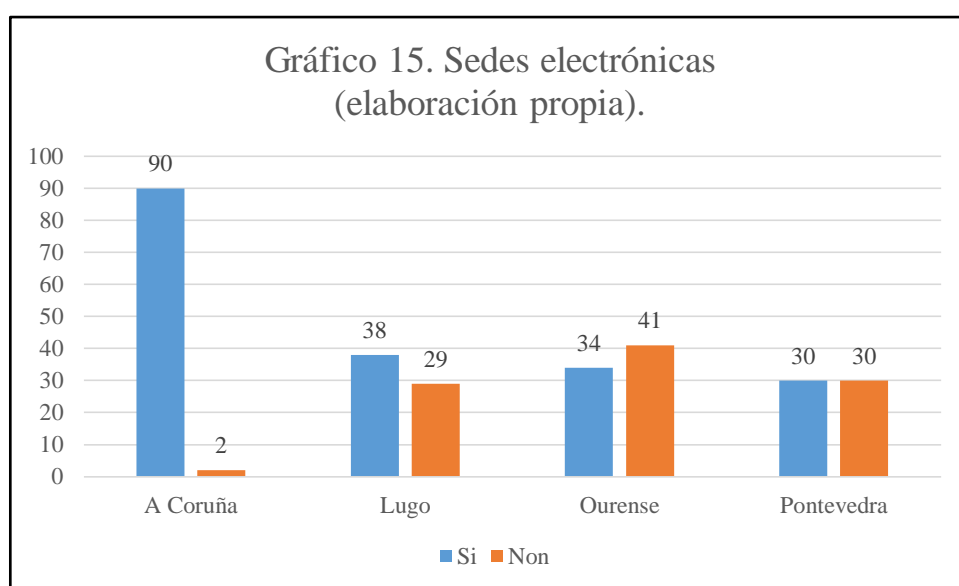
É neste marco no que xurdirían os portais de administración electrónica, frecuentemente nomeados como “sede electrónica”, que lle permitirían aos cidadáns levar a cabo certos trámites coa simple mediación da súa computadora ou o seu teléfono móbil. A isto contribúe a crecente implantación do DNI electrónico ou os certificados e firmas dixitais, que posibilitan a identificación das persoas neste tipo de espazos en rede, facendo que poidan realizar as súas xestións con total seguridade.

O que se vai analizar neste epígrafe é o grao de implantación das sedes electrónicas ou a posibilidade de realizar determinados trámites a través de Internet. Así mesmo, realizaremos unha exposición dalgúns dos diferentes xeitos de operar atopados na administración local galega, identificando as tendencias máis frecuentes, salientando as boas prácticas e dando conta doutras que non irían en consonancia cos preceptos marcados nese horizonte 2020 que ten como obxectivo a dixitalización da administración pública. Porén, de cara a elaboración deste chanzo da análise é preciso ter en conta que nos atopamos na fase inicial deste proxecto. Se anteriormente viamos como no caso da transparencia aínda non existía unha tendencia común nin se cumpría totalmente co indicado na Lei é moi probable que algo semellante aconteza nesta ocasión.

Comezamos por achegar cifras sobre a existencia ou non da posibilidade de realizar xestións en rede nas páxinas web para o conxunto da administración local galega. O gráfico 14 amosa como son 192 dos 294 municipios con espazo en liña os que poñen a disposición dos seus cidadáns sedes electrónicas, o 65,3% do total galego. Pola contra, serían 102 os que non dispoñen destas ferramentas polo que situando no 34,7% a porcentaxe de municipios da nosa comunidade que carecen delas. Con estes datos na man estaríamos ante unha das tecnoloxías máis empregadas entre as analizadas ata o momento, só superada polos espazos de contacto e os apartados de novidades ou noticias.



No que respecta ao reparto en cada unha das catro provincias, podemos observar no gráfico 15 que A Coruña sobresaie por enriba do resto xa que tan só 2 concellos —Mañón e Paderne— carecerían deste tipo de espazos. As sedes electrónicas contan cunha implantación na provincia da Coruña do 97,8%. Lugo sería a segunda, aínda que aquí apreciamos resultados máis parellos entre as localidades que empregan este instrumento e as que non. Serían 38 os concellos con sede electrónica —o 56,7%— polos 29 que non —o 43,3%—. No que respecta a Ourense, é menor o número de municipios que ofrece a posibilidade de realizar xestións en liña —34, un 45,3% do total da provincia— que os que non —41 municipios que conforman un 54,7% do total—. Finalmente, Pontevedra amosa números semellantes en canto ao emprego e o non emprego das sedes electrónicas serían 30 os municipios que ofrecen a posibilidade de realizar xestións a través da rede e 30 tamén os que non.



Unha vez amosadas as cifras arredor do uso das sedes electrónicas por parte da administración municipal galega, dedicaremos un pequeno espazo a dar conta do xeito no que estes se empregan. Comezamos por expor os principais xeitos de informar á cidadanía e aos visitantes da páxina web que existe unha sede electrónica que os veciños poden empregar para realizar consultas ou levar a cabo algúns trámites. A este respecto observáronse, fundamentalmente, dúas tendencias. A primeira sería a de incluír a sede electrónica no menú principal da páxina web. Ben baixo o propio nome de “sede electrónica” ou con termos análogos como o que nos amosa a imaxe 18, tomada do espazo en rede do municipio ourensán de Carballeda de Avia. En Carballeda optouse por incluír no menú principal unha ligazón baixo o nome de “Concello dixital” dende a cal se ten acceso á xa citada sede electrónica.



Imaxe 18: captura da portada da páxina web de Carballeda de Avia, Ourense (www.carballedadeavia.es).

Porén, o xeito máis frecuente de amosar que o concello conta cunha sede electrónica é optar por unha ligazón incluída nunha imaxe cun cadro de fondo azul e co termo “sede electrónica” no seu interior. Este sería un apoio visual moi frecuente ao igual que outras imaxes de corte corporativo ou institucional que, supoñemos, serán aportada polos órganos e institucións que promoven este tipo de portais de xestión de trámites en rede. Un exemplo desta práctica sería o concello coruñés de Vedra, tal e como recolle a imaxe 19.



Imaxe 19: captura da portada da páxina web de Vedra, Ourense (www.concellodevedra.com).

En canto ás iniciativas encamiñadas a dotar os municipios dunha sede electrónica a través da cal os cidadáns poidan realizar as súas xestións, atopouse que, por exemplo, a Deputación da Coruña pon a disposición dos concellos que a integran unha plataforma común á que están

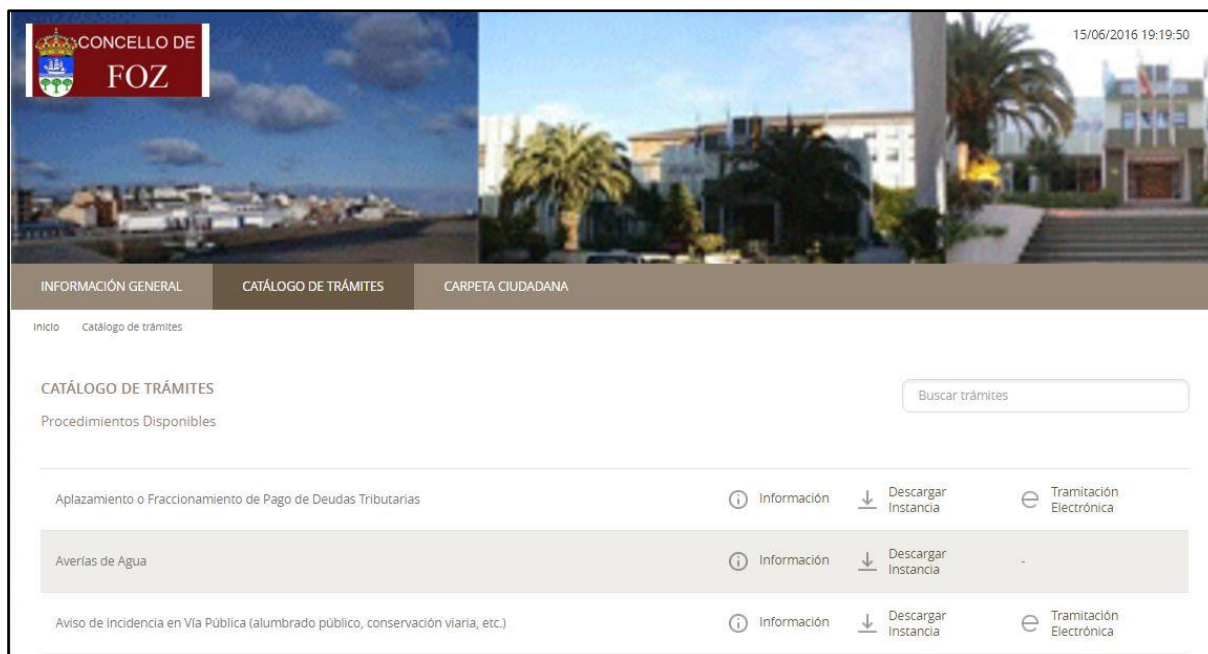
adheridos a meirande parte destes. Isto é o que nos amosa a imaxe 20, unha instantánea da sede electrónica de Lousame. Esta interface sería común a todos aqueles concellos á “Plataforma de Administración Electrónica” iniciada no ano 2012 pola Deputación Provincial da Coruña.



Imaxe 20: captura da sede electrónica do concello de Lousame, A Coruña (sede.lousame.es).

Outra das plataformas máis empregadas sería a que pon a disposición dos municipios españois a Administración Xeral do Estado, que tomaría a forma de *[nome do concello].sedelectronica.es* e que contén unha serie de espazos fixados que mesturan as accións de transparencia —tratadas no epígrafe anterior— coa posibilidade de realizar diferentes xestións —solicitud de licenzas de obra, pago de impostos, consultas sobre o estado de tramitación dos expedientes, etc.—. A imaxe 21 amosa dá conta da aparencia que toma este espazo en liña para os municipios de toda España a través do exemplo da localidade lucense de Foz.

Tal e como se pode observar, a sede electrónica pon a disposición dos usuarios a documentación necesaria para realizar os seus trámites fisicamente nas oficinas municipais —a través da descarga dos impresos— pero tamén resulta posible levar a cabo as xestións dentro da propia plataforma —o que constitúe unha verdadeira iniciativa de Compromiso 2.0—.



Imaxe 21: captura da sede electrónica do concello de Foz, Lugo.

No que respecta ao xeito de proceder dentro das sedes electrónicas, estas soen requirir da identificación do usuario mediante un certificado dixital —os máis frecuentes serían o DNI electrónico ou o certificado dixital da Fabrica Nacional de Moeda e Timbre entre outros—. A partir de a identificación é posible realizar aquelas xestións que os municipios poñan a disposición dos seus cidadáns. Da observación deste tipo de espazos púidose concluír que o volume de trámites que se poden levar a cabo é maior naqueles municipios máis grandes mentres que os máis pequenos tenderían á publicación dos documentos para a súa descarga e posterior presentación nas oficinas municipais.

Por tanto, como peche a este epígrafe diremos que a administración galega presentaría dúas tendencias na incorporación á xestión de trámites a través da rede. Por un lado atopariamos a provincia da Coruña, onde a implantación é case total —lembrems que son tan só dous os municipios que non contan con sede electrónica— ao tempo que as outras tres presentarían cifras de implantación moito máis baixas.

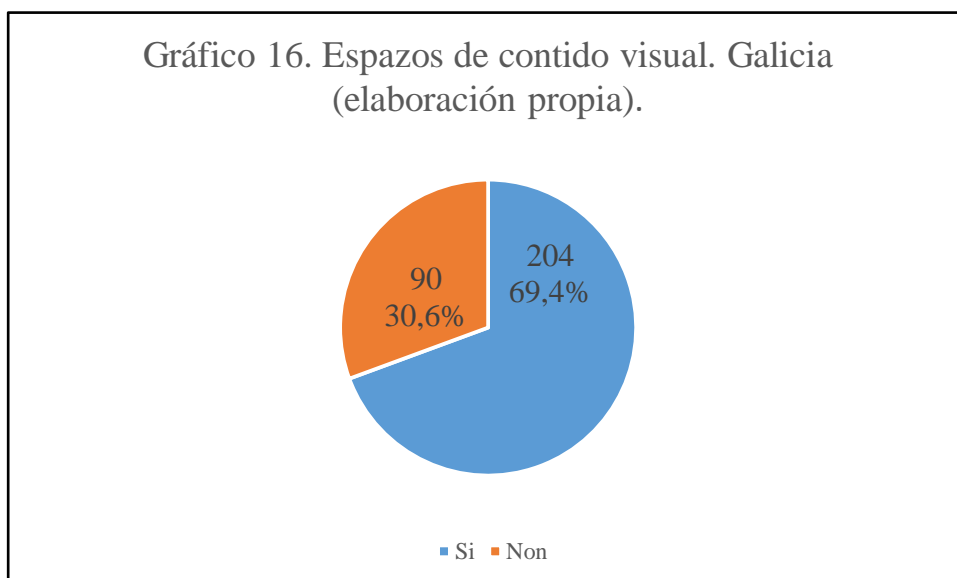
Así mesmo, variaríase o tipo e a cantidade de xestións que se poden realizar nestes portais de xeito que o catálogo de trámites semella ser maior nos municipios máis grandes que naqueles máis pequenos. Con todo é preciso lembrar unha das ideas coas que iniciabamos este epígrafe. E é que nos atopamos nun momento moi inicial da transformación cara a unha administración dixital. Sería interesante repetir esta mesma análise dentro de dous ou tres anos para ver se se cumpre o exposto no horizonte fixado para o ano 2020.

5.1.8 Espazos adicados a contidos visuais.

Neste tempo máis que nunca estamos en disposición de afirmar que vivimos na era da imaxe. Grazas á implantación dos teléfonos móbiles intelixentes e outros dispositivos que contan cunha cámara de foto ou de vídeo resulta posible retratar calquera recuncho da realidade que observamos. Algo semellante acontece en Internet onde, nos últimos tempos, asistimos á explosión dos espazos nos que a imaxe é o factor fundamental. De feito, algo tan sinxelo como incluír unha imaxe nunha publicación dentro dunha páxina web contribúe moi positivamente a que esta poida posicionarse antes que outras en *Google*, o principal buscador en liña.

Pero se algo nos ofrece unha imaxe é a capacidade de trasladarnos ao lugar no que foi tomada e isto pode ser aproveitado polos concellos, os protagonistas desta investigación. Neste epígrafe entraremos a observar o uso que se fai da imaxe nas páxinas web dos municipios galegos co obxectivo de establecer o grao de emprego da mesma mediante a creación de espazos integramente visuais. Entrarían en xogo neste apartado ferramentas como as galerías fotográficas, os vídeos corporativos, os percorridos virtuais e outras semellantes mais tamén a inclusión dentro da propia páxina de contidos visuais publicados en plataformas externas — *YouTube*, *Vimeo*, *Instagram*, *Flickr*, etc.—.

Comezamos por achegar as cifras relativas ao número de espazos adicados ao contido visual que existen no global da administración local galega. Como amosa o gráfico 16, a porcentaxe de emprego deste tipo de espazos sitúase no 69,4%, xa que son 204 os municipios que contan cun na súa páxina web. Pola contra, o 30,6% das localidades galegas non presentan este tipo de apartados, sendo 90 os municipios que operan deste xeito.



Se atendemos aos datos separados por provincias —gráfico 17—, observamos que A Coruña sería a que presenta o maior número de concellos con espazos destinados ao contido visual. Para o caso coruñés serían 71, o que dá lugar a unha porcentaxe do 77,2% sobre o total. Dentro destes 71 atopáronse 47 casos de elaboración propia das galerías, vídeos e demais recursos que se presentan. Ademais, a da Coruña sería a provincia na que se emprega en maior medida as plataformas de vídeo *YouTube* e *Vimeo* —en 19 e 8 ocasións respectivamente, complementando os espazos de creación propia ou como única ferramenta de contido visual noutros casos—. No conxunto dos municipios coruñeses tamén se observou o emprego doutros instrumentos de intercambio visual como *Flickr* ou *Insagram* aínda que en menor medida —son empregadas por cinco e tres localidades respectivamente—.

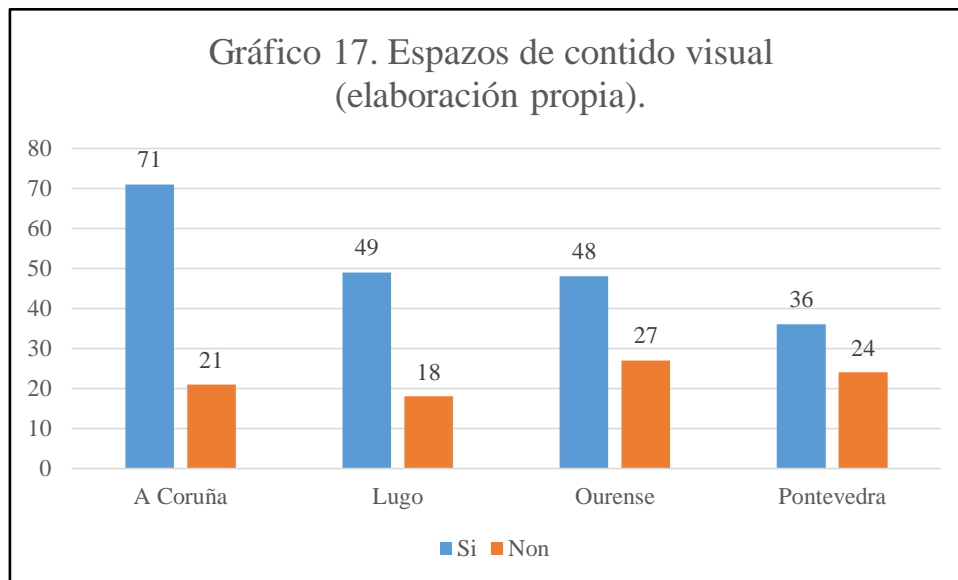
A porcentaxe de implantación dos espazos nos que o contido visual é o protagonista na provincia de Lugo é tamén bastante alta, pois situaríase no 73,1% grazas aos 49 municipios que adican un espazo da súa web á imaxe ou o vídeo. Neste caso, son 45 os concellos que contan con espazos de elaboración propia —non pertencentes a plataformas externas— aínda que, en ocasións, estes complementáanse co emprego doutras ferramentas como *YouTube* —en cinco casos— ou *Flickr* —en dous—.

En Ourense observamos como 48 dos 75 municipios con páxina web adican un apartado dentro da mesma á imaxe ou o vídeo, o que constitúe un 64% do total. En canto ao tipo de instrumentos empregados, existen 43 espazos de elaboración propia. Tamén existen algúns concellos que complementan estes ou empregan en exclusiva plataformas como *YouTube* —en seis casos— e *Flickr* e *Instagram* en San Cristovo de Cea e Ribadavia respectivamente.

Pechamos esta análise cuantitativa coa provincia de Pontevedra, onde son 36 os municipios que presentan un lugar para os contidos visuais no seu espazo en rede. A de Pontevedra sería a porcentaxe máis baixa entre as catro galegas, pois tan só amosaría un 60% de implantación entre todos os seus municipios. No que respecta á cantidade de espazos de elaboración propia, serían 23 aínda que, por exemplo o número de municipios que empregan a plataforma *YouTube* sería o segundo máis alto de Galicia —con 13 casos—. A ferramenta de almacenaxe de vídeo de alta calidade *Vimeo* é empregada por Gondomar e Tui e outras como *Flickr* ou *Instagram* tan só son empregadas por Cerdedo e Pontevedra respectivamente.

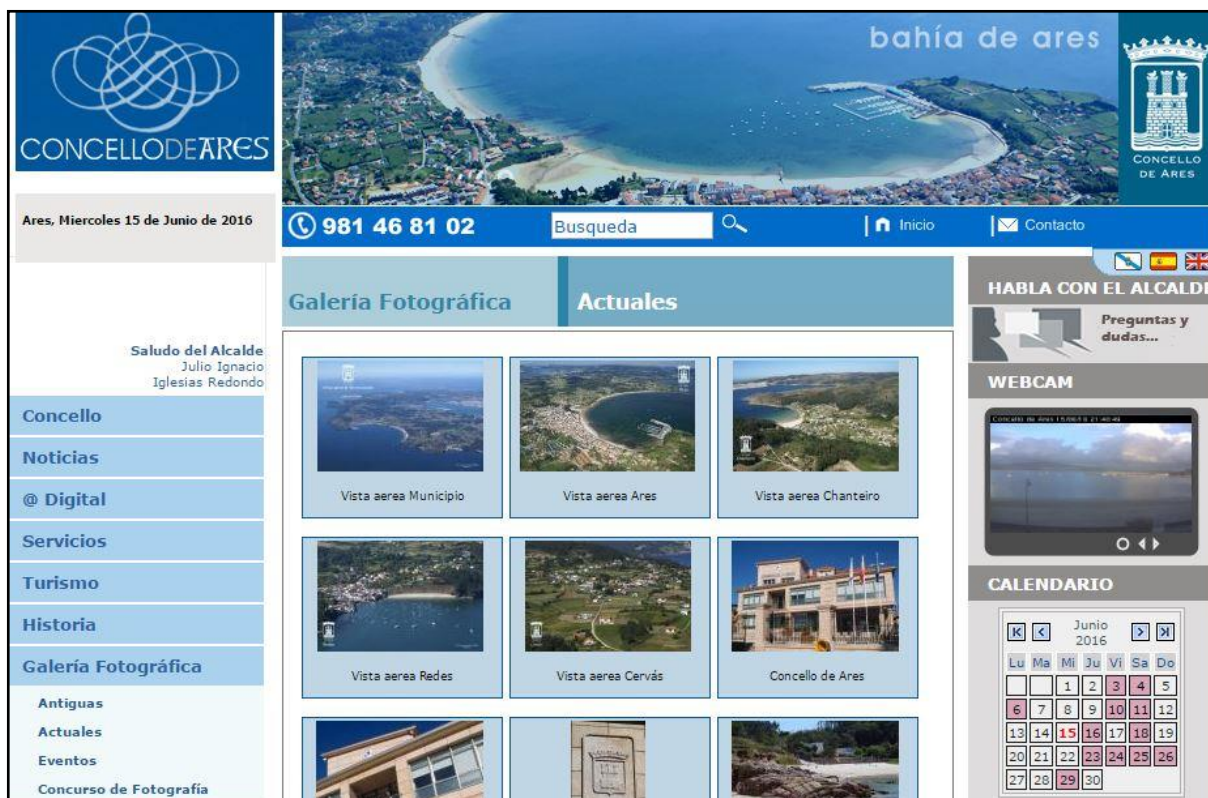
É importante poñer en relevancia que, tal e como se dixo antes, tan só se teñen en conta aqueles municipios que inclúen as ligazóns ás plataformas externas na súa páxina web ou os que

incrusten os contidos producidos para as mesmas nos espazos adicados aos contidos visuais. Pode que existan casos de emprego de determinadas ferramentas deste tipo mais que non exista vinculación coa páxina web. Porén, como se vén dicindo durante toda a investigación, unha correcta práctica dentro do Compromiso 2.0 é a de facer da páxina web o núcleo central da actividade en rede, xerando tráfico das redes sociais e demais espazos externos cara a esta e dende esta ao exterior.



Damos paso agora á exposición a través de exemplos das prácticas máis frecuentes no que á inclusión de espazos adicados ao contido visual se refire. Damos conta, en primeiro lugar, da práctica máis frecuente que non é outra que a elaboración de espazos propios con imaxes —e, nalgúns casos, vídeos— do concello. Isto amósanolo a imaxe 22, tomada do municipio coruñés de Ares. Este sería un caso claro dunha galería de imaxes propia dos inicios da web, pois non permite o paso dunha imaxe a outra senón que o usuario debe premer nas imaxes que se abren nunha ventá emerxente. Porén, atopáronse casos de galerías fotográficas que si terían en conta os criterios de deseño propios do momento actual e que, por exemplo, se adaptarían aos diferentes tipos de dispositivos.

A respecto das galerías fotográficas é necesario indicar que é a tendencia maioritaria. Sería, pois, a iniciativa adoptada pola práctica totalidade dos municipios que optan polo desenvolvemento de espazos adicados aos contidos visuais. Con todo, é preciso salientar tamén que moitas veces estas son complementadas con outras plataformas que permiten compartir os contidos que nelas se publican. E é que a través das galerías, ou se comparte a ligazón da mesma, ou tan só serven para a súa consulta, non para replicar o que nelas se recolle.



Imaxe 22: captura da galería fotográfica do concello de Ares, A Coruña (www.concellodeares.com).

En canto aos espazos para as plataformas externas de intercambio visual algúns concellos optan por, simplemente, situar unha ligazón ás mesmas nalgún lugar visible da páxina principal — moitas veces a carón das ligazóns ás redes sociais que se abordarán no seguinte apartado tal e como amosa a imaxe 23— mentres que outros prefiren concederlles un espazo propio. Isto achéganolo a imaxe 24, do municipio ourensán de Allariz, onde existe un apartado adicado aos vídeos de *YouTube* que teñen como protagonista ao concello.



Imaxe 23: captura da cabeceira da páxina web do concello de Carballo, A Coruña (www.carballo.org).



Imaxe 24: captura do espazo “Multimedia” do concello de Allariz, Ourense (www.allariz.com).

Finalmente, achegaremos unha práctica presente na actividade dalgúns concellos e que, anos atrás gozou dunha grande popularidade. Son os percorridos virtuais ou as visitas en 360° que lle permiten ao usuario entrar de cheo no lugar que os protagoniza. Un caso de emprego desta tecnoloxía é a localidade pontevedresa de Poio, que tenta trasladar ao visitante a 21 emplacements emblemáticos do municipio.

O funcionamento deste tipo de instrumentos é moi sinxelo, pois o internauta só ten que desprazarse polo espazo empregando o seu rato ou as frechas de dirección do teclado da súa computadora. No que se presenta na imaxe 25 —o de Poio— estaríamos ante un percorrido virtual de novo cuño, adaptado ás plataformas modernas. Porén, non todos os que se identificaron na análise cumprirían cos requirimentos técnicos actuais, pois están realizados anos atrás e non se adaptaron aos novos navegadores e dispositivos.



Imaxe 25: captura do espazo “Visita Virtual” do concello de Poio, Pontevedra (visitavirtual.concellopoio.gal).

Pechamos este epígrafe non sen antes achegar unhas breves notas a modo de conclusión do meso. Tal e como se expuxo, o grao de implantación dos espazos adicados á imaxe nas páxinas web dos municipios galegos é bastante alto, pois sete de cada dez contan cun. Con todo, no que respecta ás características dos mesmos, aprecieuse que son escasas as iniciativas que permiten compartir o publicado nestes apartados. Esa é, por tanto, unha tarefa por cumprir no marco da administración local galega xa que no momento actual que atravesamos Internet, no que os usuarios comparten multitude de contidos audiovisuais, posibilitar esta replicación pode redundar nun maior coñecemento do municipio.

5.1.9 Ligazón ás redes sociais do concello dentro da páxina web.

Aínda que, posteriormente, adicaremos un apartado completo a analizar máis polo miúdo a actividade que os municipios galegos levan a cabo nas redes sociais, neste punto buscamos dar conta de se os concellos da nosa comunidade establecen lazos entre a súa páxina web e as súas contas de *Facebook* e *Twitter*, as dúas redes sociais con maior número de usuarios en España e en Galicia.

E é que, como se indicou nalgunhas ocasións ao longo deste traballo, a páxina web ten que ser o centro neurálxico da actividade en rede dun organismo público de cara a cumprir cos preceptos do Compromiso 2.0. Porén, no momento actual que vive Internet, é necesario chegar aos usuarios por outras vías. As redes sociais son tan só unha destas vías que fan posible a interacción coa administración mais nos últimos anos cobraron grande importancia no día a día dos cidadáns. É por iso que, de cara a establecer nexos de unión entre todas as plataformas en rede nas que está presente un concello —para o caso que nos ocupa— resultaría interesante que o espazo web do mesmo incluíse ligazóns a aquelas redes sociais nas que este está presente.

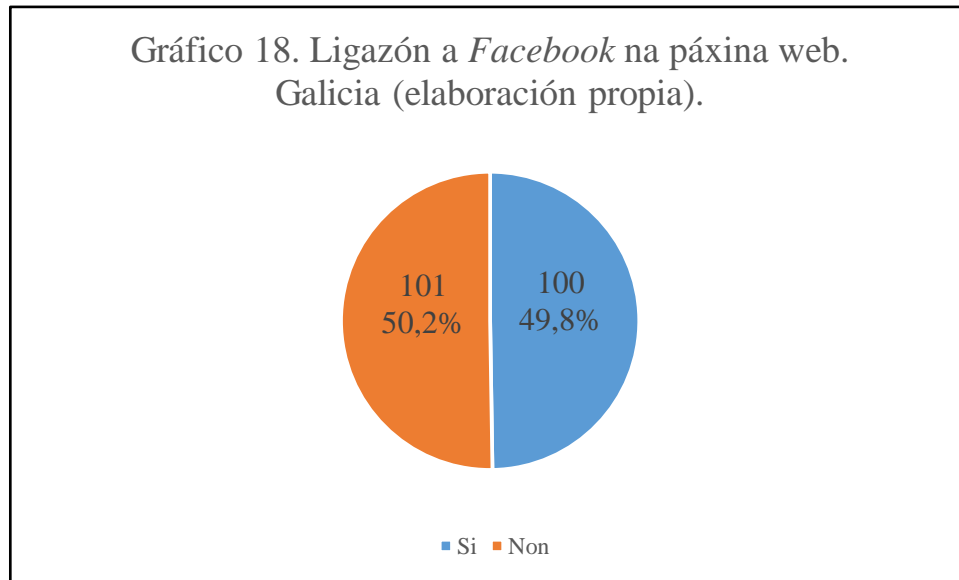
5.1.9.1 Facebook.

Iniciamos esta análise dando conta das cifras de emprego desta rede social para o conxunto de Galicia. Neste punto só achegaremos os números en bruto, sen afondar na súa análise, pois isto terá lugar no espazo destinado a tal fin —o epígrafe 5.2—.

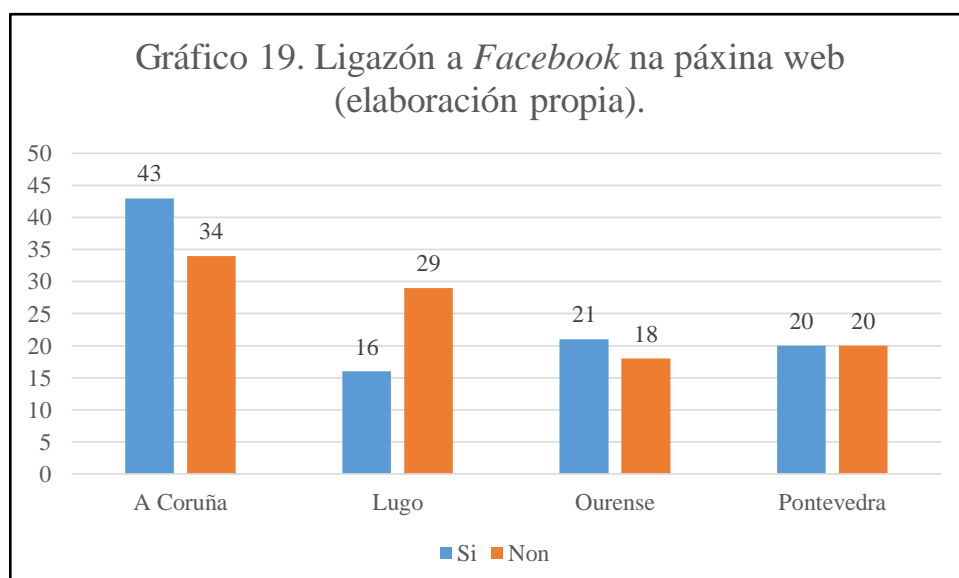
Son 207 os municipios galegos que teñen presenza en *Facebook* a través das tres vías que esta rede social permite —a páxina, o perfil ou o grupo—. Máis adiante poñeremos exemplos que ilustran mellor os tres tipos de iniciativa pero, polo de agora, limitámonos a indicar que a porcentaxe de uso desta plataforma é do 65,5%. Por provincias, a que presenta unha maior porcentaxe de implantación é A Coruña, pois o 83,9% dos municipios están en *Facebook*. A esta séguela Lugo, cun 67,2% de municipios con actividade, Pontevedra, co 66,7% de implantación e, a máis distancia, Ourense, onde tan só o 45,7% dos concellos contan con actividade na rede social.

Pero entramos agora a analizar se as páxinas web municipais fomentan a interconexión entre estes espazos e as redes sociais. Neste apartado en concreto abordaremos se existen ligazóns ás súas páxinas, perfís ou grupos en *Facebook*.

O gráfico 18 amósanos como existe un reparto case perfecto entre os municipios que ofrecen vínculos á súa actividade en *Facebook* e os que non. Lembremos que, aínda que son 207 os municipios con presenza nesta rede social, 6 desas contas pertencen a concellos cuxa páxina web está pechada ou que carecen dela. Como vemos son 101 os que non ofrecen ligazón dentro da páxina fronte aos 100 que si.

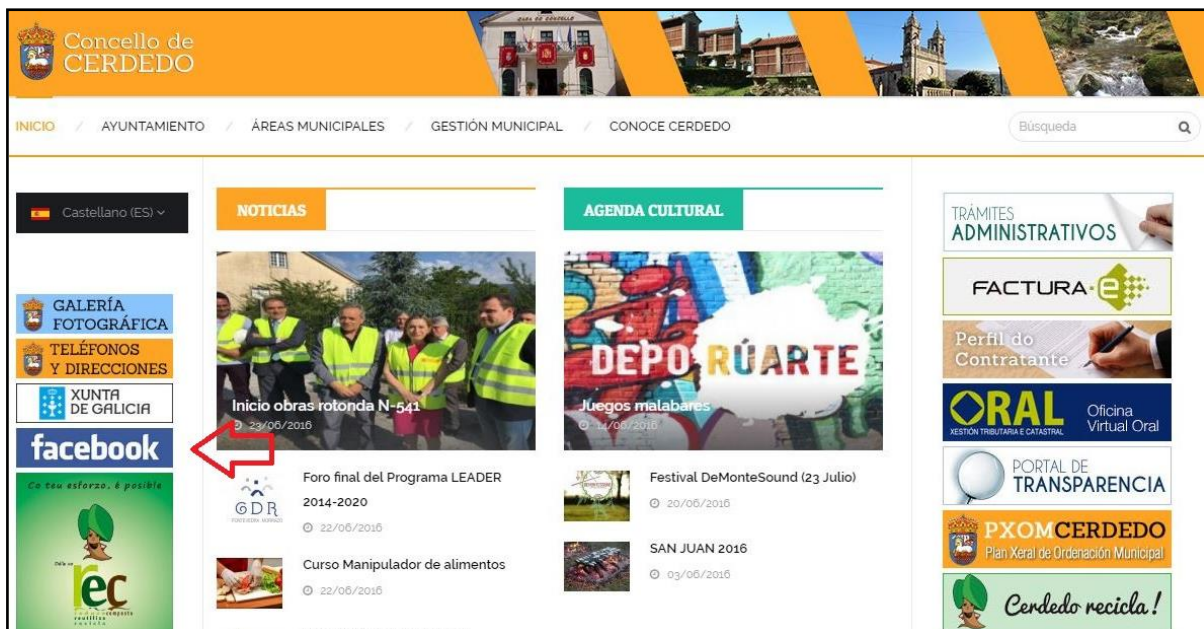


Por provincias, observamos como tan só en Lugo é maior o número de municipios que non integran ligazón á súa páxina en *Facebook* que os que si o inclúen. É por iso que a provincia lucense amosa unha porcentaxe de integración desta rede social nas páxinas webs municipais do 35,6%. Nas outras tres provincias atopamos resultados bastante parellos. A maior porcentaxe de inclusión de vínculos a *Facebook* na páxina web sería a de A Coruña, cun 55,8% dos casos. Seguiríaa Ourense, co 53,8% e, en terceiro lugar, atoparíamos Pontevedra, co 50%.



Unha vez expostos os datos, tentaremos dar conta do xeito máis frecuente de establecer estas ligazóns entre a páxina web dos concellos e, neste caso, a súa actividade en *Facebook*. Atopáronse, fundamentalmente, dúas tendencias. A primeira sería a de incluír un botón que levaría ao usuario á rede social, facéndolle visitar directamente nunha nova pestana do seu navegador a páxina do municipio que opera deste xeito.

Para ilustrar esta tendencia achégase a imaxe 26, obtida da páxina web do concello de Cerdedo. Tal e como sinala a frecha vermella, a imaxe co logotipo da rede social actúa como un botón que dirixiría ao usuario directamente á páxina do concello de Cerdedo.



Imaxe 26: captura da páxina principal da web do concello de Cerdedo, Pontevedra (www.cerdedo.org).

Por outra banda, existe unha práctica moito máis visual e que lle permite ao usuario coñecer as publicacións máis recentes do seu concello —para o caso que nos ocupa— sen necesidade de visitar a propia páxina na que foron compartidas. Falamos dos elementos visuais coñecidos como *widgets*, elementos incrustados na páxina web que conteñen información vinculada a outro lugar da rede, que se vai actualizando en tempo real. Un exemplo desta práctica é o espazo en rede do municipio coruñés de Noia que se recolle na imaxe 27. No lugar que nos indica, novamente, a frecha vermella, está emprazado o *widget* vinculado ao *Facebook* municipal. Deste xeito, calquera usuario que entre a visitar www.noia.es pode estar tamén ao tanto das publicacións máis recentes promovidas dende o consistorio municipal. Tamén pode, se así o desexa, darlle a “gústame” na propia páxina para, dese xeito, poder estar ao tanto de todo o que esta compartía dende a súa liña do tempo persoal dentro da rede social.

The image shows a screenshot of the website of the Concello de Noia. On the left, there is a section titled 'Actualidade' with three news items:

- As obras de rexeneración da ría de Noia comezarán nos próximos meses** (Domingo, 29 de maio de 2016). The text mentions Freire reuniting with the Minister of the Sea to discuss river dredging works at the Testal port.
- O primeiro Campionato Galego de Ultramaratón terá lugar en Noia o próximo 4 de xuño** (Luns, 23 de maio de 2016). The text describes a BTT (mountain bike) race in Gran Fondo format.
- Iníciase as obras na Alameda de Noia e nos xardíns Felipe de Castro** (Venres, 20 de maio de 2016). The text mentions the start of works in the Alameda area.

 Each article is accompanied by a small photograph. A red arrow points from the first article's photo to the Facebook widget on the right.

 On the right side, there is a Facebook widget for 'Concello de Noia'. It shows the profile picture, the name, and a post from June 17, 2016, at 10:49. The post text reads: 'O 25 de Xuño Xerardo Agrafoxo, Pedro García Vidal e Suso Xogaina darannos unha magnífica conferencia sobre o "Portus-Apostoli", apoiados nos datos históricos que reflicten esta realidade da nosa Vila. Desde o Concello de Noia convidámosvos a todos a coñecer a nosa historia.' Below the text is a logo with the letters 'NOIA' and a red arrow pointing upwards.

Imaxe 27: captura da páxina principal da web do concello de Noia, A Coruña (www.coliseonoela.com/noia).

Como peche a este apartado podemos dicir que a metade da administración local galega xa amosa sinerxias entre a súa actividade na páxina web e a rede social *Facebook* pois ofrécelle aos seus visitantes a posibilidade de consultar as súas publicacións a partires da visita do seu espazo en rede. Porén, podemos, así mesmo, afirmar que queda un longo treito por percorrer. E é que restarían aínda 100 municipios por levar a cabo esta práctica entre todos aqueles que contan con perfil na rede social e páxina web.

A Coruña é, novamente, como vimos con respecto ao uso doutras ferramentas, a provincia que mellores resultados presenta para a existencia de ligazóns entre os espazos municipais en rede ao tempo que Lugo, sería onde maior necesidade de mellora atoparíamos.

Os motivos da baixa implantación de vínculos entre as contas en *Facebook* e as páxinas web poden ser varios pero, o principal, é que a arquitectura das páxinas web analizadas é bastante antiga, polo que a inclusión de determinadas ferramentas —como poden ser os botóns ou os *widgets* citados anteriormente— pode resultar complexa ou, directamente, inviable. Máis adiante abordaremos o tipo de xestión que os municipios fan das súas contas nesta rede social. Un dos puntos analizados nese epígrafe será ver se as contas municipais aproveitan esta rede social para levar aos seus seguidores á páxina web do concello, se buscan unha actividade totalmente independente ou se existe unha mestura de ambas prácticas.

5.1.9.2 Twitter.

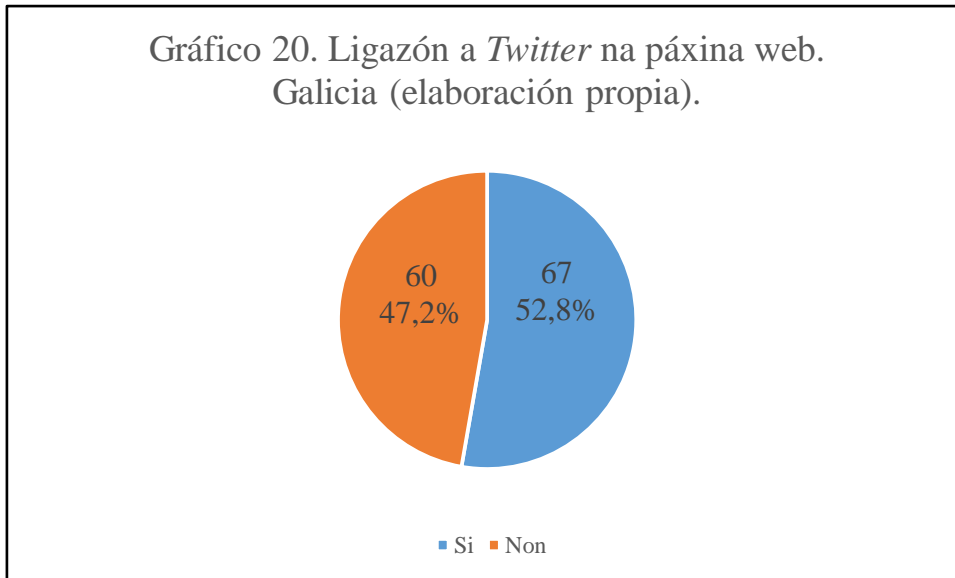
Novamente, damos comezo a este apartado cunha breve exposición das cifras xerais de emprego de *Twitter* no conxunto da administración local galega. Lembremos que o epígrafe 5.2 estará integramente adicado a ver que traballo realizan os nosos concellos nesta materia.

Polo que respecta á rede social de *microblogging* creada no 2006, son un total de 130 os municipios galegos que contan con presenza na mesma. A porcentaxe de implantación sitúase, pois no, 41,4% para o total da nosa comunidade. Por provincias, ao igual que acontecía con *Facebook*, é A Coruña a que amosa una porcentaxe máis alta que se sitúa no 60,2%. Séguea Pontevedra —co 45,2%—, Lugo —onde a porcentaxe está no 34,3%— e, en último lugar, Ourense —cunha implantación do 25%—. Coa simple observación xa se pode apreciar que o grao de presenza dos municipios galegos nesta plataforma é máis baixo que o que atopabamos na rede social anterior aínda que, como se citou en diversas ocasións ao longo desta investigación, *Facebook* sería líder no que respecta ao número de usuarios, polo que ten total sentido que a administración local aposte por ela.

Porén, o que nos ocupa neste punto é dar conta de se as páxinas web municipais realizan un transvase de información e de visitantes entre estas e os seus perfís e contas nas redes sociais. É por iso que, a continuación, amosamos os datos relativos á existencia de ferramentas que leven ao usuario a estes perfís ou que lle permitan consultar a súa actividade sen necesidade de iniciar unha busca da conta do seu municipio por outras vías. Todo isto co obxectivo de facer máis sinxela a interconexión de toda a actividade en rede do municipio.

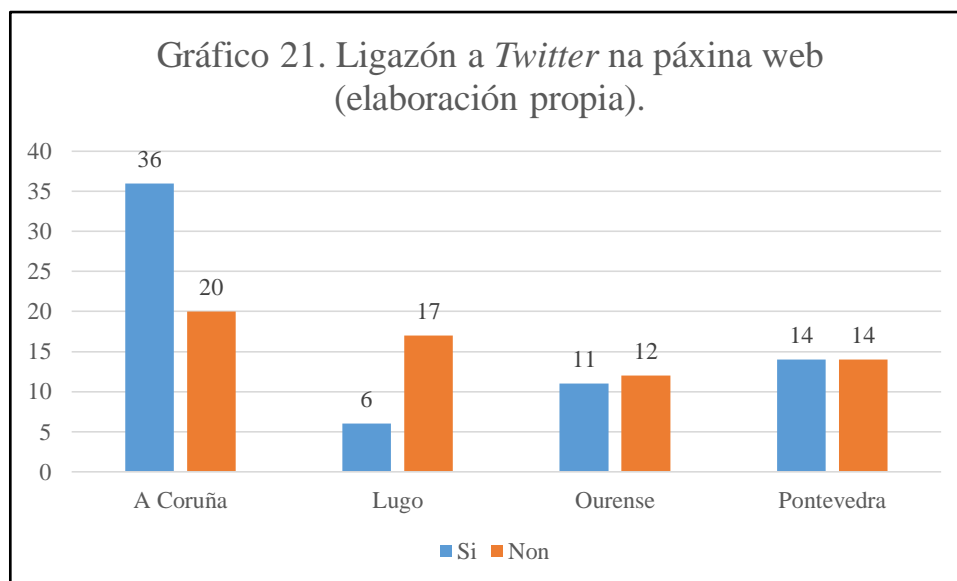
Tal e como amosa o gráfico 20, asistimos novamente a cifras moi parellas no que respecta á existencia de ligazóns á rede social *Twitter* dentro das webs municipais. Porén, é maior o número de concellos que dá conta da existencia de perfís nesta plataforma a través da súa páxina web. É por iso que son 67 —o 52,8%— os municipios que contan con actividade en *Twitter* e que, ademais, así o reflicten na súa web fronte aos 60 —47,2%— que non obran deste xeito. Con todo, debemos aclarar que desta análise escapan tres municipios que contan con perfil en *Twitter* pero non con páxina web por diferentes motivos —mantemento ou inexistencia, entre outros—. Son os municipios do Porriño, Mondariz e Castrelo de Miño que serían os tres restantes ata chegar ás 130 localidades con actividade nesta plataforma de publicacións en 140 caracteres.

Gráfico 20. Ligazón a *Twitter* na páxina web.
Galicia (elaboración propia).



En canto aos datos por provincias, observamos como a maior porcentaxe de existencia de ligazón a esta rede social dentro da páxina web municipal está, unha vez máis, na Coruña, pois o 64,3% dos municipios con presenza en *Twitter* actúan deste xeito. A esta séguela Pontevedra, onde son tantos os concellos que levan a cabo este tipo de accións, 14, como os que non. En terceiro lugar sitúase Ourense, cunha porcentaxe do 47,8% e, novamente, en derradeiro lugar Lugo onde tan só 6 municipios inclúen vínculos á súa acción en *Twitter*. Unha porcentaxe do 26,1%.

Gráfico 21. Ligazón a *Twitter* na páxina web
(elaboración propia).



Como se puido observar, asistimos unha vez máis a como os municipios da provincia da Coruña son os que mellor levan a cabo a estratexia de ligazón entre a súa actividade nas redes sociais e

os seus espazos web, cando menos, no que aos datos numéricos se refire. Así mesmo, Lugo sería a provincia con peores cifras de implantación deste tipo de accións ao tempo que Pontevedra e Ourense amosan datos moi parellos no que respecta á existencia de ligazóns entre o principal sitio en rede das diferentes localidades e os seus perfís en *Twitter*.

Atendemos, neste punto, a dar conta do xeito de ofrecer a posibilidade de conectar ou consultar a través da páxina web coa actividade na plataforma de micropublicacións que estamos a analizar. Describiremos esta moi brevemente pois o xeito de facelo é completamente idéntico ao exposto anteriormente cando tratábamos o xeito de proceder con respecto a *Facebook*. Presentamos pois dúas imaxes que fan referencia á existencia dun botón que leva ao visitante directamente á conta en *Twitter* do concello en cuestión e tamén da incorporación de *widgets* que posibilitan ler as publicacións máis recentes e mesmo, nalgúns casos, publicar un chío — nome que adoptaron os *tweets* para o galego— mencionando a conta municipal.

En primeiro lugar, a imaxe 28 recolle un recorte da páxina principal do concello de Cervo, na provincia de Lugo. Na parte inferior da mesma atópanse as ligazóns aos diferentes plataformas en liña de xestión municipal. Ademais de *Facebook*, *Flickr* e *YouTube* atopamos un botón que, ao premer sobre el, leva ao visitante á conta en *Twitter* do municipio.



Imaxe 28: captura da páxina principal da web do concello de Cervo, Lugo (www.concellodecervo.com).

Tal e como se indicou anteriormente para o caso da rede social *Facebook* as tecnoloxías da actualidade permiten integrar a actividade neste tipo de plataformas na interface das páxinas

web, de xeito que o visitante pode dar conta do publicado no perfil indicado sen necesidade de acceder á propia rede social. Isto agrupa a actividade en rede que pertence a un mesmo titular, ao tempo que contribúe a achegarlle ao visitante as diferentes posibilidades e vías coas que conta para acceder á información compartida por un mesmo autor.

O caso que recolle a imaxe 29 é o da web da localidade coruñesa de Teo que, na marxe dereita, conta cun *widget* para a rede social *Twitter*, tal e como indica a frecha vermella. Así mesmo, pódese observar que incorpora outro para *Facebook*, e na parte superior da páxina tamén emprega a outra metodoloxía descrita anteriormente: a dun botón que leva ao visitante directamente ás redes sociais en cuestión. Por tanto, estaríamos ante un exemplo dunha páxina web cunha forte vontade de vincular toda a actividade en rede do municipio.



Imaxe 29: recorte da páxina principal da web do concello de Teo, A Coruña (www.concellodeteo.com).

Como peche a este apartado diremos que as cifras de integración da actividade na rede social *Twitter* dentro da páxina web dos diferentes concellos que presentan actividade na mesma son lixeiramente superiores ás dos que non obran deste xeito. A provincia que máis ten avanzado a este respecto sería, ao igual que acontecía anteriormente con *Facebook*, A Coruña e, pola contra, os peores resultados estarían en Lugo.

A explicación a esta baixa integración podemos atopala no anticuado da arquitectura das páxinas web, que limitan enormemente a integración dalgúns elementos como poden ser os *widgets* ou, mesmamente os botóns que levan á actividade en cada unha das redes sociais. Máis adiante, tentaremos afondar un chisco máis no tipo de actividade que levan a cabo os municipios galegos nas dúas redes descritas ata o de agora. E é que, hoxe en día, poden chegar a constituír unha vía de acceso e contacto coa cidadanía igual de eficaz que as páxinas web e, nalgúns casos, mesmo máis.

5.1.10 Comunicación vía correo electrónico.

Unha das características propias da administración 2.0 é dar conta das queixas, suxestións ou incidencias que se poidan producir a través da vía electrónica, xa sexa mediante as redes sociais, os espazos adicados a tal fin dentro da páxina web ou o correo electrónico. A capacidade de atender a todo aquilo que entra por esta derradeira vía —a do correo electrónico— é o que imos analizar neste epígrafe.

Para iso enviouse un correo electrónico a todos os concellos de Galicia tomando como referencia as direccións que recolle a Federación Galega de Municipios e Provincias na súa páxina web. Con todo, unha vez enviada esa comunicación detectouse que algunhas destas direccións están en desuso ou xa non existen. Das 314 referencias foron 28 as que amosaron este tipo de erros —os municipios de Pontearreas, A Lama, As Neves, Negueira de Muñiz, Foz, Coristanco, Narón, Brión, Mesía, Ferrol, Toques, Muros, Cedeira, Val do Dubra, Barbadás, Sarreaus, O Bolo, Vilamartín, Carballiño, A Veiga, Ortigueira, Zas, San Sadurniño, As Pontes, Neda, Oza-Cesuras, Santiso e Arteixo—. Polo que respecta a estes 28 concellos, buscouse unha nova dirección —ben na súa páxina web, ben a través doutras páxinas— e procedeuse ao envío a aqueles municipios para os cales se atopou. Porén, en tres dos casos —Negueira de Muñiz, Vilamartín e A Veiga— non se deu atopado, polo que quedarán fóra desta análise. Así mesmo para 7 dos concellos optouse polo formulario de contacto da súa web —descrito no epígrafe 5.1.2— para achegar o mesmo texto que se enviou no correo electrónico e que recolle a imaxe 30. Este foi o xeito de proceder coas localidades de Pontearreas, A Lama, Coristanco, Toques, Sarreaus, O Bolo e Ortigueira.



Imaxe 30: captura do correo electrónico enviado aos municipios galegos co obxectivo de obter máis información.

Polo que respecta ao tipo de comunicación realizada, especificouse dende o comezo o motivo da mensaxe —a realización dun traballo académico sobre a incorporación das ferramentas propias da web 2.0 á actividade dos municipios galegos—. Así mesmo, preguntábase pola posibilidade de remitir unhas cantas cuestións arredor do tipo de actividade en rede que realiza cada concello.

5.1.10.1 Grao de resposta á comunicación.

En canto ás cifras de resposta, estas foron especialmente baixas, pois tan só tivo lugar en 25 dos 311 municipios cuestionados —unha vez descartados Negueira de Muñiz, Vilamartín e A Veiga ao ser posible atopar unha dirección válida para os mesmos—. Se os separamos por provincias, 12 pertencen á Coruña —Brión, Carral, Ferrol, A Laracha, Miño, Oleiros, A Pobra do Caramiñal, Pontedeume, Santa Comba, Santiago de Compostela, Valdoviño e Vimianzo—, un a Lugo —Mondoñedo—, tres a Ourense —Allariz, Leiro e Parada de Sil— e nove a Pontevedra —Bueu, A Illa de Arousa, A Lama, Moaña, Pazos de Borbén, Pontearreas, Ribadumia, Tomiño e Vila de Cruces—.

As achegadas son, pois, cifras preocupantes. E é que unha das claves do Compromiso 2.0 é a de dar resposta ás comunicacións que chegan tamén por vía electrónica, aínda que sexa para —como neste caso— rexeitar participar na investigación. O simple feito de comunicarlle ao remitente que a mensaxe foi recibida correctamente pero que non se pode atender a súa petición é xa unha boa práctica que se pode mellorar se, finalmente, se aporta a información pedida ou se soluciona a dúbida ou suxestión plantexada.

Ademais, merece unha mención especial o feito de que a Federación Galega de Municipios e Provincias non presente direccións de correo electrónico válidas para 28 dos concellos da nosa comunidade. E é que, cada vez máis, o correo electrónico é unha boa ferramenta para solucionar os problemas da cidadanía, xa que permite non só comunicarse a través do texto, senón complementar este con todo tipo de arquivos —de imaxe, vídeo, texto, etc.—.

5.1.10.2 Tempo de resposta.

Un dos parámetros que se mediu xunto coa taxa de resposta foi o tempo que demorou esta. As mensaxes foron enviadas ás 9 horas e 30 minutos da mañá do mércores 15 de xuño, cando as casas do concello se atopan xa dentro da súa actividade diaria dunha xornada laborable. A

seguinte táboa —táboa 3— recolle o tempo que tardaron en responder os 25 municipios que así o fixeron clasificado segundo seis tramos horarios.

TEMPO DE RESPOSTA AO CORREO ELECTRÓNICO	
Menos dunha hora	Oleiros (43 minutos), Pazos de Borbén (48 minutos), Allariz (48 minutos), Parada de Sil (52 minutos) e Brión (55 minutos).
Entre 1 e 3 horas	Vimianzo (1 hora e 12 minutos), Leiro (1 hora e 16 minutos), Tomiño (1 hora e 18 minutos), A Pobra do Caramiñal (1 hora e 40 minutos) e Miño (2 horas e 54 minutos).
Entre 3 e 12 horas	Carral (3 horas e 37 minutos), Mondoñedo (4 horas e 4 minutos), Ribadumia (4 horas e 10 minutos), Valdoviño (4 horas e 21 minutos) e A Illa de Arousa (6 horas e 7 minutos)
Entre 12 e 24 horas	Ferrol (23 horas), Pontedeume (23 horas e 30 minutos) e Bueu (23 horas e 45 minutos)
Entre 24 e 48 horas	A Laracha (26 horas), Pontearreas (27 horas) e Vila de Cruces (47 horas)
Máis de 48 horas	A Lama (51 horas), Santa Comba (52 horas), Santiago de Compostela (54 horas) e Moaña (144 horas)

Táboa 3: elaboración propia a partires dos datos obtidos da comunicación electrónica cos municipios galegos.

Como se pode observar dos datos obtidos a través desta experiencia, tan só tres dos dez municipios máis grandes de Galicia deron resposta a esta comunicación. Estes foron Santiago de Compostela, Ferrol e Oleiros. Resulta chamativo que así sexa, pois ás localidades máis grandes presupónselles maior estrutura no que ás novas tecnoloxías se refire —xa que tamén se lles presuporía maior volume de comunicacións por esta vía—. Con todo, para os casos

descritos na táboa anterior, todas as respostas estarían dentro dunha marxe aceptable excepto a de Moaña. No caso particular deste municipio, a comunicación realizouse a través do formulario de contacto da páxina web, e recibíuse a resposta 144 horas despois por parte do técnico informático da localidade. Aínda así, e como é natural, poderíamos aplicar a máxima do “máis vale tarde que nunca” xa que, finalmente, deuse solución ao proposto na comunicación electrónica.

5.1.10.3 Cuestións arredor do tipo de xestión que se leva a cabo no municipio.

Unha vez que os concellos responderon á petición que se lles realizaba a través do correo electrónico, envióuselles unha serie de preguntas breves arredor da xestión da páxina web e as redes sociais municipais. É preciso mencionar que, unha semana despois do envío de ditas preguntas non todos contestaron, pero si 17 que nos servirán como pequena mostra para ver o xeito de proceder nesta materia.

En primeiro lugar preguntouse pola existencia de departamentos das Tecnoloxías da Información e a Comunicación nos municipios. Foron 8 os concellos que declararon contar con este tipo de departamentos —Ferrol, Oleiros, Santiago de Compostela, Tomiño, Brión, Vimianzo, Leiro e Pontearreas—. Tamén se lles preguntou sobre a existencia de técnicos TIC dentro do corpo de traballadores do municipio. A este respecto, atopouse que 9 dos municipios que responderon afirmativamente —os citados anteriormente máis Moaña—. Por exemplo, en Santiago de Compostela o número de técnicos TIC é de 9, algo comprensible se temos en conta que estamos a falar da quinta localidade con maior poboación de Galicia.

Citamos tamén neste punto o caso de Mondoñedo, onde non existe nin departamento TIC nin tampouco técnico TIC, senón que existe unha concellería na que se integran as novas tecnoloxías que conta co apoio dun traballador do municipio. Algo semellante acontece na Pobra do Caramiñal, onde na xestión e actualización da actividade en rede colaboran outros traballadores municipais.

Seguidamente, preguntouse aos municipios que responderon a comunicación electrónica sobre quen recaía a responsabilidade de actualizar a información da páxina web e as redes sociais —para aqueles casos nos que o municipio ten conta nas mesmas—. Existen diferentes experiencias a este respecto. Dende as localidades nas que esta tarefa recae sobre o técnico TIC —Ferrol, Brión, Leiro ou Moaña—, aqueles nos que se encarga o departamento de

comunicación —Bueu ou A Laracha—, pasando por outros nos que é a persoa encargada da Oficina Municipal de Información Xuvenil ou empresas especializadas do sector.

Outra das cuestións realizadas é se o municipio ten previsto algún plan de mellora para as plataformas dixitais nas que ten actividade ou se se prevé a incorporación de novos espazos. Ante esta pregunta, a maioría dos concellos respondeu que teñen previstas melloras na páxina web —cando non unha renovación total da mesma— todas elas co obxectivo de adaptarse aos novos tempos que viven as tecnoloxías en rede. Con todo, estas melloras vinculábanse á consecución do orzamento necesario para acometer estas accións.

Finalmente, preguntóuselles aos interlocutores nos diferentes municipios se as redes sociais e a páxina web son plataformas a través das cales reciben dúbidas ou suxestións da súa veciñanza e tamén se as ven como ferramentas útiles a este respecto. A resposta foi unánime, pois todos os municipios coinciden en que contar con este tipo de espazos é positivo á hora de resolver posibles conflitos dos veciños.

No apartado de anexos recóllese a transcripción total do contacto cos representantes de cada un dos municipios que respondeu á comunicación por correo electrónico que, tal e como se citou anteriormente, foi moi baixa. As cifras amosan que, de todos os contidos, espazos e plataformas analizados a resposta a esta experiencia foi a que peores resultados ofreceu. Todo isto cunha ferramenta que pode ser de grande utilidade para a cidadanía, polas múltiples opcións que ofrece.

5.2 As redes sociais.

Anteriormente falamos da inclusión das redes sociais na actividade da páxina web dos municipios galegos mais, agora, o que imos tratar de expor brevemente é o tipo de actividade en rede que levan a cabo aqueles municipios que decidiron apostar polas dúas redes sociais maioritarias en Galicia: *Facebook* e *Twitter*. Para iso, botaremos man de dúas ferramentas de análise gratuíta que aportan datos arredor da data das publicacións, do tipo de contidos publicados e do alcance posterior dos mesmos.

Antes de afondar na análise deste punto é preciso salientar como punto de partida que, para a mesma, só se tiveron en conta aqueles espazos nas redes sociais nos que actúa o concello como entidade e que non están adscritos a ningunha das áreas. E é que, por exemplo, observouse que é tendencia contar con espazos en *Facebook* ou *Twitter* adicados á área de xuventude ou á promoción turística mais, nos mesmos, quedarían fóra todo o resto de temáticas que entran a formar parte do día a día dun municipio.

5.2.1 *Facebook*.

O conxunto da administración local galega ten presenza en *Facebook* en 207 dos 314 casos posibles —todo isto baixo as condicións liñas atrás de perfís xerais do concello, sen ter en conta os relativos a áreas particulares— repartidos do seguinte xeito: 78 na provincia da Coruña, 45 en Lugo, 42 en Pontevedra e 42 en Ourense. Tal e como citabamos anteriormente, a porcentaxe de implantación é máis alta na provincia da Coruña, onde un 83,9% dos municipios están nesta rede social, seguida de Lugo —co 67,2% dos casos—, Pontevedra —onde teñen *Facebook* o 66,7% dos municipios— e, finalmente, Ourense —cunha porcentaxe de implantación do 45,7%—.

Dos 207 casos sinalados a maioría, 195, responden á tipoloxía de páxinas, que o internauta pode seguir con só premer un botón para, deste xeito, estar ao tanto de todo o que se publica na mesma. Adoita ser a fórmula recomendada e adoptada polas empresas e organizacións en xeral, pois non lle permite á administración do espazo —a páxina— acceder aos datos persoais e as publicacións do usuario en cuestión.

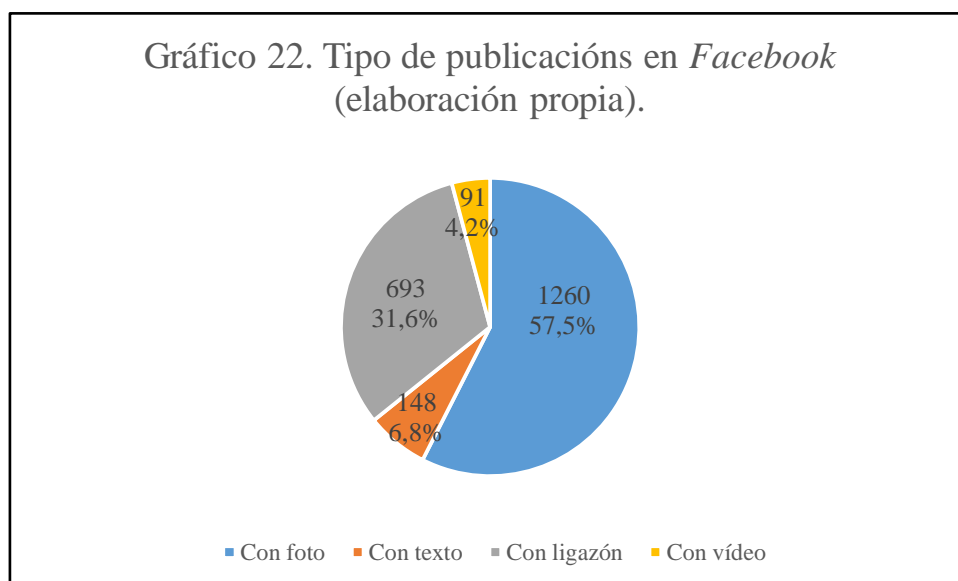
Porén, hai 11 municipios —Antas de Ulla, Boimorto, Carnota, Val do Dubra, Vilasantar, O Entrimo, O Irixo, Rairiz de Veiga, Xunqueira de Espadanedo, A Illa de Arousa e

Pontecesures— que optaron por crear un perfil municipal, do que os internautas deben facerse amigos se queren que na súa pantalla aparezan as novas que neste espazo se publiquen.

Por último, atopouse só un caso dun grupo promovido por un concello, o de Vilariño de Conso en Ourense. Neste caso, todo aquel que decida entrar —ou sexa introducido— no grupo pode publicar e ver o que outros usuarios comparten neste espazo.

Para observar o tipo de actividade que realizan os municipios galegos na rede social maioritaria empregouse a ferramenta gratuíta *FanPageKarma* na que, copiando a ligazón da páxina —polo que a análise que ofrecemos inclúe a 195 dos 207 municipios con actividade na rede social— podemos obter datos relativos ao número e tipoloxía dos contidos publicados no período seleccionado así como a unha media das publicacións diarias para dito espazo temporal.

O tramo elixido para a análise foi o comprendido entre os días 11 e 20 de xuño deste mesmo ano 2016, un tempo no que o conxunto da administración local galega produciu 2.192 publicacións en *Facebook*. 1.260 foron de tipo fotográfico, 148 tiñan como único protagonista o texto, 693 contiñan unha ligazón a unha páxina externa e en 91 ocasións publicouse un vídeo. Así mesmo, houbo 29 páxinas que non achegaron ningunha información nova no período analizado —7 na Coruña, 11 en Lugo, 9 en Ourense e 2 en Pontevedra—. O gráfico 22 amósanos a porcentaxe que supón cada tipo de publicación para o total da nosa administración municipal no período seleccionado.



O municipio que máis aportou á súa actividade nesta rede social entre o 11 e o 20 de xuño foi Ferrol, con 80 publicacións para unha media de 8 cada día. Seguidamente atopamos o caso de

Vilanova de Arousa, con 75 e 7,5 publicacións diarias de media. O terceiro posto é compartido por Cangas e Ribadumia, con 59 entradas cada unha.

Como se pode observar nos datos expostos, as publicacións de tipo fotográfico son as máis abundantes, de xeito que constitúen o 57,5% do total. E é que, logo da observación, podemos dicir que os municipios galegos aproveitan as potencialidades do *Facebook* no que respecta á imaxe para dar conta dos actos que van ter lugar na localidade antes de que sucedan —a través da publicación dos carteis que promocionan os mesmos— e tamén despois, creando galerías ou dando conta do que foron tales eventos. Ferrol foi o municipio que máis imaxes publicou entre as datas seleccionadas, acadando un total de 60, unha porcentaxe do 75% entre as súas 80 publicacións.

No que respecta ás publicacións que conteñen unha ligazón son as segundas máis empregadas. A través deste tipo de mensaxes obsérvase unha actitude propia dun correcto Compromiso 2.0, pois estas utilízanse para derivar tráfico cara a páxina web municipal —ademais de a outros espazos web doutros organismos ou colectivos—. E é que a interconexión dos diferentes espazos que compoñen a rede é unha das bases do momento actual que se vive en Internet. Por iso, que o 31,6% das publicacións do conxunto dos municipios galegos na etapa analizada sexa deste tipo é unha sinal positiva, acompañada polos bos datos que amosa, por exemplo, a presenza da imaxe como contido protagonista. En canto a este tipo de novidades, o municipio máis activo a este respecto foi Vilanova de Arousa pois 66 das súas 75 publicacións —o 88%— contiñan unha ligazón. Con todo, ten unha explicación moi sinxela, e é que o municipio pontevedrés comparte todas as ligazóns do Centro de Desenvolvemento Local da vila relativas a ofertas de traballo ou probas de acceso a cursos, tal e como amosa o exemplo da imaxe 31.



Imaxe 31: publicación con ligazón do Concello de Vilanova de Arousa

Outros municipios que empregan tamén o recurso das ligazóns a outros espazos na súa páxina en *Facebook* son A Coruña —en 28 ocasións— e Ames —en 27 para o período seleccionado— aínda que, como se pode apreciar, en menor medida.

O terceiro tipo de publicación con maior relevancia son aqueles contidos nos que o único protagonista é o texto. Nos comezos da andaina desta rede social eran os máis frecuentes, tanto nas páxinas como nos perfís persoais mais, no 2016, co que avanzou a tecnoloxía e as posibilidades que ofrecen tanto os dispositivos móbiles como as conexións a Internet a través destes isto tornou nunha maior presenza da imaxe. Aínda así, as localidades galegas con actividade en *Facebook* xeraron 148 novidades integramente textuais que constitúen o 6,8% do total. Polo que respecta aos municipios que máis emprego fixeron deste tipo de publicacións, atopamos en primeiro lugar a Cangas, con 15 entradas unicamente textuais. A continuación estaría Ferrol, con 11. Porén, a tendencia habitual nos concellos é a primar as publicacións que conteñen texto, pero que serve para acompañar unha imaxe, xa que goza dun maior poder visual ao tempo que ocupa un maior espazo na interface da computadora ou o teléfono móbil do usuario.

Finalmente, e como era de esperar, atopamos as 91 publicacións que conteñen un elemento de vídeo. Dicimos que era esperable xa que, aínda que cada vez gozan dunha maior presenza en *Facebook*, seguen sendo as publicacións menos frecuentes. E é que publicar un vídeo non é completamente inmediato, require dun tempo de procesado, dunha boa conexión á rede e tampouco pode conter imaxes ou música suxeita a dereitos de autor. Aínda así, hai municipios que, no período analizado, fixeron un bo emprego deste tipo de recursos como, por exemplo, Trazo. O municipio coruñés publicou a salientable cifra de 25 vídeos entre os días 11 e 20 de xullo. Case todos eles facían referencia a unha exhibición musical que tivo lugar no pavillón polideportivo do concello, mais serve para que nos deamos conta do xeito no que se cobren este tipo de eventos nesta localidade. Sería, por tanto, unha moi boa práctica a este respecto.

Os datos —que se poden consultar con todo detalle no apartado de anexos— achégannos, pois, o xeito de proceder do conxunto da administración local galega no que respecta á actividade en *Facebook*. A tendencia maioritaria é a ter unha páxina —salvo casos moi contados— na que se publican, esencialmente, contidos nos que a imaxe é o elemento central. Así mesmo, comeza a apreciarse unha tendencia interesante cara a ligazón a outros espazos —ben dentro da rede social, ben cara a páxina web municipal ou a outras páxinas— que constitúe unha práctica moi valorada no estadio que vivimos actualmente no que a Internet se refire.

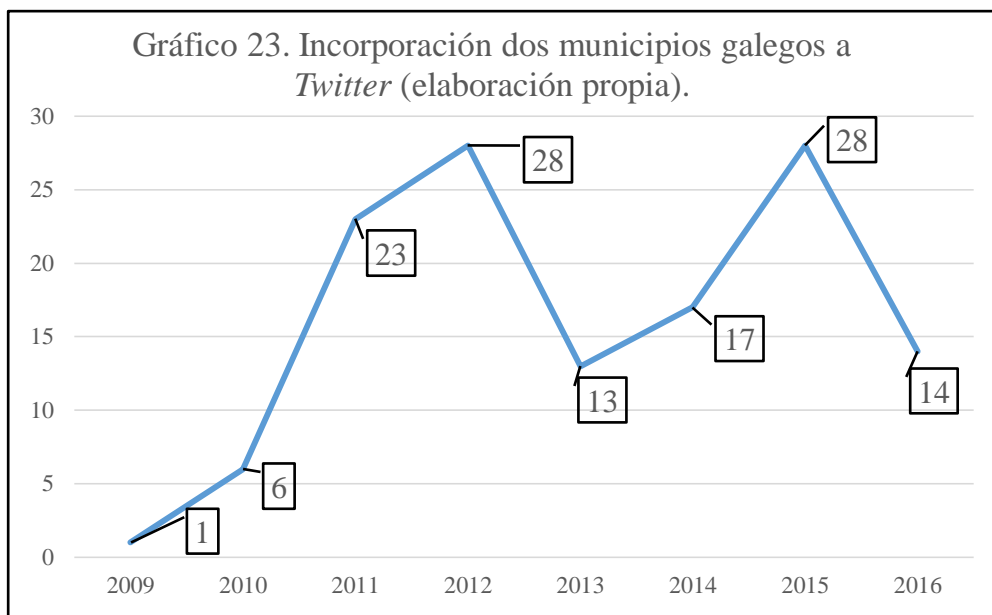
Ben é certo que existen municipios que semellan ter abandonada a súa actividade en *Facebook* mais, polo xeral, os municipios adoitan publicar, cando menos, unha novidade ao día. E é que, aínda que puidera parecer o contrario, non é necesario abastecer as redes sociais se non se teñen contidos de interese para os usuarios. Unha idea que resulta importante para calquera tipo de organización pero máis, se cabe, para un municipio onde todo o que se publique será de relevancia para os seus veciños.

5.2.1 Twitter.

No que respecta á rede social de micro publicacións *Twitter*, son 130 os concellos galegos que contan con presenza na mesma. Se ben anteriormente distinguíamos entre diferentes tipos de actividade cando falabamos do caso de *Facebook* —onde distinguíamos entre páxinas, perfís e grupos— aquí tan só existe unha opción: a da conta ou perfil que, neste caso, é de titularidade municipal. Por provincias, observamos que na Coruña son 56 os municipios con presenza nesta rede social —unha porcentaxe do 60,2%—, 23 en Lugo —o 34,3%—, 23 en Ourense —o 25%— e 28 en Pontevedra —un 45,2% do total provincial—. Por tanto, unha vez máis, A Coruña é a provincia na que maior implantación ten esta rede social, ao igual que o apreciado cando abordabamos a análise de *Facebook*.

Estas serían as cifras relativas á existencia de perfís municipais mais é preciso indicar que existen algúns que, unha vez creados, non rexistraron actividade algunha —non publicaron chíos que puideran ser lidos polos seus seguidores—. Son 12 os concellos para os cales se atopou que nunca levaron a cabo ningún tipo de actividade nesta rede aínda contando cun espazo propio na mesma —Cerdedo, A Guarda, Salvaterra de Miño, Vilaboa, A Rúa, O Incio, Láncara, Boqueixón, Curtis, Fene, A Pobra do Caramiñal e Vedra—.

No que respecta á incorporación dos municipios a *Twitter*, o primeiro en abrir un espazo nesta rede social foi Xove, ao abrir unha conta en agosto do 2009. O gráfico 23 dá conta do número de municipios que se foron sumando á rede cada ano ata chegar a maio do 2016, cando se incorporou Cerdedo —aínda que, como se indicou anteriormente, é un dos municipios que non presenta actividade, polo que a conta con actividade máis recente sería a do Porriño, aberta en abril deste mesmo ano—.



Para a análise de *Twitter* empregouse a ferramenta gratuíta *TweetChup* a través da cal se poden obter datos relativos ao número de chíos, seguidores e tipo de interaccións para a conta que se desexe con tan só introducir o seu nome dentro da aplicación. Nesta ocasión optouse por un período de 9 días nos que os perfís do conxunto da administración local galega produciron un total de 1.965 publicacións. A localidade con maior cantidade de novidades foi A Coruña, con 185 chíos, seguida da Estrada, —120 novas publicacións— e, en terceiro lugar, Cangas —con 100 chíos, amosando novamente unha alta taxa de compromiso coa actualización das súas redes sociais, do mesmo xeito que acontecía coa súa conta en *Facebook*—. En canto ao número de seguidores, o concello máis seguido é A Coruña, con 9.816 seguidores —o día 20 de xuño de 2016—.

Para dar conta das tendencias no que se refire á actividade dos concellos á hora de publicar en *Twitter* atenderemos ao grao de presenza de tres elementos: as mencións a outros usuarios dentro dos propios chíos, a presenza de ligazóns a páxinas externas e a resposta a aquelas contas que interpelaran a do municipio.

Vemos, pois, en primeiro lugar que o conxunto da administración galega mencionou a outras contas en 1.228 ocasións durante o período analizado. É preciso ter en conta que nunha mesma publicación pódense mencionar a varios usuarios, sempre dentro dos 140 caracteres aos que está limitado cada chío. O municipio que máis mencións realizou foi A Estrada, con 186. En segundo lugar estaría A Coruña, con 173 mencións e, en terceiro, Carballo, que mencionou a outros usuarios en 121 ocasións. A tónica xeral observada para o global dos nosos municipios

é que as publicacións adoitan conter mencións, xeralmente a outros estamentos da administración pública ou a colectivos que teñen ou van ter algún tipo de relación coa actividade municipal. Por exemplo, é moi frecuente que se unha agrupación teatral vai representar unha obra nas instalacións da localidade se mencione dita agrupación —sempre e cando teña conta na rede social— ao tempo que se aporta información sobre o evento.

Seguidamente, damos conta de como as 130 contas de *Twitter* pertencentes a concellos galegos incorporaron 1.265 ligazóns externas nos seus chíos dentro dos 9 días analizados. Novamente asistimos a como a da Estrada é a conta municipal cun maior número de ligazóns dentro das súas publicacións —91 para o espazo temporal observado—. En segundo lugar estaría Bueu, con 65 ligazóns e, seguidamente, Ribadumia, con 64. Ao igual que acontecía coas mencións, a tónica xeral dentro da administración local galega é a de incluír ligazóns nos propios chíos, xa que permiten derivar ao visitante cara a información que se quere trasladar —lembramos que o límite para os contidos publicados en *Twitter* é de 140 caracteres—.

En terceiro lugar observamos o número de respostas que deron as contas municipais galegas, onde atopamos un total de tan só 31. Resulta sorprendente esta cifra, pois é moi frecuente —e así o indicaron os municipios que deron resposta ao breve cuestionario que se lles remitiu— que os cidadáns amosen as súas queixas ou suxestións a través das redes sociais. Ademais, a resposta pública aos posibles conflitos é algo que xerará unha imaxe positiva do concello, xa que se dá a entender unha alta dose de preocupación polos temas que preocupan aos veciños. Pero non só poden ser respostas a queixas, tamén se lle debería dar resposta aos chíos que mencionen a conta municipal e que amosen outros contidos —como imaxes, vídeos, etc.— aínda que só sexa para agradecer a aportación.

Con todo, entre os 31 casos de resposta que se obtiveron da análise, hai que salientar as 5 ocasións nas que os municipios de Cangas e Culleredo levaron a cabo tal acción e as 4 nas que o fixo Santiago de Compostela. Así mesmo, nas provincias de Lugo e Ourense non se produciu resposta a nin un só chío en ningún dos 46 municipios con *Twitter* que podemos contabilizar entre ambas.

Así pois, podemos dicir da actividade dos municipios galegos en *Twitter* que fomenta a interconexión con outras contas —dado o alto número de mencións atopado— e tamén con outros espazos da rede —xa que, como se puido observar, son moitas as ligazóns integradas

dentro dos chíos—. Porén, a outra cara da moeda dánola o baixo número de respostas ao resto de usuarios que interpelan as contas municipais que é tan só de 31 nos 9 días observados.

Con todo, hai concellos que amosan un grande interese pola actividade nesta rede social, mantendo vivos os seus espazos con contidos actualizados en todo momento. Estes serían os casos de municipios como Cangas, A Estrada ou Bueu entre outros. Aínda que, polo momento, non se consigán taxas abundantes de conversa coa veciñanza ou con outros usuarios de fóra do municipio, ben é certo que o feito de amosar interese por estas plataformas é un grande primeiro chanzo que, unha vez afianzado poderá dar paso a ese ideal de conversa e creación de comunidade.

Como reflexión a este espazo de análise das redes sociais, hai que dicir que os municipios galegos van explotando de xeito paulatino todas as posibilidades que estas ofrecen. A bo seguro que se fixeramos esta mesma análise cinco anos atrás atoparíamos unha presenza moito menor e unha actividade moi diferente —na que as publicacións serían meramente textuais e non incluírían tantas ligazóns, imaxes ou vídeos—. Hai unha serie de concellos que demostran ter grande interese por potenciar as redes sociais municipais. Tal é así que localidades como A Estrada, A Coruña, Ferrol ou Carballo entre outras ven en *Facebook* e en *Twitter* dúas ferramentas a través das cales poder dirixirle á cidadanía mensaxes importantes para o seu día a día e para o desenvolvemento do concello. Todo isto máis alá do tamaño da poboación en cuestión e todo isto cun custe case nulo.

Podemos afirmar que as redes sociais son, para os concellos que as empregan, un bo complemento para a actividade en rede desenvolvida na páxina web. Para outros moitos con plataformas web máis anticuadas e que non permiten a incorporación de determinados contidos son, sen dúbida, máis que un complemento, podendo chegar a ser un substituto para determinadas temáticas ou publicacións.

5.3 Casos salientables.

Adicamos este derradeiro apartado de análise a ver algunhas das experiencias máis salientables no que respecta ao emprego das ferramentas propias da Internet co obxectivo de lograr a comunicación coa veciñanza, facilitarlle os trámites e xestións ou, simplemente, mantela informada de todo aquilo relacionado co municipio.

Así, abordaremos catro tipos de experiencias positivas a este respecto. Algunhas foron citadas anteriormente e serán ampliadas con novos datos e maior afondamento e outras non tiveron o seu oco aínda nesta investigación. Son: o portal de transparencia do concello de Ponteareas, o desenvolvemento de aplicacións móbiles por parte dalgúns concellos como iniciativa recente e con grande potencial, a posibilidade de realizar enquisas á cidadanía a través da páxina web como método de consulta para algúns aspectos, o espazo Amoeiro TV e a plataforma de retransmisión dos plenos en directo do concello de Lalín.

5.3.1 Portal de transparencia do concello de Ponteareas.

Xa no apartado 5.1.6 abordamos a realidade relativa a este tipo de plataformas para o conxunto dos nosos concellos. Demos conta tamén de como existen numerosas iniciativas de organismos supramunicipais encamiñadas a dotar as entidades locais de mecanismos para garantir a transparencia da súa xestión, podendo poñer ao servizo dos cidadáns datos económicos, relativos á formación da corporación, de contratacións, etc.

O caso de Ponteareas rompe coa tónica xeral observada, ao non adscribirse a ningunha destas iniciativas —da Deputación, da Xunta ou a o Goberno Central— e levar a cabo unha plataforma propia: *transparencia.concellodeponteareas.org*. O técnico informático do municipio, Héctor Lago, fundamenta esta decisión afirmando que «a plataforma non nos parecía flexible e queríamos distinguírnos un pouco fronte ás iniciativas propostas dende outras administracións». Así pois, vemos como o motivo fundamental desta decisión é a creación dun espazo flexible e modificable segundo as necesidades de, neste caso, a localidade de Ponteareas.

Se o usuario entra na dirección do portal, o primeiro que atopa é unha división en catro espazos principais: orzamentos, indicadores ITA, colabora e destacados, ademais das ligazóns ás tres redes sociais nas que está presente o concello —*Twitter*, *Facebook* e *Vine*— na parte superior dereita. Iso é o que nos amosa a imaxe 32.



Benvindo ao portal de transparencia do Concello de Ponteareas. Gustaríache saber como é de transparente o teu Concello?



ORZAMENTOS

Aquí atoparás información detallada anual sobre os ingresos, gastos e a execución do orzamento do Concello. O portal de orzamentos de Ponteareas é unha aposta pola transparencia das administracións públicas.



INDICADORES ITA

Panel de indicadores propostos pola organización Transparencia Internacional para medir o índice de transparencia dos concellos(ITA). Podes consultar punto por punto os diferentes indicadores ITA.



COLABORA

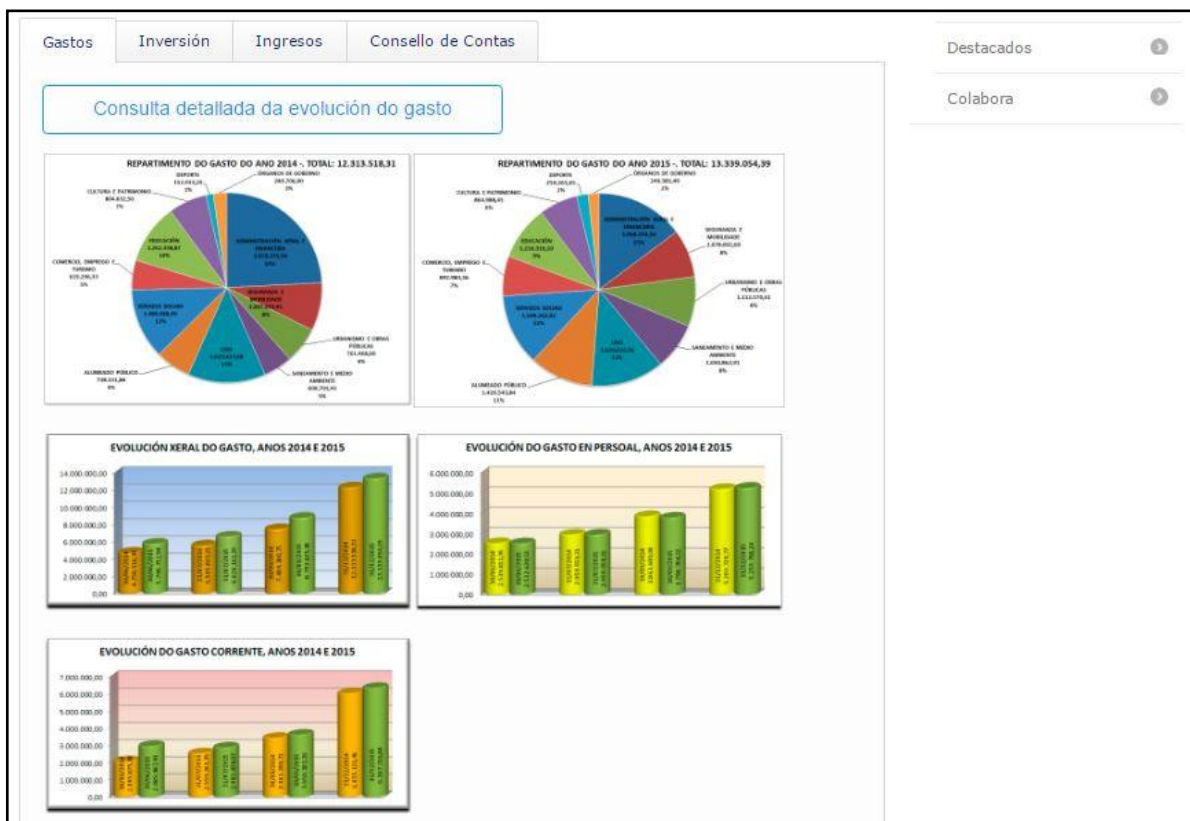
Axuda a mellorar o Portal de Transparencia. Indicanos as túas ideas. Se tes calquera dúbida sobre a información publicada neste portal, ou falta algún contido, simplemente tramitao dende o formulario de contacto.



vaian engadindo á sección de indicadores ITA, así como outras novas de interese sobre a transparencia do noso Concello.

Imaxe 32: páxina principal do portal de transparencia do concello de Ponteareas.

Comezamos a análise polo primeiro dos espazos, o de orzamentos que ofrece a información en dous chanzos. O primeiro é a presentación de gráficos coas cifras xerais de gasto, inversión ou ingreso —segundo proceda— tal e como recolle a imaxe 33.



Imaxe 33: primeiro chanzo de análise dos orzamentos no portal de transparencia do concello de Ponteareas.

Seguidamente, se así se desexa, pódense consultar as cifras detalladas premendo no botón azul, acción que leva ao visitante a un documento público en folia de cálculo dispoñible para a súa descarga e a súa análise con programas como *Microsoft Excel*. O informático municipal xustifica esta aposta pola publicación dos datos mediante unha folia de cálculo porque ao promover este espazo consideraron que, deste xeito, «pode ser máis intuitivos á hora de tratalos e interpretalos por parte da veciñanza». Isto é o que amosa a imaxe 34.

		30/06/2014	30/06/2015	31/07/2014	31/07/2015	30/09/2014	30/09/2015	31/12/2014	31/12/2015
3	Gastos de personal --	2.539.811,95	2.532.630,53	2.913.744,41	2.999.939,31	3.863.609,00	3.796.704,22	6.203.720,77	6.299.796,24
4	Gastos correntes e transferencia --	4.756.518,78	5.799.712,94	5.595.837,21	6.626.162,29	7.484.380,75	8.793.825,38	12.313.518,31	13.339.854,39
5	Inversións e outros --	122.831,45	278.994,91	122.831,45	765.128,91	199.471,04	1.344.937,90	1.024.668,09	1.711.939,31
6	DÉBIDA PÚBLICA 1100	299.512,50	187.442,46	311.230,07	194.851,08	391.208,16	199.747,54	949.233,46	327.966,97
7		209.037,90	136.095,41	260.755,47	143.868,19	315.428,85	0,00	560.331,17	225.169,68
8		90.474,60	51.347,05	50.474,60	50.982,89	75.779,30	199.747,54	368.702,30	102.816,69
9	SEGURIDADE 13200	312.154,83	337.560,24	358.886,04	38.824,14	458.709,10	477.881,17	663.907,12	83.157,07
10		32.856,01	40.037,87	38.824,14	41.037,78	43.155,95	51.102,76	82.911,98	683.859,16
11		0,00	1.205,77	0,00	1.205,77	0,00	0,00	0,00	1.845,77
12	BOMBEROS 15400	129.672,32	170.240,43	148.976,91	199.221,53	202.844,23	241.119,99	308.061,21	379.905,47
13		7.419,80	20.426,79	8.167,21	20.928,45	9.745,65	26.987,70	44.768,29	37.252,96
14		0,00	27.972,68	0,00	27.473,00	0,00	27.972,68	8.070,78	87.417,83
15	URBANISMO 16100	68.826,91	70.790,12	75.932,92	80.231,67	99.221,63	99.071,93	135.496,69	135.865,68
16		1.366,60	355,98	1.366,60	1.298,09	1.406,38	1.441,41	2.605,04	2.832,26
17		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.322,30	21.866,60
18	ACCESO AOS NÚCLEOS DE POBOACIÓN 1851	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
19		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
20		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	PAVIMENTACIÓN DE VÍAS PÚBLICAS 1932	0,00	180.893,54	0,00	208.098,53	0,00	390.330,59	0,00	428.345,81
22		0,00	180.893,54	0,00	208.098,53	0,00	390.330,59	0,00	428.345,81
23		0,00	180.893,54	0,00	208.098,53	0,00	390.330,59	0,00	428.345,81
24	VÍAS E OBRAS 16500	302.793,33	275.091,04	321.320,42	300.771,37	355.088,04	371.547,49	608.043,97	524.559,66
25		79.822,83	157.320,97	80.160,42	197.467,85	101.004,62	177.860,00	205.074,77	236.309,10
26		71.841,72	0,00	71.841,72	0,00	71.841,72	0,00	132.912,59	9.885,28
27	SANEAMIENTO-AUGA 16100	43.427,15	384.132,33	80.048,57	518.463,78	89.074,31	568.099,09	124.834,92	624.451,87
28		34.078,65	382.996,19	49.277,85	61.193,32	63.682,84	73.957,76	94.310,08	128.985,93

Imaxe 34: segundo chanzo de análise dos orzamentos municipais de Ponteareas a través dunha folia de cálculo.

Regresando á pantalla principal, o usuario pode interesarse polos indicadores ITA (Índice de Transparencia dos Concellos) deseñados pola organización Transparencia Internacional para o conxunto da administración municipal española. Son 80 e divídense en diversas áreas — información sobre a corporación municipal, relacións coa cidadanía, transparencia económico-financeira, transparencia nas contratacións, en materia de obras e medioambiente ou indicadores da Lei de Transparencia entre outros—. Para o caso exposto na imaxe 35, o usuario ten a posibilidade de premer sobre algúns destes indicadores —aqueles cos que conta ou cumpre o concello—, acción que o levará a unha nova pestana do seu navegador onde poderá consultar a información pretendida. Por parte do municipio pontevedrés declarouse que «está previsto completar o maior número de indicadores ITA» polo que o esforzo nesta materia semella non rematar cos xa recollidos.

Indicadores ITA

Os indicadores ITA (Índice de Transparencia dos Concellos) son unha ferramenta que a organización Transparencia Internacional pon á disposición dos concellos españois para medir o seu nivel de transparencia. Avalían a xestión realizada polo concello a través dun conxunto integrado por 80 indicadores agrupado en diversas áreas.

Orzamentos 2

Indicadores ITA 1

Destacados 2

Colabora 2

A - Información sobre a Corporación Municipal

A.1.- Información sobre os cargos electos e o personal (6)

- 01 - Especificanse os datos biográficos do/a Alcalde/sa e dos concelleiros/as do concello.
- 02 - Especificanse os enderezos electrónicos do/da alcalde/sa do concello.
- 03 - Publícase a Axenda institucional do/da alcalde/sa (nun apartado específico da web).
- 04 - Publícase de forma completa a Relación de Postos de Traballo (RPT) do Concello.
- 05 - Publícase a relación de cargos de confianza do concello e o importe das súas retribucións.
- 06 - Publícase a Oferta Pública de Emprego do concello e o desenvolvemento e execución desta.

A.2 - Información sobre a organización e o patrimonio (6)

- 07 - Especificanse os diferentes órganos de Goberno e as súas respectivas funcións.
- 08 - Especificanse os datos básicos das sociedades municipais, así como os enlaces ás súas Webs.
- 09 - Publícase de forma completa os equipos de persoal das sociedades municipais.
- 10 - Está aprobada, ou publícase, o Plan Estratégico Municipal.
- 11 - Publícase a relación detallada de vehículos oficiais adscritos ao Concello.
- 12 - Publícase o Inventario de Bens e Dereitos do Concello.

A.3 - Información sobre normas e institucións municipais (6)

- 13 - Ordes do día previas dos Plenos Municipais.
- 14 - Actas íntegras dos Plenos Municipais.
- 15 - Acordos das Xuntas de Goberno e actas íntegras cando actúen por delegación do Pleno.
- 16 - Transmítense en directo na web e/ou quedan almacenados os vídeos dos Plenos municipais.
- 17 - Existe e publícase un "Código ético ou de bo goberno" do Concello.
- 18 - Publícanse as resolucións xudiciais que afecten ao Concello (Clasificadas segundo a orde).

Imaxe 35: apartado adicado aos indicadores ITA no portal de transparencia do concello de Pontearreas.

En terceiro lugar teriamos o espazo Colabora, recollido na imaxe 36. Non afondaremos moito na súa análise, pois trátase dun formulario de contacto similar aos analizados anteriormente nesta investigación. Soamente diremos que, dende o municipio pontevedrés, se amosan satisfeitos coa acollida que este espazo en concreto está a ter, xa que son moitos os veciños e veciñas que o empregan para poñerse en contacto cos dirixentes da súa localidade.

Finalmente, atopamos o espazo de Destacados —imaxe 37— no que, polo momento, non existe información algunha máis alá dunha mensaxe que reza «nesta sección colocaranse os novos indicadores que se vaian engadindo á sección de indicadores ITA, así como outras novas de interese sobre a transparencia do noso concello».

A experiencia descrita é novidosa, pois aporta un xeito diferente de dar conta das iniciativas de transparencia municipal afastada das plataformas pechadas e ríxidas propostas por outras administracións. Amosa, así mesmo, un esforzo de persoal e económico por parte do concello de Pontearreas que, a bo seguro, será agradecido pola súa veciñanza, que goza dun acceso á información do seu municipio nuns niveis non presentes na grande maioría das localidades galegas.

Colabora

Se tes calquera dúbida sobre a información publicada neste portal, cres que falta algún contido, localizaches un erro, ou simplemente queres transmitir unha opinión, por favor usa o seguinte formulario para contactar co teu Concello.

Nome (requirido)

Correo electrónico (requirido)

Categoría

Dúbida

Petición

No soy un robot


reCAPTCHA

Privacidad · Condiciones

Enviar

- Orzamentos
- Indicadores ITA
- Destacados
- Colabora**

Imaxe 36: espazo de contacto no portal de transparencia do concello de Pontearreas.



Portal de Transparencia
Concello de Pontearreas
Concillería de Novas Tecnoloxías

Destacados

Nesta sección colocaranse os novos indicadores que se vaian engadindo á sección de Indicadores ITA, así como outras novas de interese sobre a transparencia do noso Concello.

- Orzamentos
- Indicadores ITA
- Destacados**
- Colabora

Imaxe 36: espazo de Destacados que, polo momento, se atopa sen información.

5.3.2 Aplicacións para dispositivos móbiles.

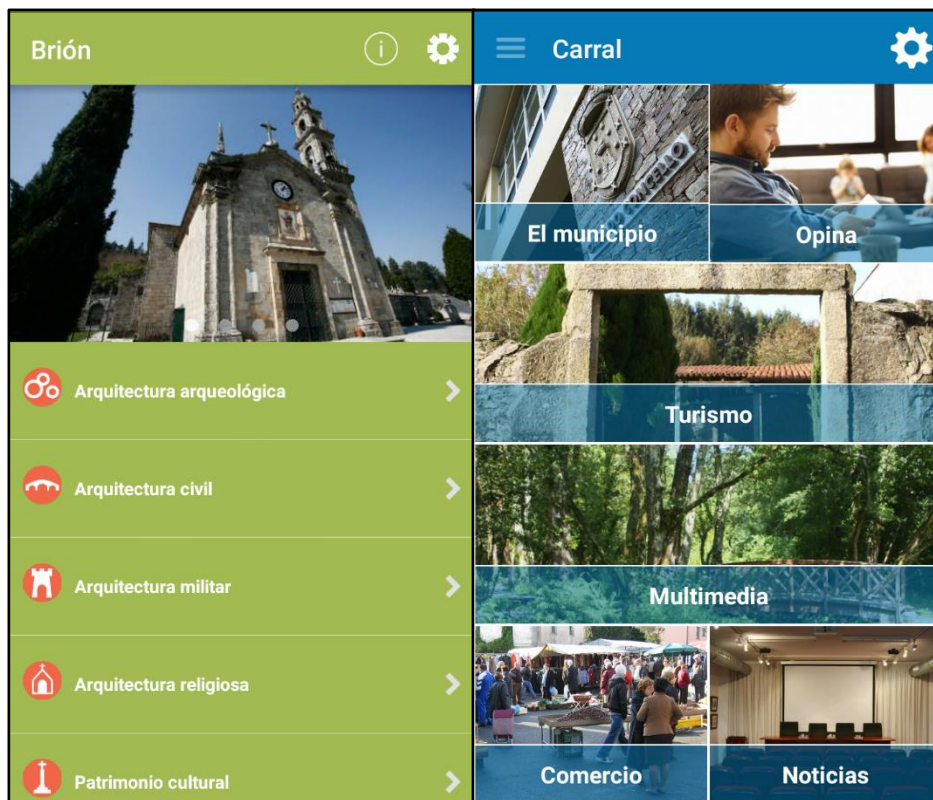
Nos últimos anos, xunto coa expansión e a implantación dos teléfonos móbiles intelixentes — os coñecidos como *smartphones*— produciuse tamén unha forte expansión de toda unha serie de ferramentas e aplicacións que aproveitan ao máximo as potencialidades dos mesmos. Semella que a administración local galega non quere permanecer allea a esta realidade e é por iso que, recentemente, algúns dos nosos municipios incorporaron ao seu catálogo de ferramentas electrónicas as aplicacións para dispositivos móbiles. Algúns exemplos deste tipo de prácticas son Brión, Carral, Castrelo de Miño, Boqueixón, Culleredo, Cariño, Curtis, Fene, Cuntis, Redondela, A Estrada ou Pontearreas entre outros.

A modo de exemplo, neste apartado citaremos dúas das aplicacións —a de Brión e a de Carral— por pertenceren a municipios que deron resposta ás preguntas que se lles formularon ao respecto sobre a decisión de apostar por este tipo de ferramentas e a acollida que está a ter entre a veciñanza. Ademais, mediante capturas de pantalla da interface das mesmas, daremos conta dalgúns detalles interesantes no que respecta ao seu funcionamento.

A aplicación do concello de Brión está orientada fundamentalmente ao turismo —como a maioría das citadas anteriormente para o conxunto da administración local galega—. E é que, hoxe en día, o teléfono móbil converteuse nun elemento case indispensable cando imos de visita a calquera lugar ao poder consultar que ver, que facer ou onde comer e durmir para cada recuncho xeográfico.

Pola contra, a aplicación promovida dende a localidade de Carral non só se centra no turismo —que tamén— senón que contén toda unha sorte de apartados que a fan máis completa de cara a que os veciños poidan contribuír á construción da vida da vila aportando as súas opinións, queixas ou suxestións.

A imaxe 37 amosa unha montaxe coa vista que observa o visitante nada máis entrar en cada unha das dúas aplicacións. Como se pode observar —e na liña da tendencia actual dentro das aplicacións para móbiles— o deseño é limpo e intuitivo, deixando claro en todo momento que imos atopar ou que podemos facer en cada un dos espazos dispoñibles.



Imaxe 37: vista do espazo principal das aplicacións de Brión (esquerda) e Carral (dereita).

En canto aos motivos que levaron a estes dous concellos a apostar por este tipo de plataformas, Rebeca Riveira, do concello de Carral indicou que esta idea naceu do gusto do alcalde do municipio polas novas tecnoloxías, polo que foi el o promotor ao considerar que podería ser un bo complemento para a actividade que xa leva a cabo o municipio a través da páxina web e as redes sociais.

En Brión, dende o departamento de Novas Tecnoloxías indicouse que o xerme desta iniciativa tivo lugar «fai un par de anos, nunha xuntanza dos axentes TIC cos traballadores de Cultura e Deportes do concello, coa idea de poñer en valor o patrimonio municipal». No que respecta ao desenvolvemento da plataforma, dende o municipio coruñés sinalan que foi posible grazas a unha subvención da Deputación da Coruña que tiña como obxectivo a inversión na creación de ferramentas para a promoción turística que, como puidemos observar, é o eixe fundamental desta aplicación.

Centramos agora a análise na plataforma do concello de Carral, pois contén un apartado que nos interesa especialmente dado o contido desta investigación. Ten por nome “Participa” e,

cando o usuario entra nel, ofrécenselle tres posibilidades: comunicar unha incidencia, realizar unha suxestión ou participar dunha enquisa breve sobre o funcionamento da vila.

A imaxe 38 recolle todos os posibles itinerarios que o visitante pode seguir neste espazo da aplicación. Como se pode observar, pódese comunicar unha incidencia achegando unha fotografía da mesma e sinalándoa mediante a xeolocalización —unha ferramenta moi útil pois, supón un grande aforro de tempo para o persoal municipal ao non ter que buscala—, pódese tamén realizar unha suxestión achegando a propia dirección de correo electrónico —na que será respondida a mesma— e tamén, se así se quere, pódense valorar algúns aspectos da xestión do municipio. Para o caso descrito pola imaxe vemos como se pregunta pola valoración da limpeza no municipio de Carral. E é que, como veremos a continuación, as plataformas en liña poden ser unha grande vía de consulta para tomar o pulso da opinión da veciñanza a respecto dalgunhas temáticas.



Imaxe 38: montaxe coas diferentes opcións para a participación cidadá na aplicación móbil do concello de Carral.

Observamos, pois, como as aplicacións móbiles comezan a abrirse camiño entre as ferramentas que os municipios galegos poñen a disposición dos seus veciños. Non é descartable que, dentro duns anos, o seu uso se estenda, podendo chegar a desbancar á propia páxina web municipal. E é que, cada vez máis, os teléfonos móbiles intelixentes forman parte do noso día a día, en ocasións moito máis que as propias computadoras.

5.3.3 Enquisas dentro da páxina web.

Durante o período de observación das páxinas web oficiais dos concellos galegos apreciouse que existían casos de prácticas encamiñadas a poñer en valor a opinión da cidadanía arredor do funcionamento dos servizos municipais ou, por exemplo, do funcionamento da propia páxina web. Por aportar algúns exemplos, os municipios de Cedeira, Miño, Carnota, Baralla ou A Fonsagrada —que nos servirá para ilustrar este apartado— puxeron en marcha este tipo de iniciativas sinxelas que, a bo seguro, lle permiten aos dirixentes da localidade mellorar naqueles puntos que a cidadanía poida considerar máis febles.

Como se dixo, o espazo “Participa e Opina”, sito dentro da páxina web do concello lucense da Fonsagrada servirá como exemplo para este tipo de prácticas. O certo é que carece de toda complexidade pois, para o caso descrito, trátase tan só dun formulario automático que calquera usuario pode crear na plataforma *Google Forms*. Mais, como a maioría de accións que rodean o que demos en chamar Compromiso 2.0, é no emprego das ferramentas e non na complexidade das mesmas onde residen as prácticas máis correctas e positivas que derivarán nunha relación de maior confianza entre os cidadáns e as institucións.

Así pois, na imaxe 39 podemos ver como se formulan catro cuestións sinxelas sobre a opinión que os cidadáns teñen do funcionamento da nova páxina web do concello. Porén, atopamos un contrapunto a este tipo de iniciativas que, a bo seguro nun futuro, poderá ser solucionado dalgún xeito. Para o caso descrito —así como para outros atopados— non se esixe ningún tipo de rexistro ou identificación conforme a persoa que está a opinar pertence ao concello. Nesta ocasión, a opinión podería vir da man de calquera visitante da páxina web, pois as cuestións son arredor deste tema mais, noutros casos, se se pregunta por iniciativas do concello ou sobre o estado das vías do mesmo e alguén foráneo decide opinar sen coñecemento estaría desvirtuando os datos obtidos. Sexa para ben, ou para mal.

Con todo, semella que as iniciativas deste tipo, aínda que escasas polo momento, poden ser a base dunha posible deliberación conxunta dentro dos municipios. Grazas a instrumentos sinxelos e mesmo gratuítos, os concellos poden ter en conta cada vez máis a opinión dos seus veciños que, no fondo, son os beneficiados e prexudicados de todas as decisións que se tomen.

Participa e opina

¿Que te parece la nueva web?

Opinión ciudadana sobre la web de A Fonsagrada

¿Te gusta la nueva web?

1 2 3 4 5

Poco Mucho

¿Te parece útil?

1 2 3 4 5

Nada útil Muy útil

¿Qué apartado nuevo te ha gustado más?

- Mapa de puntos de interés
- Fotogalería y videogalería
- La página de inicio
- Las noticias
- Los formularios
- Otra:

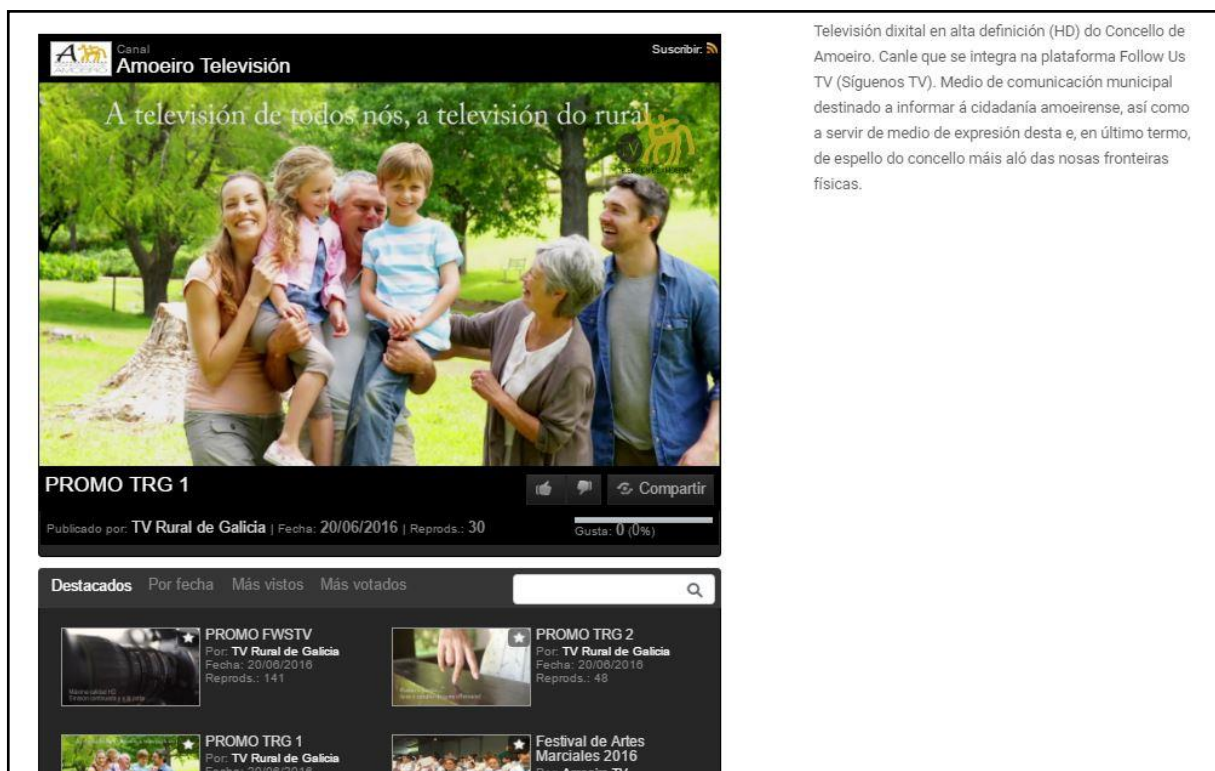
¿Echas en falta alguna información o apartado?

Tu respuesta

Imaxe 39: enquisa sobre o funcionamento da páxina web do concello da Fonsagrada.

5.3.4 Amoeiro TV e retransmisión en directo dos plenos do concello de Lalín.

O consumo e a publicación de vídeo na rede non fixo senón medrar durante os últimos anos. Tanto nas páxinas web como nas redes sociais. Por iso, neste apartado, imos dar conta de dúas experiencias que teñen no vídeo o seu sinal de identidade. A primeira é Amoeiro TV, un espazo que o concello ourensán de Amoeiro adica na súa páxina web a publicar os contidos da plataforma de televisión en liña *Follow us TV*, iniciada en agosto do 2015. Tal e como se recolle na imaxe 40, a páxina web conta cun reprodutor no que poder ver os vídeos que a plataforma vai publicando. Trátase dunha experiencia de vídeo baixo demanda, onde non hai retransmisións de eventos en directo senón reportaxes atemporais que o visitante pode consultar en calquera momento.

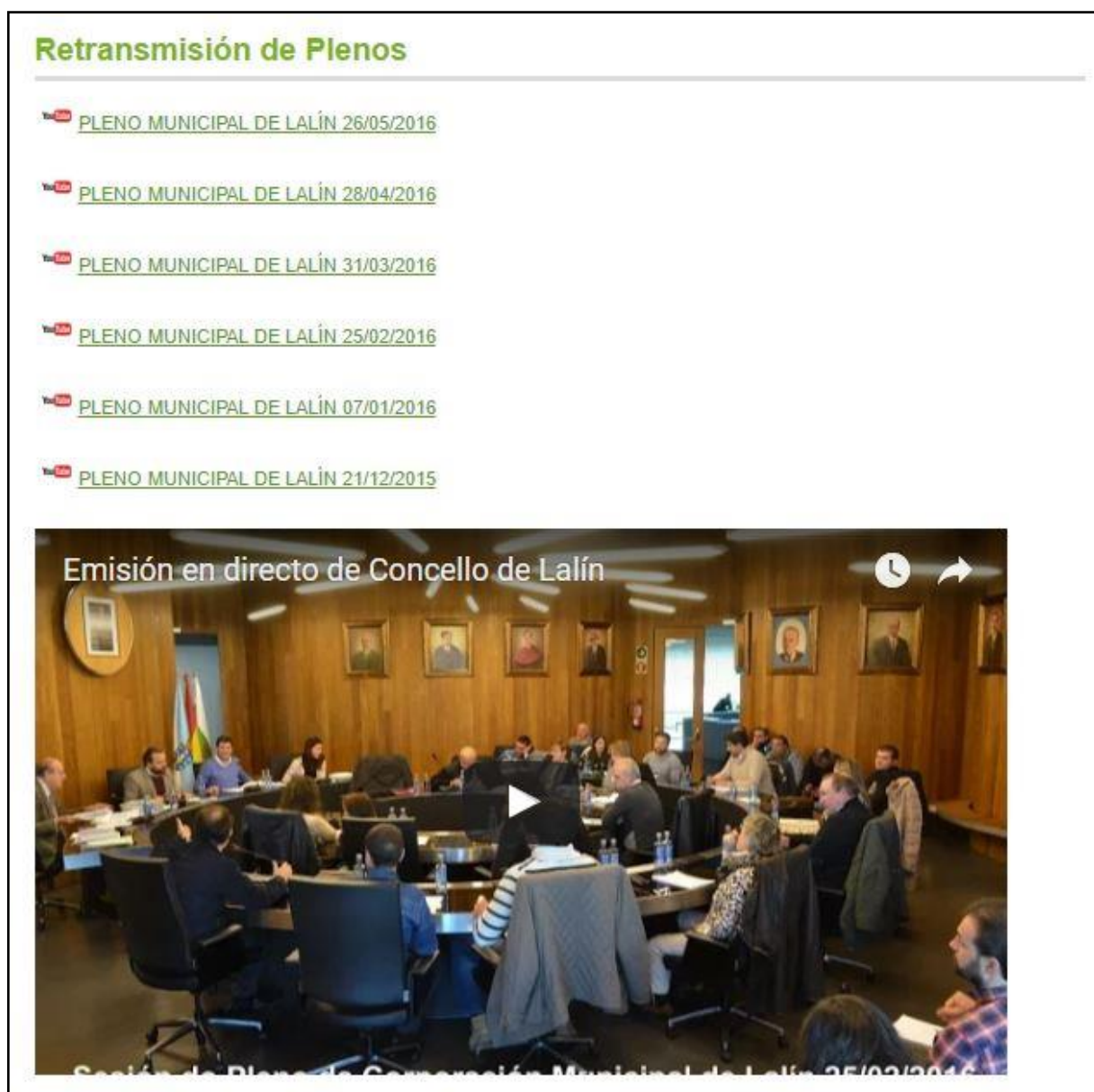


Imaxe 40: captura do reprodutor de vídeo do espazo “Amoeiro Televisión”.

A calidade do material publicado outro dos factores a salientar, pois todos os vídeos están en Alta Definición. Esta experiencia constitúe, pois, un fito relevante nun municipio de 2.245 habitantes como Amoeiro.

A segunda das iniciativas relacionadas co vídeo que queremos poñer en relevancia é a retransmisión en directo dos plenos do concello de Lalín. Esta proposta gardaría máis relación

co tema tratado na investigación que estamos a presentar que a exposta anteriormente, o achegamento das institucións á cidadanía a través dos espazos dixitais. E é que, os habitantes do municipio pontevedrés teñen á súa disposición na páxina web do concello un espazo cunha ligazón á retransmisión en directo dos plenos a través de *YouTube*. Do mesmo xeito, poden consultar seis das xuntanzas anteriores, dende que se implantou esta tecnoloxía a finais do pasado ano 2015. A imaxe 41 dá conta da aparencia deste apartado. Hai que dicir que esta retransmisión faise cunha cámara fixa —sen realización, sen planos curtos daquelas persoas que están a falar— e que a imaxe non presenta unha alta calidade mais non por iso deixa de ser unha iniciativa positiva que, a bo seguro, irá mellorando conforme avance o tempo.



Imaxe 41: espazo de retransmisión en directo dos plenos do concello de Lalín.

Así pois, amosamos como algúns municipios comezan a integrar experiencias de retransmisión de vídeo en directo ou en diferido co obxectivo de facerlles chegar aos seus habitantes información relevante que, ao mellor, non sería tratada nos medios de comunicación convencionais. A bo seguro que, se realizamos esta mesma investigación, dentro de dous ou tres anos veríamos multiplicado substancialmente o número de municipios que incorporan este tipo de espazos na súa actividade en rede. E é que cada vez é máis sinxelo e máis barato transmitir vídeo a través de Internet algo que municipios como Amoeiro ou Lalín semellan ter identificado xa.

6. Conclusións e revisión de hipóteses.

Pechamos esta investigación coas conclusións máis relevantes que nos deixa o traballo realizado e expoñendo se as hipóteses plantexadas ao comezo do mesmo foron verificadas ou, en caso contrario, refutadas.

En primeiro lugar é interesante observar como, por norma xeral, os espazos en rede do conxunto da administración local galega están bastante anticuados. A arquitectura destas páxinas web non responde ao momento actual que se vive en Internet, onde a imaxe e o vídeo gozan dunha grande presenza e onde se busca a integración de espazos. Así pois, a primeira idea que debe quedar logo da análise realizada é a dunha fonda modificación na meirande parte de sitios en liña pertencentes aos municipios galegos. Porén, acometer este tipo de accións precisa de recursos humanos e económicos que, como é comprensible, as administracións públicas non poden abordar nun momento de crise como o actual. Con todo, sería necesario que os concellos de Galicia anotasen como pendente a modernización dos seus espazos en rede.

No que respecta ao emprego das ferramentas propostas na análise, que serían propias dunha actitude de Compromiso 2.0, diremos que algunhas son altamente empregadas como, por exemplo, os espazos de novidades ou de actualidade que lle permiten aos visitantes estar ao tanto de todo aquilo que publica o seu concello. Aínda que así sexa, é necesario deixar claro que a existencia non é suficiente, e unha grande parte deste tipo de espazos non cumpre cos criterios de posicionamento en buscadores que, de cumprirse, redundarían nunha maior visibilidade da marca en cuestión. E é que moitas das experiencias analizadas consistían na publicación de documentos municipais escaneados, sen a posibilidade de que os cidadáns os compartan nas súas redes sociais ou por outras vías.

Sorprende tamén a baixa integración das ferramentas de xeolocalización, fundamentalmente pola ausencia de custe das mesmas. Tan só o 53% dos municipios galegos conta na súa páxina web coa posibilidade de localizalo a través da ferramenta *Google Maps*. Isto é un punto feble dos espazos en rede dos nosos municipios xa que, por exemplo, dende o punto de vista dun turista, poder introducir a localización do municipio no seu teléfono móbil antes de visitalo pode ser un punto a favor á hora de acudir ao lugar.

Resulta tamén preocupante que tan só o 60% dos concellos galegos poña a disposición dos seus veciños espazos para o contacto co municipio a través da rede. É, sen dúbida, unha cifra moi

baixa, pois levar a cabo este tipo de actuacións non esixe dunha grande cantidade de recursos económicos. Unha vez creado o espazo tan só precisa ser atendido do mesmo xeito que o correo electrónico.

Baixa é, tamén, a posibilidade de subscribirse aos contidos que se publican dende os espazos municipais en liña a través das xa mencionadas RSS. Porén, ao contrario do que acontecía coa xeolocalización ou os espazos de contacto, facer posible a sindicación de contidos mediante esta técnica sexa máis difícil e mesmo custoso, polo que podería ser un dos motivos para esa baixa implantación. Outra razón pode ser a xa aportada anteriormente do anticuado e ríxido da arquitectura dos espazos web da administración local galega, que levaría á imposibilidade de introducir este tipo de opcións nos mesmos.

Tamén relacionado con ese alto grao de obsolescencia das páxinas web municipais estaría a baixa implantación do deseño *responsive* ou adaptable a todo tipo de dispositivos. A porcentaxe da mesma sitúase nun preocupante 32%, nun momento no que os teléfonos móbiles comezan a copar os postos cabeceiros no que aos lugares dende os que se consulta Internet se refire.

Pero se o abordado ata o de agora eran, fundamentalmente, apartados nos que o aspecto técnico resultaba relevante, a existencia de portais de transparencia non pode considerarse así. A análise realizada amósanos como tan só o 49,3% dos municipios conta cun portal de transparencia, unha cifra moi baixa para algo tan importante como render contas ante a cidadanía da actividade que se leva a cabo dende a corporación municipal. Con todo, tal e como se indicou no apartado no que se analizou, a creación destes portais é relativamente recente, polo que se agarda que nos vindeiros anos se vaia incorporando a este tipo de iniciativas o resto da nosa administración local. Ademais, aqueles concellos que contan con espazos desta natureza adoitan cometer un erro común, caer na rutina de publicar documentos fotocopiados que non poden ser analizados a través de programas de cálculo.

Porén, apreciáronse algunhas iniciativas salientables no que respecta ao desenvolvemento dos portais de transparencia como, por exemplo, o caso descrito do concello de Pontearreas. Ante a rixidez das plataformas promovidas por organismos supra municipais, o municipio pontevedrés creou o seu propio espazo cunha información máis completa que a media que poderíamos establecer para o conxunto galego.

No que respecta á transparencia, as provincias de Lugo e A Coruña son as que máis camiño levan percorrido, xa que as súas Deputacións Provinciais puxeron en marcha dúas plataformas

que dan acollida aos municipios que así o desexen. Todo isto cun obxectivo común: render contas ante a cidadanía.

Iniciativas semellantes levaron a cabo as Deputacións Provinciais no que se refire ao desenvolvemento das sedes electrónicas dos municipios. Neste caso a porcentaxe de implantación é máis alta, xa que se sitúa no 65,3%. Novamente podemos dicir que nos atopamos nunha fase temperá da incorporación deste tipo de portais á administración local polo que agardamos que nos vindeiros anos estas medren substancialmente. No que respecta a implantación das sedes electrónicas a provincia da Coruña é, sen lugar a dúbidas a que máis ten adiantado, pois tan só dous concellos carecen da mesma. Onde máis problemas atoparíamos sería en Ourense e Pontevedra.

Como peche ás ferramentas propias das páxinas web, podemos dicir que, como conxunto, os concellos da provincia da Coruña son os que mellor traballaron a incorporación dos elementos propios do Compromiso 2.0. Neste punto, temos que falar de Ourense como a provincia onde máis camiño queda por percorrer. A explicación a isto poderíamola atopar na fenda dixital que separa aos máis maiores —máis abundantes en Ourense— dos máis novos. Pode que na provincia do interior se lle siga outorgando maior peso ás ferramentas empregadas anos atrás pola súa efectividade fronte ás novas tecnoloxías descoñecidas para os maiores do lugar.

Falamos agora da actividade dos concellos galegos nas redes sociais onde, novamente atopamos unha fenda. As provincias atlánticas —Pontevedra e A Coruña— ofrécennos unha maior incorporación a *Facebook* e *Twitter*, as redes analizadas. Pola contra, Lugo e Ourense presentan menores porcentaxes de integración deste tipo de plataformas na actividade diaria dos seus municipios.

En relación co estilo da acción nas redes sociais, diremos que no período analizado se atopou un certo déficit de resposta ou conversa cos demais usuarios. Os municipios galegos, como norma xeral, manteñen vivas e actualizadas os seus espazos nas redes sociais pero non fomentan demasiado a conversa cos seus veciños, salvo casos excepcionais que sobresaen pola calidade das súas accións. En canto á tipoloxía das publicacións, si que se observou unha grande aposta pola imaxe —fundamentalmente en *Facebook*—, algo moi positivo nun momento no que os usuarios priman este tipo de contidos á hora de darlles difusión. Así mesmo, as cifras de ligazóns a elementos externos —que fomentan a interconexión dos espazos en rede— son tamén moi positivas.

E é que as redes sociais gañan terreo como lugares nos que desenvolver a acción diaria das organizacións en xeral e dos municipios en particular, pois cada vez son máis os usuarios destas e tamén máis os minutos de consulta que cada día se lles adican. É este o motivo polo que, trala conversa con algúns dos responsables das accións en liña dalgúns municipios galegos estes confirmaron que *Facebook* e *Twitter* se están a converter no punto fundamental da estratexia do concello en Internet, ás veces por riba da propia páxina web.

6.1 Revisión das hipóteses.

Chegados a este punto é tempo de revisar as dúas hipóteses establecidas ao comezo da investigación.

En primeiro lugar, díxose que a **práctica totalidade dos concellos galegos presenta actividade en Internet, tanto a través das redes sociais como a través de páxinas web**. Isto quedou comprobado unha vez achegados os datos numéricos de emprego das redes sociais e as páxinas web. De feito, algúns dos municipios que, como citamos, non contaban con páxina web ou tiñan a súa en mantemento, levan a cabo a súa actividade en rede a través das redes sociais polo que as cifras de emprego de Internet por parte da administración local galega ronda o 95%.

A segunda das hipóteses propostas foi que **os concellos galegos empregan as ferramentas 2.0 das que dispoñen dun xeito equivocado. A implantación destas estaría máis encamiñada a gañar visibilidade na rede que á interacción e a participación da cidadanía**. Esta hipótese quedaría, na súa xeralidade, refutada pois observouse que a maior parte dos municipios empregan as ferramentas das que dispoñen dun xeito consciente e sabedores das potencialidades e os usos que se lles poden dar. Todo isto co obxectivo de ofrecer o mellor servizo posible. Porén, si que se atoparon unha serie de casos que confirmarían o exposto na segunda das hipóteses como, por exemplo, as contas de *Twitter* que carecen de actividade ou os espazos de transparencia que permanecen inactivos. Mais estes non son a tónica xeral, polo que non podemos confirmar que se empreguen as ferramentas só para gañar visibilidade. Pode que sexa unha das funcións do seu uso, si, pero non o principal.

7. Bibliografía.

7.1.1 Libros.

Alcat, E. (2011): *¡Influye! (claves para dominar el arte de la persuasión)*. Barcelona: Alienta Editorial.

Blanco, I. e Gomà, R. (2002): *Gobiernos locales y redes participativas*. Barcelona: Ariel.

Campos, E (2011): *La ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados (2004-2008)*, Madrid: Congreso de los Diputados.

Castells, M. (2010): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Colombo, C. (2007): *e-Participación: las TIC al servicio de la innovación democrática*. Barcelona: Editorial UOC

Consejería de Salud y Bienestar Social – Junta de Andalucía (2013): *Guía de usos y estilo en las redes sociales del Sistema Sanitario Público de Andalucía*. Sevilla: Consejería de Salud y Bienestar Social – Junta de Andalucía

Cotarelo, R. (2010): *La política en la era de internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Criado, J. e Rojas, F. [eds.] (2013): *Las redes sociales digitales en la gestión de políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya.

Díaz, A. e Cortés, O. (2014): *Gestión inteligente de las redes sociales en la administración pública*. Oñate: Instituto Vasco de Administración Pública.

Rúas, X. e Martínez, V [coords.] (2013): *Comunicación, política y redes en Europa*. Porto: Editora Media XXI.

Sánchez, Z. (2010): *Nuevas tecnologías, administración y participación ciudadana*. Granada: Editorial Comares.

Toffler, A. (1971): *The future shock*. Londres: Pan Books

7.1.2 Artigos e capítulos.

Dader, J.L. (2003). “Ciberdemocracia y comunicación política virtual: el futuro de la ciudadanía electrónica tras la era de la televisión”, en S. Berrocal (coord.) *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Barcelona: Ariel, 309-342.

Dader, J.L. (2014). “Las webs de los partidos españoles en campaña electoral. Continuismo entre 2008 y 2011” en *Trípodos*, 34. 115 – 152.

Fernández, C. (2012). Twitter y la ciberpolítica. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 5 (1), Artículo 1.

Guadián, C. (2006). La administración pública en Internet bajo la perspectiva de la web 2.0, Sevilla, 30 de maio – 2 de xuño, Tecnimap.

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, páxinas 307-331. Recuperado o 30 de marzo de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792013000400009&lng=es&tlng=es.

Mergel, I. (2013). “Social media adoption and resulting tactics in the U.S. federal government”. *Government Information Quarterly*, 30: 123-130.

Rivero, A. (2012). “Elecciones municipales en Internet”, en R. Cotarelo e I. Crespo, *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid: Catarata, 109-129.

Rodríguez, A. e Ureña, D. (2011). “Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral”, en *Comunicación y pluralismo*, nº 10, páxinas 89-116.

Sixto, J (2012). “Uso de las redes sociales en la Administración pública gallega: ¿una técnica de marketing 2.0?”, en *Pensar la Publicidad*, volume 6, nº 2, páxinas 345-363.

Túñez, M. e Sixto, J. (2011). "Redes sociales, política y Compromiso 2.0: "La comunicación de los diputados españoles en Facebook", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páxinas 210-246. Recuperado o 6 de maio de 2016 de http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/09_Tunez.html

7.1.3 Recursos en liña.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. *ontsi.red.es*. Obtido de: Hogares conectados a Internet: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/indicador/hogares-conectados-internet> [Consulta, 6 de maio de 2016].

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. *ontsi.red.es*. Obtido de: Individuos que han utilizado Internet en el último mes: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/indicador/individuos-que-han-utilizado-internet-en-el-%C3%BAltimo-mes> [Consulta, 6 de maio de 2016].

Instituto Galego de Estatística. *ige.eu*. Obtido de: Persoas que utilizaron o ordenador e Internet nos últimos 3 meses: <http://www.ige.eu/igebdt/selector.jsp?COD=5461&paxina=001&c=0205002> [Consulta, 6 de maio de 2016].

Instituto Galego de Estatística. *ige.eu*. Obtido de: Persoas que utilizaron o ordenador e Internet nos últimos 3 meses: <http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=5465&R=2%5b2%5d;0%5b0:1:2:3:4:5:6%5d&C=1%5ball%5d;3%5b2014%5d&F=&S=998:12&SCF> [Consulta, 6 de maio de 2016].

Shelly Palmer. *shellypalmer.com*. Obtido de Obama vs. McCain – The First Networked Campaign: <http://www.shellypalmer.com/2008/06/obama-vs-mccain-the-first-networked-campaign/> [Consulta, 18 de maio de 2016].

El País. *elpais.com*. Obtido de: Rajoy cifra en 20.000 millones el ahorro de la e-Administración: http://politica.elpais.com/politica/2015/02/19/actualidad/1424376896_669058.html [Consulta, 18 de maio de 2016].

ABC. *abc.es*. Obtido de: Facebook tiene 21 millones de usuarios en España: http://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-facebook-facebook-tiene-21-millones-usuarios-espana-201602121143_noticia.html [Consulta, 25 de maio].

Congreso de los Diputados. *congreso.es*. Obtido de: Constitución española: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=1&fin=9&tipo=2> [Consulta, 24 de maio de 2016].

Observatorio Tecnológico. Ministerio de Educación. *recursostic.educacion.es*. Obtido de: MONOGRÁFICO: Redes Sociales: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1> [Consulta, 25 de maio de 2016].

SlideShare. *es.slideshare.net*. Obtido de: A Manager's Guide to Designing a Social Media Strategy. http://es.slideshare.net/ines_mergel/ines-mergel-designing-social-media-strategies-ibm-2012 [Consulta, 25 de maio de 2016].

Real Academia Galega. *academia.gal*. Obtido de: Blog. <http://academia.gal/diccionario#searchNoun.do?nounTitle=blog> [Consulta, 25 de maio de 2016].

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *ite.educacion.es*. Obtido de: Principios generales de la Web 2.0: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/principios_generales_de_la_web_20.html [Consulta, 25 de maio de 2016].

Wikipedia. *es.wikipedia.org*. Obtido de: Wikipedia: Acerca de: https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Acerca_de [Consulta, 26 de maio de 2016].

Qué hay de nuevo, viejo! Las bibliotecas y la web 2.0. *jimenezprinter.over-blog.com*. Obtido de ¿Qué es y para qué sirve la geolocalización?: <http://jimenezprinter.over-blog.com/%C2%BFqu%C3%A9-es-y-para-qu%C3%A9-sirve-la-geolocalizaci%C3%B3n> [Consulta, 8 de xuño de 2016].

Instituto Galego de Estadística. *ige.eu*. Obtido de: Cifras poboacionis de referencia: [http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=5230&R=9915\[32016\];0\[2015\];2\[all\]&C=1\[0\]&F=&S=&SCF](http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=5230&R=9915[32016];0[2015];2[all]&C=1[0]&F=&S=&SCF) [Consulta, 8 de xuño de 2016].

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *boe.es*. Obtido de Documento BOE-A-2013-12887: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-12887> [Consulta, 13 de xuño de 2016].

Portal de la Administración Electrónica. *administracionelectronica.gob.es* Obtido de Plan de Administración Digital de la AGE y sus OOPP: http://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/pae_Estrategias/Estrategia-TIC-AGE.html [Consulta, 15 de xuño de 2016].

8. Índice de táboas e gráficos.

8.1 Táboas

Táboa 1: incidencia de Internet en Galicia.

Táboa 2: oportunidades e límites do emprego de Internet para a participación da cidadanía.

Táboa 3: tempo de resposta ao correo electrónico.

8.2 Gráficos

Gráfico 1: páxinas web dos concellos galegos.

Gráfico 2: emprego da xeolocalización. Galicia.

Gráfico 3: emprego da xeolocalización por provincias.

Gráfico 4: espazos de contacto. Galicia.

Gráfico 5: espazos de contacto.

Gráfico 6: apartados de actualidade, noticias, etc. Galicia.

Gráfico 7: apartados de actualidade, noticias, etc.

Gráfico 8: subscrición a contidos. Galicia.

Gráfico 9: subscrición a contidos.

Gráfico 10: deseño web adaptable. Galicia.

Gráfico 11: deseño web adaptable.

Gráfico 12: portais de transparencia. Galicia.

Gráfico 13: portais de transparencia.

Gráfico 14: sedes electrónicas. Galicia.

Gráfico 15: sedes electrónicas.

Gráfico 16: espazos de contido visual. Galicia.

Gráfico 17: espazos de contido visual.

Gráfico 18: ligazón a *Facebook* na páxina web. Galicia.

Gráfico 19: ligazón a *Facebook* na páxina web.

Gráfico 20: ligazón a *Twitter* na páxina web. Galicia.

Gráfico 21: ligazón a *Twitter* na páxina web.

Gráfico 22: tipo de publicacións en *Facebook*.

Gráfico 23: incorporación dos municipios galegos a *Twitter*.

9. Anexos.

Nas seguintes páxinas achégase a información obtida da análise das páxinas web e as redes sociais dos 314 concellos galegos. Tamén se amosarán os resultados do contacto cos mesmos mediante a transcripción das entrevistas realizadas vía correo electrónico cos representantes dos municipios.

9.1 Contacto cos concellos

Ferrol:

-Conta o concello cun departamento TIC? Si

-E cun técnico TIC? Si

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? Da páxina web: O departamento TIC. Das redes sociais: segundo o caso, os distintos departamentos ou ben unha asistencia externa.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si, cambio da páxina web

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Si

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si

Oleiros:

-Conta o concello cun departamento TIC? Si

-E cun técnico TIC? Si.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? O Concelleiro de Comunicación e Novas Tecnoloxías da Información

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Estamos en continuo proceso de mellora, cambio e renovación. Por exemplo, en próximas datas incorporaremos o portal de transparencia, aplicación para o pago das actividades municipais

desde a web do Concello e outras aplicacións internas para Policía Local, Servizos Municipais e inventariado.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Son centos os veciños que se comunican co Concello de Oleiros a través das redes sociais e da páxina web.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Todas as mensaxes, consultas e demandas recibidas son contestadas sempre, sen excepcións de ningún tipo.

Bueu:

-Conta o concello cun departamento TIC? Non

-E cun técnico TIC? Non

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? Actualmente existe unha persoa que se encarga das relacións cos medios de comunicación e da xestión da páxina web municipal e das redes sociais.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? En principio, o Concello de Bueu vai poñer en marcha unha renovación da páxina web municipal, xa que a actual se atopa bastante obsoleta e ten fraquezas para adaptarse aos novos tempos. En canto ao uso doutras redes sociais, non se descarta.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? A verdade é que si. Os veciños e veciñas de Bueu acoden ás nosas redes sociais para plantexarnos diversas queixas ou suxestións, das cales tomamos nota e as pasamos ao departamento correspondente. Ademais, a web dispón dun apartado de mensaxes, que van directamente a un correo electrónico, e ás que se tentan responder sempre que é posible.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si, sempre se toma nota e se lle dá traslado ao departamento correspondente.

A Lama:

-Conta o concello cun departamento TIC? Non

-E cun técnico TIC? O concello conta cun informático que ven unha mañana cada quince días

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? O diseñador e encargado da páxina web e a informadora xuvenil do concello

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Coido que non hai ningún plan de mellora nin incorporación doutras ferramentas sociais polo momento. A oficina de Información Xuvenil conta tamén cunha conta de facebook para difundir actividades e comunicarse con xóvenes e demais veciños.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Si, penso que son un medio de achegamento directo e información da institución cos veciños

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si

Santiago de Compostela:

-Conta o concello cun departamento TIC? Si, o servizo de informática.

-E cun técnico TIC? Hai 9 varias persoas con formación académica TIC (enxeñería en informática e FP) no servizo citado, ademais de persoal de empresas externas.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? O Concello ten múltiples páxinas webs e redes sociais, a corporativa e outras moitas. Se por xestión, falamos da publicación de contidos, a resposta é que está parcialmente descentralizado. Cambia para cada web e cada perfil en RRSS. Porén, na web corporativa, a maioría dos contidos son publicados por atención á cidadanía, por limitacións técnicas da plataforma que complican a capacitación doutros departamentos. A xestión da infraestrutura tecnolóxica das múltiples páxinas web do Concello depende do servizo de informática.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si. Por unha banda, a progresiva migración das múltiples webs a unha única plataforma tecnolóxica. Por outra, completar a descentralización da publicación de contidos, de forma que cada servizo sexa responsable dos seus, sen a asistencia de atención á cidadanía. Por última, a web corporativa vai publicar en breve unha nova versión cunha fonda revisión na súa estrutura de contidos, entre outras cousas para cumprir cos requisitos da lei de transparencia.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Parcialmente. Existen múltiples canais para relacionarse co Concello. Especialmente:

* Línea Verde (app móbil e web) para notificación incidencias de forma identificada ou anónima.

* Queixas e suxestións. Procedemento dun nivel maior de formalidade que require de identificación na carpeta cidadá.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? É frecuente a resposta a través de app incidencias e email.

Tomiño:

-Conta o concello cun departamento TIC? Contamos cunha aula Cemit (dependente Xunta de Galicia)

-E cun técnico TIC? Hai unha persoa encargada da aula que imparte cursos de alfabetización dixital

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? Persoa de prensa

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si, actualmente estamos pendente de presentar unha nova web que xa atenderá ás necesidades cotiás dos veciñ@s como aviso, presentación por rexistro vía virtual etc

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Pensamos que debe ser, aínda que a actual web aínda non cumpre coas necesidades que cremos que deben ter os veciñ@s

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Sen dúbida, a nova web ten previsto atender as demandas que os veciñ@s teñen solicitado.

Parada de Sil:

-Conta o concello cun departamento TIC? non

-E cun técnico TIC? non

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? da páxina web unha empresa e das redes sociais unha persoa de confianza da corporación

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si ,ten previsto unha renovación importante da páxina web

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? non tanto de solución de problemas senón de fonte de información para estar ó tanto das novas do concello

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? ó ser un concello pequeno as dúbidas dos cidadáns respondémolas persoalmente ou por teléfono. Si se responden as dúbidas de turistas polas redes sociais.

Mondoñedo:

-Conta o concello cun departamento TIC? O Concello de Mondoñedo conta cunha concellería na que se integran as TICs.

-E cun técnico TIC? Non existe en sí un técnico en TICs, senón un concelleiro de Novas Tecnoloxías que xunto a un traballador do Concello se dedican a actualizar as RRSS (no primeiro caso) e a web municipal (no segundo).

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? A xestión dos contidos que se suben tanto á web como ás Redes Sociais do Concello son coordinados polo concelleiro de Novas Tecnoloxías. No caso das RRSS, os contidos son subidos directamente polo concelleiro, e no caso da web, polo traballador do Concello ao que antes me refería.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si hai prevista a creación dunha nova web municipal, sempre que exista dispoñibilidade orzamentaria para tal fin. Neste momento estamos usando a web que a DEPUTACIÓN PROVINCIAL puxo a disposición do noso concello, ao igual que con moitos outros da provincia. Somos conscientes que é unha web bastante básica, pero tamén considero que hoxe en día chegamos antes á cidadanía polas RRSS que a través da web. E tendo en conta que as RRSS non nos supoñen ningún coste, a maiores do traballo que conleva actualizalas, mentres que a web si supón un gasto ás veces importante polo seu mantemento, preferindo, por tanto, aproveitar os medios dos que dispoñemos.

Como dicía estamos presentes en varias RRSS. E a nivel turístico temos distribuídos polos monumentos máis importantes códigos Qr que achegan información en varios idiomas dos monumentos nos que se atopan.

Hai previsto tamén (sine die) o lanzamento dunha web unicamente TURÍSTICA por parte do Concello. Pero de momento a nivel turístico só estamos presentes nas redes sociais.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si o son. Particularmente as redes sociais e o mail do concello. A través destas canles recibimos todos os días suxerencias, consultas e peticións, que intentan ser atendidas na maior brevidade posible.

Brión:

-Conta o concello cun departamento TIC? Si

-E cun técnico TIC? Si, exactamente con 2

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? O técnico de Novas Tecnoloxías

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si, temos pensado a renvoación completa da páxina web a corto prazo.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais son un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Ademais de ofrecer solucións, actualmete son as fontes de publicidade mais usadas dende a administración. A través das redes sociais facemos chegar as actividades que se desenvolven nos distintos departamentos. Tamén asesoramos a xente a través da web e das redes sociais para realizar trámites correntes.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Intentamos dar resposta sempre en menos de 12 hrs. como máximo, aínda que a maioría das veces escasamente pasa dunha ou dúas hroas de resposta.

-Observei que o concello de Brión conta cunha APP propia. Como xurde a idea de ofrecer este servizo? A idea xurde xa fai un par de anos, nunha xuntanza dos axentes TIC cos traballadores de Cultura e Deportes do Concello de Brión, coa idea de poñer en valor o patrimonio do municipal. Levouse a cabo a través dunha subvección por parte da Diputación de A Coruña para inversións en ferramentas de promoción turística.

-Valórase a posibilidade de introducir nela ferramentas que permitan a resolución de problemas, dúbidas ou queixas dos veciños nun futuro? A corto prazo non podemos levalo a cabo, basicamente pola falta de orzamento, pero intentarmemos mellorar pouco a pouco a app e iremos engadindolle novos contidos e novas ferramentas.

Vimianzo:

-Conta o concello cun departamento TIC? Si

-E cun técnico TIC? Si. Neste concello, hai unha persoa que se encarga da dinamización, formación, soporte, mantemento, etc. das Tecnoloxías da Información e da Comunicación.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais?

Web:

•Cada departamento encárgase do mantemento da información do seu espazo. Sen embargo, hai unha administradora xeral que é a Técnica Auxiliar Informática.

•Para proxectos determinados, a veces, realízase unha contratación externa.

Redes Sociais: Hai varias traballadores/ as encargadas da súa actualización.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si:

•Modernización continua da web

•Aplicacións para móbiles (está previsto unha para a Ruta dos Dólmenes)

•Canles en plataformas como telegram

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? É unha vía de comunicación para a resolución dos problemas existentes. En Vimianzo contamos con:

•Apartado “escoitámoste” da web municipal

•Redes Sociais

•App para comunicar incidencias medioambientais

•Sede Electrónica

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Cada vez é máis frecuente o uso destas vías por parte dos cidadáns e, dende o concello, dásele resposta a todas as comunicacións que veñen a través das vías indicadas no punto anterior.

Leiro:

-Conta o concello cun departamento TIC? Sí, o que leva a responsable da aula Cemit do concello.

-E cun técnico TIC? Sí, Técnico Superior en Desenvolvemento de Aplicacións Informáticas e Técnico Superior en Administración de Sistemas Informáticos.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? A técnico superior responsable da aula Cemit.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Estamos estudando o cambio de dominio da web a .gal e mellora no seu deseño. Mellorando tamén, o uso da nosa páxina de Facebook.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Por suposto, é unha das ferramentas que máis utilizamos pra recibir feedback da xente e darlle solucións rápidas ás súas dúbidas/consultas.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Moi frecuente.

A Pobra do Caramiñal:

-Conta o concello cun departamento TIC? Non.

-E cun técnico TIC? Non. Na relación de postos de traballo aparece o posto de técnico informático, pero en realidade esta persoa dende fai anos realiza o seu traballo no departamento de intervención, levando a contabilidade. A súa formación en TICs é escasa. Calquera problema derivado do uso das TIC solúcionase mediante a intervención conxunta ou por separado desa mesma persoa e de outras dúas, que polos seus coñecementos préstanse a realizar ditas tarefas: o AEDL (axente de emprego e desenvolvemento local) e un auxiliar administrativo que traballa na Policía Local.

-Vin que a páxina web www.apobra.org atópase en construción. Canto tempo leva así? Para cando está previsto o seu lanzamento? Sinto dicilo, pero leva moito tempo así. Un desencontro coa empresa xestora da antiga páxina motivou o seu peche fulminante. Contratamos a unha nova empresa que aínda non rematou o seu traballo, agora mesmo estamos coa corrección de galeradas, polo tanto o seu lanzamento é inminente. Leva varios meses pechada, dende finais do 2015, non lembro a data exacta.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? O facebook oficial lévase dende a secretaría da alcaldía, por persoal eventual. Outros facebooks que temos lévanos as persoas responsables de cada departamento: deportes, turismo, medio ambiente,... A maioría fixeron un curso de xestión de redes sociais. A páxina web funcionará de maneira semellante.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? A nova páxina web será diferente, permitirá a comunicación directa e cumprirá coa lei de transparencia. Tamén contaremos con sede electrónica.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Si, por suposto. Na sede electrónica poderán presentar calquera documento como se fose o propio rexistro electrónico do concello e estará conectada a un programa, Gestiona, de xestión interna do propio concello, onde todos os documentos que se xeren ou que entren no concello estarán en formato electrónico.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? A día de hoxe xa é moi frecuente, a través da páxina de facebook oficial ou incluso a miña propia. E mediante a sede electrónica cada vez máis.

Vila de Cruces:

-Conta o concello cun departamento TIC? non

-E cun técnico TIC? Non

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? Unha empresa

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? non dispoñemos desa información nestes momentos

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Sí.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Pensamos que sí

Moaña:

-Conta o concello cun departamento TIC? Non

-E cun técnico TIC? Si . O Concello de Moaña solicitou dentro do plan de prácticas laborais da deputación, un técnico informático. Que estará no concello durante un ano.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? A web agora a leva o técnico informático. A rede social que utiliza o concello é Facebook, e a levan entre todos os concelleiros

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si, esta prevista refacela e implantará o máximo de servizo posibles no caso da web

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Si hai interacción con os visitantes do perfil do concello en Facebook

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si

A illa de Arousa:

-Conta o concello cun departamento TIC? Non

-E cun técnico TIC? Non

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? A web xestionaa unha empresa e o perfil nas redes sociais solo ten turismo que se encarga de xestionalo a persoa que está en turismo

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Temos previsto cambiar o formato actual da web e máis seguro incorporar novas aplicacións coma poder pagar os impostos mediante a web.

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? É ser un lugar para TRANSMITIR algún problema.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? É moi frecuente responder calquera tipo de dúbida.

Ponteareas:

-Conta o concello cun departamento TIC? Si

-E cun técnico TIC? Si

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? Departamento de Informática e prensa

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Si

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si

-Por que se optou por construír un portal propio e non adscribirse a iniciativas de transparencia doutros organismos (Deputación, Administración Xeral do Estado, etc)? A plataforma non nos parecía flexible, e queriamos distinguírnos fronte un pouco fronte as iniciativas propostas dende outras administracións.

-Acoden os veciños de Ponteareas a este espazo para consultar os datos relativos ao seu Concello? Si

-E para aportar ideas para a súa mellora no apartado destinado a tal fin? Si

-Que os motivou a publicar en formato de folla de cálculo os datos económicos? Creemos que ter os datos en folla de calculo pode ser mais intuitivo a hora de tratalos e interpretalos por parte da veciñanza.

-Detívose a mellora deste espazo ou está previsto que se vaian sumando máis indicadores ITA á lista dos xa existentes? Esta previsto completar o maior numero de indicadores ITA

A Laracha:

-Conta o concello cun departamento TIC? O Concello da Laracha conta cun departamento de comunicación e relacións institucionais, pero non TIC especificamente.

-E cun técnico TIC? Non especificamente. O departamento citado está a cargo dun xornalista con coñecementos de informática, pero no experto en TIC.

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais? O xornalista responsable do departamento de comunicación e relacións institucionais.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Si.

Estase traballando nunha nova versión das tres webs municipais existentes (www.alaracha.es, www.alarachaturismo.es e www.mardecaion.com) e vaise crear un novo portal + aplicación móbil relacionada co sector empresarial e a promoción do emprego.

En redes sociais soamente traballamos con Facebook (sen previsión de empregar outras dun xeito inmediato) a excepción do programa de promoción turística Mar de Caión, que ten perfiles nas principais redes (Pinterest, Instagram, Facebook, Twitter e Google+)

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Si. Na páxina web temos unha sección titulada “liña co alcalde” na que recibimos consultas, propostas, avisos, queixas, etc. Tamén recibimos mensaxes privadas na páxina de Facebook e publicacións no muro.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Sempre respondemos de xeito personalizado as mensaxes que nos chegan pola web ou por Facebook. No caso das propostas comerciais temos unha mensaxe xenérica para contestar.

Carral:

-Conta o concello cun departamento TIC? Conta cun técnico mais que un departamento en si.

-E cun técnico TIC? Si

-Quen é o encargado da xestión da páxina web municipal e das redes sociais (en caso de teñan perfís nelas)? A web ten varios perfiles asociados. Un perfil maestro para modificar estruturas e algún tipo de contido e outros asociados os técnicos de cada departamento no que poden subir novas ou contido asociado os seus traballos. As redes sociais as xestionan os propios técnicos municipais, por exemplo, o técnico de deportes leva a páxina de facebook de deportes, etc.

-Ten previsto o concello algún plan de mellora/cambio para a súa páxina web ou a incorporación doutras ferramentas dixitais (aplicacións, outras redes sociais, etc.)? Polo momento non

-Para o caso concreto do seu municipio, a páxina web e as redes sociais poden ser un lugar a través do cal darlle solución aos problemas dos veciños? Así é, inicialmente o uso e divulgativo pero tamén se usa polos veciños para suxerir melloras. A app móbil ten un apartado para suxestións e queixas.

-De ser así, é frecuente que se lle dea resposta ás dúbidas dos cidadáns por estas vías? Si. Procurase respostar a todo.

-Observei que o concello de Carral conta cunha APP propia. Como xurde a idea de ofrecer este servizo? No caso de Carral temos a sorte de que o alcalde gústanlle as novas tecnoloxías es actualmente o uso dos teléfonos intelixentes é moi habitual polo que unha app parecía complementar perfectamente a web e as redes sociais.

-Que acollida está a ter esta iniciativa? Boa

-Reciben queixas ou suxestións a través do apartado "Opina" dentro da aplicación? Si.

9.2 Táboas de análise das páxinas web municipais.

Concello	Xeolocalización	Espazos Contacto	Blogs	RSS	Facebook	Twitter	Responsive	Transparencia	Trámites en rede	Intercambio visual
Abegondo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non
Ames	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Aranga	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Ares	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Arteixo	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Arzúa	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Baña, A	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Bergondo	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Betanzos	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Boimorto	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Boiro	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Boqueixón	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Brión	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Cabana de Bergantiños	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Cabanas	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Camarinas	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Cambre	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Capela, A	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si
Carballo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Cariño	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Non
Carnota	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Carral	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si
Cedeira	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Cee	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non
Cerceda	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si
Cerdido	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non

Coirós	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Corcubión	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Non
Coristanco	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Coruña, A	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Culleredo	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si
Curtis	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Dodro	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Non
Dumbría	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Fene	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Ferrol	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Fisterra	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Frades	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Irixoa	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Laracha, A	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Laxe	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Lousame	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non
Malpica de Bergantiños	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Mañón	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Mazaricos	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non
Melide	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si
Mesía	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Non
Miño	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non
Moeche	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Monfero	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Mugardos	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Non
Muros	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non
Muxía	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Narón	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Neda	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si

Negreira	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Noia	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Oleiros	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si
Ordes	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Oroso	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Ortigueira	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Outes	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Oza-Cesuras	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Paderne	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si
Padrón	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Pino, O	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Pobra do Caramiñal, A	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non
Ponteceso	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Pontedeume	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Pontes de García Rodríguez, As	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Porto do Son	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Rianxo	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non
Ribeira	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Rois	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Sada	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Si
San Sadurniño	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Santa Comba	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si
Santiago de Compostela	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Santiso	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Non
Sobrado	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non
Somozas, As	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Teo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Toques	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si

Tordoia					Si	Non				
Touro	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Si
Trazo	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Si
Val do Dubra	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Valdoviño	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Vedra	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Vilarmaior	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Non
Vilasantar	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Vimianzo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Zas	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Abadín	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non
Alfoz	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Si
Antas de Ulla	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non
Baleira	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non
Baralla	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Non
Barreiros	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Becerreá	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si
Begonte	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si
Bóveda	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Burela	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Carballedo	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Non
Castro de Rei	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Castroverde	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si
Cervantes	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si
Cervo	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Chantada	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Corgo, O	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Cospeito	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Folgoso do Courel	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si

Fonsagrada, A	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Si
Foz	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Friol	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Si
Guitiriz	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Guntín	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Incio, O	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si
Láncara	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Si
Lourenzá	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Lugo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Meira	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Si
Mondoñedo	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Non
Monforte de Lemos	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Monterroso	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Muras	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non
Navia de Suarna	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Si	Si
Negueira de Muñiz	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Nogais, As	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Non
Ourol	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Outeiro de Rei	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Palas de Rei	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Pantón	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non
Paradela	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Páramo, O	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Pastoriza, A	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Si
Pedrafita do Cebreiro	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non
Pobra do Brollón, A	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non
Pol	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si
Pontenova, A	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Portomarín	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si

Quiroga	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Rábade	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Ribadeo	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Ribas de Sil	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Non
Ribeira de Piquín	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non
Riotorto	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non
Samos	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Sarria	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Saviñao, O	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Sober	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Taboada	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Trabada	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Triacastela	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Valadouro, O	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Vicedo, O	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Vilalba	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Viveiro	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Si	Si
Xermade	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Xove	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Allariz	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Amoeiro	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Si
Arnoia, A	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Avión	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Baltar					Non	Non				
Bande	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Baños de Molgas	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Barbadás	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Non	Si	Non
Barco de Valdeorras, O	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Beade					Non	Non				

Beariz	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Blancos, Os					Non	Non				
Boborás	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Bola, A	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Si
Bolo, O	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Calvos de Randín	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Carballeda de Avia	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Carballeda de Valdeorras					Non	Non				
Carballiño, O	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Cartelle					Non	Non				
Castrelo de Miño					Si	Si				
Castrelo do Val	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Si	Non
Castro Caldelas	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Celanova	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Cenlle	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Chandrexa de Queixa	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Si
Coles	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Cortegada	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Cualedro					Si	Non				
Entrimo	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Esgos	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Gomesende					Non	Non				
Gudiña, A					Non	Non				
Irixo, O					Si	Non				
Larouco					Non	Non				
Laza	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Leiro	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Si
Lobeira	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Lobios	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Si

Maceda	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Manzaneda	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non
Maside	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Melón	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Merca, A	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non
Mezquita, A	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Non
Montederramo	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Monterrei	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non
Muíños	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Nogueira de Ramuín	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Oímbra	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Ourense	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Paderne de Allariz	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Non
Padrenda	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non
Parada de Sil	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Pereiro de Aguiar, O	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non
Peroxa, A	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Petín	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Piñor	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Pobra de Trives, A	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Pontedeva	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Porqueira					Non	Non				
Punxín					Non	Non				
Quintela de Leirado	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Si
Rairiz de Veiga	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non
Ramirás	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Ribadavia	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Ríos	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si
Rúa, A	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si

Rubiá					Non	Non				
San Amaro					Non	Non				
San Cibrao das Viñas	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
San Cristovo de Cea	Non	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si
San Xoán de Río	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Sandiás	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Non
Sarreaus	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Taboadela					Non	Non				
Teixeira, A	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si
Toén	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Si
Trasmiras					Non	Non				
Veiga, A	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Si	Non
Verea	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non
Verín	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non
Viana do Bolo	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Vilamarín	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non
Vilamartín de Valdeorras	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Non
Vilar de Barrio	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Si	Non
Vilar de Santos	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Vilardevós	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Non
Vilariño de Conso	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Xinzo de Limia	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Xunqueira de Ambía	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Si
Xunqueira de Espadanedo	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Agolada	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Arbo	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non
Baiona	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non
Barro	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non

Bueu	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non
Caldas de Reis	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Cambados	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Campo Lameiro	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Cangas	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si
Cañiza, A	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Non
Catoira	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Cerdedo	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Cotobade	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Covelo	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Crecente	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Si
Cuntis	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non
Dozón	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non
Estrada, A	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si
Forcarei	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Si
Fornelos de Montes	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Gondomar	Si	Non	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Si
Grove, O	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Guarda, A	Non	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Si
Illa de Arousa, A	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Lalín	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Si
Lama, A	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Non
Marín	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si
Meaño	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Meis	Non	Non	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Moaña	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Mondariz					Si	Si				
Mondariz-Balneario	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Non	Non
Moraña	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non

Mos	Non	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Neves, As	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Si
Nigrán	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non
Oia	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Pazos de Borbén	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Non
Poio	Non	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Ponte Caldelas	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si	Si	Si	Si
Ponteareas	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Pontecesures	Si	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Si
Pontevedra	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Porriño, O					Si	Si				
Portas	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Si	Non
Redondela	Non	Non	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Si	Non
Ribadumia	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non
Rodeiro	Si	Si	Si	Non	Non	Si	Si	Non	Si	Si
Rosal, O	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non
Salceda de Caselas	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Salvaterra de Miño	Non	Non	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Sanxenxo	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Si	Si	Si
Silleda	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non
Soutomaior	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Tomíño	Si	Non	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Si
Tui	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Si
Valga	Non	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Si	Si	Si
Vigo	Si	Si	Si	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Si
Vila de Cruces	Si	Si	Si	Non	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Vilaboia	Si	Non	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Si
Vilagarcía de Arousa	Non	Si	Si	Non	Non	Si	Non	Non	Non	Non
Vilanova de Arousa	Si	Si	Si	Non	Si	Non	Non	Non	Non	Si

9.3 Táboas de análise de *Facebook*.

Concello	Data seguimento	Seguidores	Publicacións 10 días	Publicacións/ día	Con foto	Con texto	Con ligazón	Con vídeo
Abegondo	11/06 - 20/06	1040	3	0,3	1	0	2	0
Ames	11/06 - 20/07	1539	30	3	3	0	27	0
Aranga	11/06 - 20/08	1054	6	0,6	6	1	3	0
Ares	11/06 - 20/09	4814	12	1,2	2	0	10	0
Arteixo	11/06 - 20/10	2281	39	3,9	30	0	9	0
Arzúa	11/06 - 20/11	1021	3	0,3	2	0	1	0
Bergondo	11/06 - 20/12	513	16	1,6	3	0	13	0
Betanzos	11/06 - 20/13	1137	31	3,1	20	0	11	0
Boimorto	11/06 - 20/14	2888	*perfil					
Boqueixón	11/06 - 20/15	1218	12	1,2	3	0	9	0
Brión	11/06 - 20/16	4259	2	0,2	2	0	0	0
Cabana de Bergantiños	11/06 - 20/17	1378	11	1,1	9	0	2	0
Cabanas	11/06 - 20/18	111	9	0,9	1	5	3	0
Camariñas	11/06 - 20/19	4101	27	2,7	11	0	16	0
Cambre	11/06 - 20/20	3232	39	3,9	18	5	15	1
Carballo	11/06 - 20/21	2410	14	1,4	14	0	0	0
Cariño	11/06 - 20/22	1033	11	1,1	5	0	6	0
Carnota	11/06 - 20/23	486	*perfil					
Carral	11/06 - 20/24	111	3	0,3	0	1	2	0
Cedeira	11/06 - 20/25	1770	5	0,5	1	1	3	0
Cee	11/06 - 20/26	1102	6	0,6	0	0	6	0
Cerceda	11/06 - 20/27	1042	22	2,2	8	6	2	5
Cerdido	11/06 - 20/28	836	3	0,3	1	0	2	0
Corcubión	11/06 - 20/29	663	5	0,5	5	0	0	0
Coristanco	11/06 - 20/30	1187	8	0,8	6	0	2	0

A Coruña	11/06 - 20/31	12273	48	4,8	15	0	28	5
Curtis	11/06 - 20/32	2921	23	2,3	4	0	19	0
Dodro	11/06 - 20/33	1047	16	1,6	13	3	0	0
Dumbría	11/06 - 20/34	3466	21	2,1	10	0	6	5
Fene	11/06 - 20/35	1203	0	*29 novembro 2015				
Ferrol	11/06 - 20/36	4049	80	8	60	11	4	5
Fisterra	11/06 - 20/37	1416	12	1,2	9	0	1	2
Frades	11/06 - 20/38	663	2	0,2	2	0	0	0
Laracha	11/06 - 20/39	1928	5	0,5	4	0	1	0
Laxe	11/06 - 20/40	1976	11	1,1	9	0	2	0
Lousame	11/06 - 20/41	2899	5	0,5	4	0	1	0
Malpica de Bergantiños	11/06 - 20/42	2346	28	2,8	21	2	3	2
Mazaricos	11/06 - 20/43	2106	10	1	7	0	3	0
Melide	11/06 - 20/44	4025	4	0,4	4	0	0	0
Miño	11/06 - 20/45	595	24	2,4	18	0	5	1
Moeche	11/06 - 20/46	1102	29	2,9	17	2	10	0
Monfero	11/06 - 20/47	369	1	0,1	1	0	0	0
Muros	11/06 - 20/48	1431	13	1,3	9	0	4	0
Narón	11/06 - 20/49	1313	19	1,9	5	0	14	0
Neda	11/06 - 20/50	905	6	0,6	3	3	0	0
Negreira	11/06 - 20/51	1357	13	1,3	4	0	8	1
Noia	11/06 - 20/52	1183	4	0,4	4	0	0	0
Ordes	11/06 - 20/53	4215	39	3,9	33	1	5	0
Oroso	11/06 - 20/54	2033	13	1,3	2	0	11	0
Ortigueira	11/06 - 20/55	3564	6	0,6	6	0	0	0
Outes	11/06 - 20/56	282	0					
Oza-Cesuras	11/06 - 20/57	4111	2	0,2	2	0	0	0
Padrón	11/06 - 20/58	1757	8	0,8	7	0	1	0
O Pino	11/06 - 20/59	866	0					

A Pobra do Caramiñal	11/06 - 20/60	1425	11	1,1	9	1	1	0
Ponteceso	11/06 - 20/61	3897	9	0,9	8	0	0	1
Pontedeume	11/06 - 20/62	1356	10	1	7	3	0	0
As Pontes	11/06 - 20/63	1548	2	0,2	0	0	1	1
Porto do Son	11/06 - 20/64	695	0					
Rianxo	11/06 - 20/65	1647	15	1,5	5	1	9	0
Riveira	11/06 - 20/66	6643	8	0,8	6	0	2	0
Rois	11/06 - 20/67	895	9	0,9	5	2	1	1
San Sadurniño	11/06 - 20/68	2296	14	1,4	2	0	11	1
Santa Comba	11/06 - 20/69	922	0	*25 de xullo de 2015				
Santiago de Compostela	11/06 - 20/70	2277	13	1,3	5	0	8	0
Sobrado	11/06 - 20/71	522	5	0,5	2	0	3	0
As Somozas	11/06 - 20/72	668	6	0,6	0	0	5	1
Teo	11/06 - 20/73	2783	22	2,2	10	9	2	1
Toques	11/06 - 20/74	203	0	*6 novembro de 2015				
Tordoia	11/06 - 20/75	143	0	*23 xaneiro 2013				
Touro	11/06 - 20/76	450	9	0,9	4	0	5	0
Trazo	11/06 - 20/77	1389	30	3	4	0	1	25
Val do Dubra	11/06 - 20/78		*perfil					
Valdoviño	11/06 - 20/79	1121	13	1,3	3	5	5	0
Vedra	11/06 - 20/80	4091	10	1	9	1	0	0
Vilasantar	11/06 - 20/81	29	*perfil					
Vimianzo	11/06 - 20/82	3838	13	1,3	10	0	2	1
Zas	11/06 - 20/83	2928	15	1,5	4	2	8	1
Antas de Ulla	11/06 - 20/06		*perfil					
Baleira	11/06 - 20/07	916	1	0,1	1	0	0	0
Baralla	11/06 - 20/08	758	3	0,3	2	0	1	0
Barreiros	11/06 - 20/09	1058	6	0,6	4	0	2	0

Becerreá	11/06 - 20/10	772	0	*27 de maio de 2016				
Begonte	11/06 - 20/11	1256	2	0,2	1	0	0	1
Bóveda	11/06 - 20/12	300	0	*8 xuño de 2016				
Castro de Rei	11/06 - 20/13	157	0	*19 de febreiro de 2015				
Cervantes	11/06 - 20/14	496	0	*11 de maio de 2016				
Cervo	11/06 - 20/15	2151	6	0,6	5	1	0	0
Foz	11/06 - 20/16	4932	12	1,2	9	1	2	0
Friol	11/06 - 20/17	145	0	*2 de maio de 2016				
Guitiriz	11/06 - 20/18	322	7	0,7	4	0	3	0
O Incio	11/06 - 20/19	727	0	*10 de xuño de 2016				
Láncara	11/06 - 20/20	964	2	0,2	2	0	0	0
Lugo	11/06 - 20/21	2254	16	1,6	9	4	3	0
Mondoñedo	11/06 - 20/22	1028	21	2,1	11	9	1	0
Monforte de Lemos	11/06 - 20/23	4409	5	0,5	4	0	1	0
Monterroso	11/06 - 20/24	1937	4	0,4	3	1	0	0
Muras	11/06 - 20/25	704	4	0,4	3	1	0	0
Ouro	11/06 - 20/26	529	7	0,7	5	2	0	0
Palas de Rei	11/06 - 20/27	859	8	0,8	8	0	0	0
Pantón	11/06 - 20/28	966	3	0,3	1	0	1	1
Paradela	11/06 - 20/29	266	0	*21 de xullo de 2015				
O Páramo	11/06 - 20/30	231	2	0,2	2	0	0	0
A Pobra do Brollón	11/06 - 20/31	648	7	0,7	0	0	7	0
Pol	11/06 - 20/32	282	0	*9 de xuño de 2016				
A Pontenova	11/06 - 20/33	561	0	*2 de xuño xe 2016				
Portomarín	11/06 - 20/34	422	5	0,5	2	0	3	0
Quiroga	11/06 - 20/35	1708	13	1,3	8	0	4	1
Rábade	11/06 - 20/36	532	3	0,3	3	0	0	0
Ribadeo	11/06 - 20/37	1228	11	1,1	0	0	11	0
Ribas de Sil	11/06 - 20/38	684	1	0,1	1	0	0	0

Ribeira de Piquín	11/06 - 20/39	1280	1	0,1	0	0	1	0
Riotorto	11/06 - 20/40	602	6	0,6	4	1	1	0
Sarria	11/06 - 20/41	4442	5	0,5	5	0	0	0
O Saviñao	11/06 - 20/42	548	0	*21 de setembro de 2015				
Sober	11/06 - 20/43	4113	44	4,4	36	0	2	6
Taboada	11/06 - 20/44	848	1	0,1	0	1	0	0
Trabada	11/06 - 20/45	628	4	0,4	4	0	0	0
O Valadouro	11/06 - 20/46	275	1	0,1	1	0	0	0
O Vicedo	11/06 - 20/47	1052	5	0,5	5	0	0	0
Vilalba	11/06 - 20/48	3966	10	1	9	1	0	0
Xermade	11/06 - 20/49	1256	12	1,2	8	2	1	1
Xove	11/06 - 20/50	798	0	*1 de xuño de 2016				
Allariz	11/06 - 20/30	5011	12	1,2	10	0	2	0
Amoeiro	11/06 - 20/31	643	29	2,9	21	0	8	0
Avión	11/06 - 20/32	36	0					
Barco de Valdeorras	11/06 - 20/33	2921	3	0,3	0	1	2	0
Boborás	11/06 - 20/34	991	15	1,5	7	1	7	0
Carballeda de Avia	11/06 - 20/35	4205	0	*26 de maio de 2016				
O Carballiño	11/06 - 20/36	2047	39	3,9	29	10	0	0
Castrelo de Miño	11/06 - 20/37	739	12	1,2	6	1	5	0
Castro Caldelas	11/06 - 20/38	2005	0	*29 de decembro de 2015				
Celanova	11/06 - 20/39	1458	25	0,5	5	0	0	0
Cenlle	11/06 - 20/40	2391	10	1	8	0	2	0
Coles	11/06 - 20/41	664	0	*11 de xuño de 2016				
Cortegada	11/06 - 20/42	124	4	0,4	3	0	1	0
Cualedro	11/06 - 20/43	447	0	* 21 de xaneiro de 2015				
Entrimo	11/06 - 20/44	553	*perfil					
Esgos	11/06 - 20/45	1387	5	0,5	5	0	0	0
O Irixo	11/06 - 20/46	178	*perfil					

Leiro	11/06 - 20/47	391	7	0,7	5	0	2	0
Lobios	11/06 - 20/48	399	14	1,4	2	0	12	0
Manzaneda	11/06 - 20/49	1075	0	*23 de febreiro de 2016				
Maside	11/06 - 20/50	1604	0					
A Merca	11/06 - 20/51	322	0					
Monterrei	11/06 - 20/52	1424	13	1,3	9	1	3	0
Muños	11/06 - 20/53	992	6	0,6	2	0	3	1
Nogueira de Ramuín	11/06 - 20/54	915	0	*28 de marzo de 2016				
Ourense	11/06 - 20/55	3740	8	0,8	8	0	0	0
Padrenda	11/06 - 20/56	136	0	*13 de setembro de 2011				
Parada de Sil	11/06 - 20/57	1040	11	1,1	9	0	2	0
A Peroxa	11/06 - 20/58	1585	8	0,8	6	1	1	0
Piñor	11/06 - 20/59	247	8	0,8	7	0	0	1
A Pobra de Trives	11/06 - 20/60	3225	11	1,1	5	0	6	0
Quintela de Leirado	11/06 - 20/61	268	1	0,1	0	0	1	0
Rairiz de Veiga	11/06 - 20/62	356	*perfil					
Ribadavia	11/06 - 20/63	577	10	1	7	1	2	0
Riós	11/06 - 20/64	175	1	0,1	1	0	0	0
A Rúa	11/06 - 20/65	1384	2	0,2	2	0	0	0
San Cristovo de Cea	11/06 - 20/66	4934	27	2,7	26	0	1	0
Verín	11/06 - 20/67	3894	16	1,6	14	1	1	0
Vilamarín	11/06 - 20/68	226	1	0,1	1	0	0	0
Vilar de Santos	11/06 - 20/69	353	5	0,5	1	0	4	0
Vilariño de Conso	11/06 - 20/70	357	*grupo					
Xunqueira de Ambía	11/06 - 20/71	660	4	0,4	4	0	0	0
Xunqueira de Espadanedo	11/06 - 20/72	737	*perfil					
Arbo	11/06 - 20/30	3248	3	0,3	2	0	1	0
Barro	11/06 - 20/31	1119	10	0,1	7	1	0	2

Bueu	11/06 - 20/32	2431	45	4,5	34	1	9	1
Caldas de Reis	11/06 - 20/33	1479	1	0,1	1	0	0	1
Cambados	11/06 - 20/34	1284	13	1,3	3	0	10	0
Campo Lameiro	11/06 - 20/35	837	6	0,6	6	0	0	0
Cangas	11/06 - 20/36	1118	59	5,9	40	15	4	0
Catoira	11/06 - 20/37	964	2	0,2	1	0	0	1
Cerdedo	11/06 - 20/38	419	10	1	4	0	6	0
Cotobade	11/06 - 20/39	552	8	0,8	4	2	2	0
A Estrada	11/06 - 20/40	2775	0	*9 de maio de 2016				
Forcarei	11/06 - 20/41	679	10	1	1	1	8	0
Gondomar	11/06 - 20/42	1987	9	0,9	5	0	2	2
O Grove	11/06 - 20/43	1014	2	0,2	2	0	0	0
Illa de Arousa	11/06 - 20/44	7	*perfil					
Lalín	11/06 - 20/45	3463	14	1,4	12	0	2	0
Marín	11/06 - 20/46	4147	22	2,2	15	1	5	1
Meis	11/06 - 20/47	5396	14	1,4	12	0	2	0
Moaña	11/06 - 20/48	1765	26	0	18	0	8	0
Mondariz	11/06 - 20/49	495	0	*5 de xaneiro de 2015				
Moraña	11/06 - 20/50	245	3	0,3	3	0	0	0
Mos	11/06 - 20/51	1707	30	3	14	0	15	1
As Neves	11/06 - 20/52	987	13	1,3	10	1	2	0
Nigrán	11/06 - 20/53	3288	52	5,2	5	0	46	1
Pazos de Borbén	11/06 - 20/54	384	3	0,3	2	0	1	0
Poio	11/06 - 20/55	323	12	1,2	4	0	8	0
Ponteareas	11/06 - 20/56	1042	22	2,2	19	3	0	0
Pontecesures	11/06 - 20/57	3527	*perfil					
Pontevedra	11/06 - 20/58	4377	45	4,5	21	0	20	4
O Porriño	11/06 - 20/59	810	16	1,6	11	3	0	2
Portas	11/06 - 20/60	3737	4	0,4	4	0	0	0

Redondela	11/06 - 20/61	2485	11	9	2	0	0	0
Ribadumia	11/06 - 20/62	3220	59	5,9	47	9	2	1
O Rosal	11/06 - 20/63	1578	3	0,3	0	0	3	0
Salvaterra de Miño	11/06 - 20/64	5669	2	0,2	2	0	0	0
Sanxenxo	11/06 - 20/65	2958	16	1,6	14	2	0	0
Silleda	11/06 - 20/66	2122	18	1,8	16	1	1	0
Soutomaior	11/06 - 20/67	2739	8	0,8	7	0	1	0
Tomíño	11/06 - 20/68	2439	13	1,3	4	0	9	0
Tui	11/06 - 20/69	3025	29	2,9	10	2	15	2
Vila de Cruces	11/06 - 20/70	2616	11	1,1	9	0	2	0
Vilanova de Arousa	11/06 - 20/71	2645	75	7,5	9	0	66	0

9.4 Táboas de análise de *Twitter*.

Concello	Data	Chíos totais	Seguidores	Chíos/ 9 días	Chíos/ día	Chíos con mención	Chíos con ligazón	Rechouchío a outros	% Rechouchío a outros	Resposta a outros	% Resposta a outros	Dende
Abegondo	11/06 - 20/06	544	844	3	0,3	0	3	0	0,0%	0	0,0%	Xaneiro 2010
Ames	11/06 - 20/07	1716	570	31	3,4	0	28	0	0,0%	0	0,0%	Outubro 2014
Ares	11/06 - 20/08	2115	1145	13	1,4	3	14	2	15,4%	0	0,0%	Agosto 2011
Arteixo	11/06 - 20/09	211	796	0	*29 outubro 2015							Abril 2011
Arzúa	11/06 - 20/10	259	998	0	*9 de xuño de 2016							Marzo 2011
Bergondo	11/06 - 20/11	2011	540	47	5,2	61	15	30	63,8%	1	2,1%	Marzo 2014
Betanzos	11/06 - 20/12	1914	1096	6	0,7	4	3	2	33,3%	0	0,0%	Marzo 2012
Boqueixón	11/06 - 20/13	0	120	*inactivo								Xullo 2013
Brión	11/06 - 20/14	653	783	0	*23 de marzo de 2016							Febreiro 2011
Cabana de Bergantiños	11/06 - 20/15	531	513	11	1,2	0	3	0	0,0%	0	0,0%	Xullo 2011
Cabanas	11/06 - 20/16	154	59	12	1,3	7	14	3	25,0%	0	0,0%	Outubro 2015
Camariñas	11/06 - 20/17	1155	1024	29	3,2	10	28	5	17,2%	0	0,0%	Xaneiro 2011
Cambre	11/06 - 20/18	3158	1894	24	2,7	14	15	2	8,3%	0	0,0%	Xullo 2011
A Capela	11/06 - 20/19	266	661	2	0,2	0	1	0	0,0%	0	0,0%	Agosto 2012
Carballo	11/06 - 20/20	7005	1497	77	8,6	121	35	66	85,7%	0	0,0%	Xullo 2014
Cariño	11/06 - 20/21	767	549	0	*8 de xuño de 2015							Xaneiro 2014
Carnota	11/06 - 20/22	158	579	3	0,3	0	3	0	0,0%	0	0,0%	Novembro 2012
Cedeira	11/06 - 20/23	63	454	1	0,1	1	1	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2016
Cerdido	11/06 - 20/24	679	447	14	1,6	13	9	10	71,4%	1	7,1%	Xullo 2015
Corcubión	11/06 - 20/25	212	989	3	0,3	1	0	0	0,0%	0	0,0%	Setembro 2011
A Coruña	11/06 - 20/26	3400	9816	185	20,6	173	56	10	5,4%	1	0,5%	Xuño 2015
Culleredo	11/06 - 20/27	3281	1907	56	6,2	47	21	17	30,4%	5	8,9%	Xuño 2012
Curtis	11/06 - 20/28	0	2									Abril 2016
Dodro	11/06 - 20/29	130	113	0	*31 de maio de 2016							Xuño 2015
Dumbría	11/06 - 20/30	12000	1996	75	8,3	105	42	53	70,7%	0	0,0%	Decembro 2012

Fene	11/06 - 20/31	0	26									Decembro 2010
Ferrol	11/06 - 20/32	3624	2763	58	6,4	23	25	3	5,2%	1	1,7%	Setembro 2013
Frades	11/06 - 20/33	2	160	0	*2 de febreiro de 2013							Xuño 2012
Lousame	11/06 - 20/34	309	353	0	*29 de outubro de 2012							Abril 2011
Malpica de Bergantiños	11/06 - 20/35	1139	644	28	3,1	38	10	15	53,6%	0	0,0%	Febreiro 2014
Mazaricos	11/06 - 20/36	36	362	0	*7 de xullo de 2015							Xaneiro 2012
Melide	11/06 - 20/37	1112	752	2	0,2	3	1	2	100,0%	0	0,0%	Setembro 2013
Miño	11/06 - 20/38	438	70	0	*6 de maio de 2016							Setembro de 2015
Neda	11/06 - 20/39	2	48	0	*19 de xullo de 2015							Xullo de 2015
Negreira	11/06 - 20/40	850	393	12	1,3	0	12	0	0,0%	0	0,0%	Abril 2014
Noia	11/06 - 20/41	111	458	6	0,7	3	1	1	16,7%	0	0,0%	Marzo 2016
Oleiros	11/06 - 20/42	1119	1043	33	3,7	8	18	0	0,0%	0	0,0%	Maio 2014
Ordes	11/06 - 20/43	2841	1098	27	3	8	20	0	0,0%	2	7,4%	Agosto 2011
Oroso	11/06 - 20/44	1263	707	13	1,4	0	13	0	0,0%	0	0,0%	Xaneiro 2013
A Pobra do Caramiñal	11/06 - 20/45	0	721	0								Maio 2011
Ponteceso	11/06 - 20/46	1318	828	0	*2 de febreiro de 2016							Novembro 2012
Pontedeume	11/06 - 20/47	34	131	0	*20 de novembro de 2015							Outubro 2015
As Pontes	11/06 - 20/48	2075	386	55	6,1	27	47	10	18,2%	0	0,0%	Xaneiro 2015
Rianxo	11/06 - 20/49	776	791	6	0,7	0	6	0	0,0%	0	0,0%	Novembro 2011
Riveira	11/06 - 20/50	1467	673	10	1,1	7	2	2	20,0%	0	0,0%	Maio 2014
Sada	11/06 - 20/51	1	274	0	*8 de febreiro de 2013							Novembro 2011
San Sadurniño	11/06 - 20/52	438	260	4	0,4	5	3	2	50,0%	0	0,0%	Xaneiro 2014
Santa Comba	11/06 - 20/53	221	739	0	*15 xullo 2015							Xuño 2011
Santiago de Compostela	11/06 - 20/54	7183	5408	70	7,8	41	29	15	21,4%	4	5,7%	Xullo 2013
Sobrado	11/06 - 20/55	22	12	0	*3 de febreiro de 2016							Setembro 2015

As Somozas	11/06 - 20/56	655	627	13	1,4	6	12	1	7,7%	0	0,0%	Febreiro 2013
Teo	11/06 - 20/57	3504	1200	27	3	30	10	12	44,4%	0	0,0%	Febreiro 2011
Toques	11/06 - 20/58	15	20	0	*3 de xullo de 2015							Febreiro 2015
Valdoviño	11/06 - 20/59	581	940	14	1,6	5	9	2	14,3%	0	0,0%	Maio 2012
Vedra	11/06 - 20/60	*sen actividade										Outubro 2014
Vimianzo	11/06 - 20/61	1003	1025	13	1,4	0	10	0	0,0%	0	0,0%	Novembro 2011
Becerreá	11/06 - 20/06	65	487	0	*12 de febreiro de 2016							Outubro 2012
Begonte	11/06 - 20/07	27	23	3	0,3	1	2	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2016
Bóveda	11/06 - 20/08	1	165	0								Xuño 2010
Cervo	11/06 - 20/09	3332	896	0	*12 de novembro de 2015							Maio 2010
Folgo do Courel	11/06 - 20/10	6	11	0	*8 de xuño de 2016							Febreiro 2015
Foz	11/06 - 20/11	2506	1693	12	1,3	7	3	3	25,0%	0	0,0%	Xaneiro 2012
O Incio	11/06 - 20/12	0	15	0								Novembro 2015
Láncara	11/06 - 20/13	0	17	0								Xullo 2015
Lugo	11/06 - 20/14	1413	634	15	1,7	0	13	0	0,0%	0	0,0%	Abril 2012
Mondoñedo	11/06 - 20/15	42	56	8	0,9	0	1	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2016
Monforte de Lemos	11/06 - 20/16	2693	1841	5	0,6	0	5	0	0,0%	0	0,0%	Novembro 2011
Monterroso	11/06 - 20/17	12	109	0	*6 de maio de 2014							Maio 2014
Paradela	11/06 - 20/18	15	36	0	*12 de agosto de 2015							Xullo 2015
Pobra do Brollón	11/06 - 20/19	904	340	11	1,2	13	9	3	27,3%	0	0,0%	Agosto 2012
Portomarín	11/06 - 20/20	78	285	0	*28 de xaneiro de 2014							Xullo 2011
Quiroga	11/06 - 20/21	309	204	11	1,2	0	6	0	0,0%	0	0,0%	Abril 2015
Ribadeo	11/06 - 20/22	1061	1318	10	1,1	0	10	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2012
Sarria	11/06 - 20/23	696	983	0	*14 de marzo de 2016							Xaneiro 2011
O Saviñao	11/06 - 20/24	167	36	3	0,3	0	3	0	0,0%	0	0,0%	Xuño 2015
Sober	11/06 - 20/25	6139	1148	46	5,1	11	13	5	10,9%	0	0,0%	Outubro 2012

Vilalba	11/06 - 20/26	61	716	4	0,4	0	4	0	0,0%	0	0,0%	Xuño 2010
Xermade	11/06 - 20/27	9	45	0	*2 de decembro de 2015							Maio 2015
Xove	11/06 - 20/28	19	327	0	*6 de xuño de 2016							Agosto 2009
Allariz	11/06 - 20/06	1850	1315	7	0,8	0	3	0	0,0%	0	0,0%	Outubro 2011
Amoeiro	11/06 - 20/07	1545	770	28	3,1	5	27	1	3,6%	0	0,0%	Xullo 2012
Barbadás	11/06 - 20/08	30	14	2	0,2	0	2	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2016
Barco de Valdeorras	11/06 - 20/09	202	218	2	0,2	0	2	0	0,0%	0	0,0%	Xaneiro 2015
Boborás	11/06 - 20/10	117	77	5	0,6	8	2	1	20,0%	0	0,0%	Febreiro 2016
O Carballiño	11/06 - 20/11	1127	560	39	4,3	0	33	0	0,0%	0	0,0%	Xuño 2013
Castrelo de Miño	11/06 - 20/12	735	358	6	0,7	3	3	0	0,0%	0	0,0%	Maio 2012
Celanova	11/06 - 20/13	248	58	5	0,6	0	5	0	0,0%	0	0,0%	Agosto 2015
Cenlle	11/06 - 20/14	9	300	0								Decembro 2010
Coles	11/06 - 20/15	121	79	0								Febreiro 2012
Esgos	11/06 - 20/16	714	418	6	0,7	0	6	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2013
Lobios	11/06 - 20/17	251	47	2	0,2	0	2	0	0,0%	0	0,0%	Xaneiro 2016
A Merca	11/06 - 20/18	27	20	0	*3 de xuño de 2016							Setembro 2015
Muños	11/06 - 20/19	57	192	0	*4 de novembro de 2015							Decembro 2012
Ourense	11/06 - 20/20	1338	2100	27	3	40	9	13	48,1%	0	0,0%	Outubro 2014
Parada de Sil	11/06 - 20/21	1719	503	7	0,8	5	5	3	42,9%	0	0,0%	Outubro 2013
Piñor	11/06 - 20/22	96	253	0	*27 de maio de 2016							Novembro 2014
Pobra de Trives	11/06 - 20/23	833	249	11	1,2	0	11	0	0,0%	0	0,0%	Agosto 2014
Quintela de Leirado	11/06 - 20/24	293	701	0	*14 de maio de 2016							Xaneiro 2012
Ribadavia	11/06 - 20/25	282	158	12	1,3	3	9	1	8,3%	0	0,0%	Decembro 2015
A Rúa	11/06 - 20/26	0	94									Febreiro 2013

San Cristovo de Cea	11/06 - 20/27	3199	338	37	4,1	0	36	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2011
Vilar de Santos	11/06 - 20/28	153	23	8	0,9	0	8	0	0,0%	0	0,0%	Agosto 2012
Bueu	11/06 - 20/06	4856	1284	66	7,3	0	65	0	0,0%	0	0,0%	Marzo 2012
Cambados	11/06 - 20/07	461	373	12	1,3	0	12	0	0,0%	0	0,0%	Xuño 2015
Cangas	11/06 - 20/08	343	160	100	11,1	76	58	31	31,0%	5	5,0%	Xaneiro 2016
Catoira	11/06 - 20/09	157	904	0								Novembo 2012
Cerdedo	11/06 - 20/10	0	0	0								Maio 2016
Dozón	11/06 - 20/11	3	36	0								Abril 2014
A Estrada	11/06 - 20/12	10800	1641	120	13,3	186	91	79	65,8%	0	0,0%	Setembro 2011
Gondomar	11/06 - 20/13	284	124	14	1,6	0	11	0	0,0%	0	0,0%	Xaneiro 2016
A Guarda	11/06 - 20/14	0	1	0								Abril 2016
Lalín	11/06 - 20/14	3357	1738	17	1,9	0	17	0	0,0%	0	0,0%	Febreiro 2012
Moaña	11/06 - 20/16	55	669	0								Febreiro 2012
Mondariz	11/06 - 20/17	0	7	0								Xuño 2015
Moraña	11/06 - 20/18	34	29	6	0,7	10	5	3	50,0%	0	0,0%	Maio 2016
As Neves	11/06 - 20/19	226	106	0								Xullo 2015
Nigrán	11/06 - 20/20	1964	1127	60	6,7	4	61	2	3,3%	0	0,0%	Novembro 2011
Ponteareas	11/06 - 20/21	1520	822	29	3,2	2	30	0	0,0%	2	6,9%	Decembro 2012
Pontevedra	11/06 - 20/22	1892	612	74	8,2	74	40	36	48,6%	3	4,1%	Setembro 2015
O Porriño	11/06 - 20/23	205	15	24	2,7	1	24	1	4,2%	0	0,0%	Abril 2016
Ribadumia	11/06 - 20/24	1200	180	68	7,6	4	64	0	0,0%	0	0,0%	Maio 2014
Rodeiro	11/06 - 20/25	262	276	2	0,2	2	0	0	0,0%	0	0,0%	Xaneiro 2013
O Rosal	11/06 - 20/26	251	330	7	0,8	0	7	0	0,0%	0	0,0%	Marzo 2014
Salvaterra de Miño	11/06 - 20/27	0	10	0								Decembro 2015
Sanxenxo	11/06 - 20/28	1411	1664	0								Maio 2012
Silleda	11/06 - 20/29	333	852	0								Marzo 2012

Tui	11/06 - 20/30	891	247	37	4,1	3	21	0	0,0%	0	0,0%	Setembro 2015
Vila de Cruces	11/06 - 20/31	1635	562	14	1,6	6	8	0	0,0%	6	42,9%	Marzo 2015
Vilaboa	11/06 - 20/32	0	112									Marzo 2013
Vilagarcía de Arousa	11/06 - 20/33	15	788									Marzo 2014