

# Redes sociales digitales en el sector público: Análisis comparado de la adopción de Facebook en dos alcaldías de la Ciudad de México

José Luis Ramos Alderete

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

[joseluis.ramos@politicas.unam.mx](mailto:joseluis.ramos@politicas.unam.mx)

<https://orcid.org/0009-0007-3868-3862>

## Resumen

En el sector público se ha generalizado el uso de redes sociales digitales (RSD). El Gobierno Abierto las visualiza como un medio con gran potencial para llevar a la práctica sus planteamientos. Diferentes investigaciones muestran que los gobiernos locales tienden a utilizar las RSD de forma limitada en relación a su potencial para generar conversación con los ciudadanos, tomar en cuenta lo que expresan y atender sus demandas. El objetivo de esta investigación es hacer un análisis comparado de la adopción de Facebook en dos alcaldías de la Ciudad de México a fin de ofrecer mediciones concretas sobre tres dimensiones de su interacción con los ciudadanos: 1) relación/interacción 2) comunicación y 3) gestión/atención. Los datos analizados permiten advertir que el uso de RSD se encuentra en un nivel comunicacional con lentos avances hacia niveles más interactivos que propicien participación ciudadana y una mejor gestión de servicios.

**Palabras clave:** redes sociales digitales, tecnologías de la información y comunicación, gestión pública, Gobierno Abierto, Facebook.



Fecha recepción: 13-06-2022

Fecha aceptación: 28-10-2024

# Social media in the public sector: comparative analysis of the adoption of Facebook in two Municipalities of Mexico City

## Abstract

In the public sector, the use of social media has become widespread. The Open Government views them as a means with great potential to put its proposals into practice. Different researches show that local governments tend to use social media in a limited way in relation to their potential to generate conversation with citizens, take into account what they express and address their demands. The objective of this research is to make a comparative analysis of the adoption of Facebook in two municipalities of Mexico City in order to offer concrete measurements on three dimensions of its interaction with citizens: 1) relationship/interaction 2) communication and 3) management/attention. The data analyzed allows us to notice that the use of social media is at a communication level with slow progress towards more interactive levels that promote citizen participation and better management of services.

**Keywords:** social media, information and communication technologies, public management, Open Government, Facebook.

## Cómo citar este artículo

Ramos Alderete, J.L. (2024). Redes sociales digitales en el sector público: Análisis comparado de la adopción de Facebook en dos alcaldías de la Ciudad de México. *Estado, Gobierno y Gestión Pública*, 22(43), 164-191. <https://doi.org/10.5354/0717-8980.2024.67455>

Desde la aparición de las redes sociales digitales (RSD), los Gobiernos y sus Administraciones Públicas han intentado incorporarlas en diversas actividades. Al inicio de la segunda década del siglo XXI, comenzaron a desarrollarse estudios sobre su uso por parte de algunos Gobiernos. Dichos análisis revelaron ciertos patrones, destacando que las RSD se utilizan principalmente como medios de comunicación unidireccional. En menor medida, se emplean para apoyar la gestión de servicios y, de manera muy limitada, como mecanismos para promover espacios de diálogo, participación o colaboración entre el Gobierno y la ciudadanía, conforme a las propuestas del Gobierno Abierto (Chun et al., 2010; Merguel, 2012; Bertot et al., 2012; Quintanilla y Gil, 2013; Criado y Rojas 2013 y 2016; Roa, 2013).

Hacia 2013, se identificaron casos significativos de adopción de Twitter en el sector público. Pérez (2013) destaca los siguientes ejemplos: la ciudad de Sídney, con su cuenta (@cityofsydney), que alcanzó un alto nivel de conversación (71 %) con sus seguidores y un notable índice de influencia (62); la Policía de Vancouver (@VancouverPD), con un 60.7 % de interacción conversacional y un destacado índice de influencia (80); y la Policía Nacional de España (@policia), que superó el medio millón de seguidores, con un 93 % de sus tuits marcados como favoritos o retuiteados, y un índice de influencia elevado según el Klout Score (79).

En el ámbito hispanohablante, uno de los primeros estudios sobre el uso de RSD en administraciones municipales se publicó en 2013. Este trabajo, realizado por Balcells et al., (2013), analizó el empleo de Twitter en 93 Ayuntamientos catalanes. Los autores concluyeron que Twitter se utiliza predominantemente para informar a la ciudadanía sobre problemas locales y visibilizar las actividades municipales, manteniendo un modelo de comunicación unidireccional.

Por su parte, Estebaranz y Ramilo (2013) investigaron la presencia en RSD de las diputaciones forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa, así como de 11 Ayuntamientos vascos con más de 50 000 habitantes. El estudio confirmó que las RSD se emplean para una comunicación unidireccional, con niveles bajos de interacción conversacional. Salgado e Ibáñez (2015), al analizar la estrategia de presencia en Facebook, Twitter y YouTube de la Junta de Castilla y León, concluyeron que el principal desafío radica en fomentar una interacción más fluida y constante con la ciudadanía.

En México, Lira (2016) analizó el trabajo de la Agencia de Gestión Urbana de la Ciudad de México mediante la cuenta de Twitter @072CDMX, creada en 2013. Esta cuenta atendió en 2014 aproximadamente 90 solicitudes diarias de servicios públicos, destacándose por la brevedad e inmediatez de sus interacciones y la incorporación de elementos clave de la estrategia conocida como networking.

Negrete-Huelga y Rivera-Magos (2018) investigaron cómo las estrategias de gestión de Twitter y Facebook implementadas por los Gobiernos de los estados de Hidalgo y Querétaro se relacionan con los principios del Gobierno Abierto. Encontraron que dichas estrategias no fomentan prácticas asociadas con la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana, planteamientos fundamentales de este enfoque.

En Argentina e Italia, Ure (2015) examinó la comunicación de las Administraciones públicas en Facebook, Twitter y YouTube, específicamente en Buenos Aires y Bolonia, durante octubre y noviembre de 2014. El estudio concluyó que, en Buenos Aires, la comunicación es exclusivamente unidireccional, centrada en “decir”. En Bolonia, aunque predomina la unidireccionalidad, se identificaron importantes elementos conversacionales, configurando un contrato comunicativo mixto.

Por último, Cervi et al. (2022) llevaron a cabo un análisis comparativo del uso de Facebook, Twitter e Instagram en los Ayuntamientos españoles de Barcelona, Sabadell y Manresa entre septiembre y noviembre de 2020. Los autores señalaron que ninguno de los Ayuntamientos explota las capacidades de las RSD para fomentar la participación ciudadana en los asuntos públicos, limitándose a una comunicación completamente unidireccional.

Un grupo diverso de especialistas ha desarrollado clasificaciones para analizar las estrategias de uso de RSD en el ámbito gubernamental. Merguel (2013) diseñó un marco basado en los principios del Gobierno Abierto —transparencia, participación y colaboración—, a los que denominó misiones. Según este modelo, la transparencia se asocia con la estrategia push, que busca difundir información desde las agencias gubernamentales hacia la sociedad. La participación corresponde a la estrategia pull, orientada a generar comunicación bidireccional con la ciudadanía mediante consultas y deliberaciones. Finalmente, la colaboración implica un uso altamente interactivo de las RSD mediante estra-

tegias de *networking* y codiseño de servicios para fomentar la creación de comunidades.

DePaula et al. (2017) propusieron una tipología para la comunicación gubernamental en RSD, estructurada en cuatro categorías. La primera, información/provisión, incluye anuncios de servicio público. La segunda, búsqueda de entrada, abarca la recopilación de información ciudadana y la recaudación de fondos. La tercera, diálogo online e interacción offline, comprende tanto el intercambio digital como la colaboración fuera de línea. La cuarta categoría, presentación simbólica, incluye actividades de mercadeo, posicionamiento político y actos simbólicos.

Wukich (2021) analizó las estrategias empleadas por Gobiernos locales en Estados Unidos en su presencia en RSD. Identificó tres roles públicos en los que los servidores públicos utilizan Facebook: 1) la ciudadanía como consumidora de servicios gubernamentales, 2) la ciudadanía como socia en la producción o gestión de servicios públicos, y 3) la ciudadanía como participante activa en asuntos públicos.

Finalmente, Criado y Villodre (2021) revisaron las estrategias adoptadas por países europeos con diferentes tradiciones administrativas para generar contenido en RSD. Propusieron un marco interpretativo con tres categorías: 1) proporcionar información institucional, 2) fomentar la interacción ciudadana y 3) prestar servicios públicos. En un estudio reciente, analizaron datos de Twitter de un grupo líder de Ayuntamientos europeos, confirmando el uso de RSD para difundir información institucional, promover la interacción con la ciudadanía y comenzar a integrarlas en la prestación de servicios públicos.

## Planteamiento y Metodología

En la actualidad, la ciudadanía utiliza cada vez más las RSD para comunicarse con las autoridades, plantear demandas y expresar opiniones sobre asuntos públicos, con la expectativa de obtener respuestas satisfactorias. Sin embargo, surgen las preguntas: ¿qué tan eficaz es el uso de las RSD en la Administración pública?, ¿se está aprovechando su potencial, señalado por diversos académicos, para innovar en los procesos de gestión pública?

Para abordar estas interrogantes, resulta fundamental recabar evidencia empírica que permita analizar el fenómeno de interacción entre Gobierno y ciudadanía mediante RSD. El objetivo de esta investigación es proporcionar mediciones específicas sobre aspectos clave que surgen en las interacciones entre entidades gubernamentales y sus seguidores en una red social digital. Esto permitirá identificar patrones en el uso de las RSD dentro del sector público.

En los últimos años, Facebook y Twitter se han consolidado como dos de las plataformas más empleadas por el sector público en México. En este contexto, se llevó a cabo una observación focalizada en ambas plataformas, analizando la actividad de las Alcaldías Benito Juárez, Coyoacán, Cuauhtémoc, Iztapalapa y Tlalpan durante el período comprendido entre el 1° y el 30 de agosto de 2017.

El análisis reveló que Facebook ofrece ventajas significativas para el seguimiento de publicaciones generadas por las Alcaldías, ya que permite un mayor nivel de interacción con la ciudadanía. Este intercambio se caracteriza por ser más sostenido y prolongado en el tiempo, lo que llevó a la elección de esta red social digital como objeto de estudio principal. Además, se decidió enfocar el análisis en el tercer nivel de gobierno —las Alcaldías—, debido a su mayor cercanía con la ciudadanía.

Para realizar una comparación efectiva, se seleccionaron dos Alcaldías con diferencias notables en ciertos aspectos, lo que facilitó la formulación de deducciones. Este proceso requirió recopilar información sobre dos grandes dimensiones: 1) el nivel de desarrollo social y económico, y 2) el nivel de desarrollo de su Administración pública. Con base en estos criterios, se eligieron como casos de estudio a las Alcaldías Benito Juárez y Venustiano Carranza, ambas pertenecientes a la Ciudad de México.

La observación de la actividad de estas Alcaldías en Facebook permitió identificar aspectos clave en la interacción entre Gobierno y ciudadanía, organizados en las siguientes dimensiones analíticas:

- Relación/interacción
- Comunicación
- Gestión/atención

La dimensión de la relación/interacción se centra en identificar y medir los vínculos e interacciones que se establecen entre la Alcaldía y la ciudadanía. Este análisis incluye cuatro aspectos principales: el establecimiento de relaciones entre ambas partes, la interacción directa entre la Alcaldía y la ciudadanía, las interacciones que fomenten formas de participación y la formación o aprovechamiento de cualquier tipo de capital social derivado de estas interacciones.

La dimensión de la comunicación examina el contenido de los comentarios realizados por la ciudadanía en respuesta a las publicaciones de la Alcaldía. Estos comentarios se clasificaron según su nivel de aprobación, con el objetivo de cuantificar y analizar las expresiones ciudadanas.

Por su parte, la dimensión de la gestión/atención aborda las expresiones relacionadas con temas o procesos de atención a las demandas ciudadanas. Estas expresiones se organizaron por temas de gestión, permitiendo cuantificar el tipo de planteamientos o demandas formuladas, evaluar el nivel y calidad de la atención proporcionada y determinar si estas interacciones influyen en las políticas, programas o acciones de la Alcaldía. En este análisis se consideraron específicamente los procesos de gestión y las interacciones entre el Gobierno y la ciudadanía, la atención brindada a demandas y planteamientos, y la incidencia de estas expresiones en asuntos, programas o acciones dentro del ámbito de competencia de las Alcaldías.

Los datos específicos de las interacciones fueron obtenidos de las cuentas oficiales de Facebook de las Alcaldías Benito Juárez y Venustiano Carranza, utilizando técnicas de etnografía digital (Hine 2015 y 2017; Pink 2014; Cora García et al., 2009). Este enfoque permite observar de manera detallada cómo se desarrolla la actividad en un entorno virtual. En particular, implica analizar minuciosamente las interacciones generadas entre los actores involucrados en torno a un tema o fenómeno, lo que facilita comprender sus expresiones y particularidades. Según Hine (2017), la inmersión en un entorno virtual es crucial, ya que este constituye el escenario donde los actores interactúan y el contexto que influye en su actividad.

El análisis de la actividad de las Alcaldías en Facebook evidenció que sus publicaciones abarcan temas específicos que generan reacciones

con patrones definidos y que muestran pocas variaciones a lo largo del tiempo. Por esta razón, se consideró que la recopilación de datos correspondiente a un mes proporcionaría una muestra adecuada del tipo de actividad que se genera en estas plataformas. Inicialmente, se levantó información durante un periodo de 30 días comprendido entre el 17 de junio y el 17 de julio de 2018.

Con el paso del tiempo, se observó un aumento en la actividad de las Alcaldías en Facebook, aunque los contenidos de sus publicaciones, así como las reacciones y comentarios que suscitaron, no presentaron cambios significativos. Sin embargo, para actualizar la evidencia empírica y ampliar el marco temporal de observación, se recopiló información de un nuevo periodo, comprendido entre el 1 y el 31 de marzo de 2023.

## **Mediciones de la Información Generada en la Cuenta de Facebook de la Alcaldía Benito Juárez**

Los datos fueron extraídos de la cuenta oficial de Facebook de la Alcaldía Benito Juárez en los dos periodos señalados. La información recabada para cada una de las tres dimensiones definidas se detalla en los subapartados siguientes.

### **Dimensión de la Relación/Interacción**

En cuanto al establecimiento de vínculos, la Tabla 1 muestra que el porcentaje de seguidores en relación con la población total de la demarcación aumentó de 6.71 % en 2018 a 17.96 % en 2023. Sin embargo, este incremento, aunque significativo, sigue mostrando un nivel de vinculación bajo considerando el tiempo transcurrido y el crecimiento de usuarios en Facebook durante el mismo periodo.

La interacción entre la Alcaldía y sus seguidores también experimentó un aumento en términos absolutos, aunque este crecimiento puede calificarse como moderado. En junio-julio de 2018, las reacciones totales a las publicaciones fueron limitadas, y los comentarios representaron únicamente el 10.62 % de las interacciones. Para marzo de 2023, aunque la actividad general creció considerablemente, los comentarios disminuyeron proporcionalmente al 7.37 % del total de reacciones, lo



que indica una participación relativamente estática en términos de interacción bidireccional.

Respecto a la calidad de los comentarios, los datos muestran una disminución en la proporción de aportaciones específicas o relevantes. En el primer periodo, de los 35 comentarios analizados, solo una pequeña fracción contenía información muy específica o relevante. En 2023, de los nueve comentarios analizados, no se registraron aportaciones muy relevantes, lo que refuerza la idea de que la calidad de las interacciones no mejoró significativamente, incluso con el aumento en el número de reacciones totales.

La generación de ideas o propuestas por parte de los ciudadanos también se mantuvo limitada. En 2018, solo siete comentarios presentaron propuestas, la mayoría de carácter general, mientras que en 2023 este número disminuyó a tres, con apenas algunas ideas de especificidad moderada. Finalmente, en términos de capital social, predominan los comentarios con un impacto muy bajo en ambos periodos. Aunque en 2023 hubo un leve incremento en comentarios de impacto medio, estos representaron una proporción mínima del total de interacciones observadas.

En definitiva, si bien la actividad en torno a las publicaciones de la Alcaldía Benito Juárez aumentó en el periodo estudiado, las interacciones que generan vínculos, propuestas o contribuciones significativas no evolucionaron de manera proporcional. Esto evidencia la necesidad de estrategias más efectivas para fomentar la participación ciudadana y aprovechar el potencial de las RSD digitales como espacios de colaboración.

**Tabla 1. Evolución de la interacción entre la Alcaldía Benito Juárez y la ciudadanía a través de Facebook (2018-2023)**

Indicador	Categoría/Subcategoría	Junio-julio 2018	Marzo 2023
Establecimiento de vínculos/relaciones	Número de seguidores	28,038	78,000
	Población (censo más próximo)	417,416 (2015)	434,153 (2020)
	(%) Seguidores/Población	6.71	17.96
Cuantificación de reacciones	Número de publicaciones	10	114
	Me gusta (%)	303 60.72%	27,391 87.81%
	Veces compartido (%)	143 28.65%	1,499 4.80%
	Comentarios (%)	53 10.62%	2,300 7.37%
	Total de reacciones	499	31,190
Promedios de interacción	Promedio de reacciones por seguidor	0.017	0.39
	Promedio de reacciones al día	16.63	1,006
	Promedio de comentarios al día	1.76	74
Aportación de información ciudadana	Información general/superficial	13	0
	Información específica	16	6
	Información muy específica	5	3
	Información muy específica y relevante	1	0
	Total	35	9
Aportación de ideas/propuestas ciudadanas	Muy generales	4	0
	Regular especificidad	2	0
	Específicas	1	3
	Muy específicas	0	0
	Total	7	3
Formación de capital social	Muy bajo	24	5
	Bajo	0	0
	Medio	0	3
	Alto	0	0
	Total	24	8

**Fuente:** Elaboración propia con datos poblacionales del INEGI.

## Dimensión de la Comunicación

En la Tabla 2 se sintetiza la información relativa a los comentarios generales y a los comentarios específicos de la ciudadanía. Los datos muestran un incremento notable en el número de comentarios generales entre los dos periodos analizados. En el primer periodo, predominan los comentarios negativos que reflejan una posición crítica hacia la Alcaldía, mientras que, en el segundo, se observa un cambio significativo hacia comentarios positivos, asociados a una percepción distinta de las autoridades bajo una nueva Administración, aunque el partido político gobernante permaneció sin cambios.

En ambos periodos, los comentarios más específicos evidencian que los planteamientos o demandas de la ciudadanía tienen un tono predominantemente crítico, con un alto contenido de reclamos y descalificaciones hacia las autoridades. Sin embargo, en el segundo periodo, estos comentarios muestran una reducción en su carga negativa, lo que sugiere una percepción menos adversa hacia la gestión gubernamental.

**Tabla 2. Síntesis de los comentarios ciudadanos a las publicaciones de la Alcaldía Benito Juárez en Facebook**

Categoría de comentarios	Tipo de comentario	Junio-julio 2018	Marzo 2023
Comentarios Generales	Denuncias genéricas	1	2
	Totalmente desaprobatorios	5	1
	Desaprobatorios	3	1
	Neutrales	3	135
	Aprobatorios	0	29
	Totalmente aprobatorios	0	47
	Respuesta gubernamental	0	1
	Respuesta ciudadana	0	0
Comentarios Específicos	Totalmente reprobatorios	21	5
	Reprobatorios	3	19
	Neutrales	3	13
	Satisfactorios/Positivos	0	2
	Muy satisfactorios/Muy positivos	0	0

*Fuente: Elaboración propia.*

### **Dimensión de la Gestión/Atención**

Cada publicación fue clasificada dentro de uno de los temas predefinidos, tomando en cuenta su contenido. En la Tabla 3 se presenta el concentrado de publicaciones realizadas por la Alcaldía.

El número de publicaciones relacionadas con temas de gestión pública aumentó significativamente entre los dos periodos analizados. En el primer periodo, 8 publicaciones (80 %) se enfocaron principalmente en la difusión de información general, con contenidos poco vinculados a aspectos sustantivos de la gestión pública. En contraste, en el segundo periodo, las publicaciones abarcaron una mayor diversidad de temas relacionados con la gestión pública.

Respecto a la atención de demandas y planteamientos generados en RSD, los comentarios vinculados a procesos de gestión muestran planteamientos específicos expresados por la ciudadanía, clasificados según su contenido. La Tabla 3 presenta el número de casos identificados para cada uno de los rubros predefinidos.

En el primer periodo, es evidente que la Alcaldía Benito Juárez no realizaba un seguimiento ni brindaba atención a los comentarios ciudadanos en sus publicaciones de Facebook. En el segundo periodo, se advierte un cambio, con un esfuerzo por ofrecer cierto grado de atención, reflejado en un incremento considerable de casos con respuesta por parte de las autoridades. Sin embargo, este seguimiento sigue siendo limitado, ya que no se percibe una atención sistemática a las demandas planteadas por la ciudadanía.

**Tabla 3. Análisis de publicaciones y comentarios en Facebook y su impacto en la gestión de la Alcaldía Benito Juárez (2018-2023)**

Indicador	Categoría/Subcategoría	Junio-julio 2018	Marzo 2023
Publicaciones vinculadas a rubros de gestión	Programas	1	29
	Acciones	1	2
	Trámites	0	0
	Servicios	0	14
	Asuntos públicos relevantes para la comunidad	0	1
	Difusión de información institucional	0	1
	Promoción de actos de servidores públicos	0	2
	Eventos culturales, deportivos o recreativos	0	48
	Avisos a la ciudadanía	0	4
	Difusión de información general	8	13
	Total de publicaciones	10	114
Planteamientos de la ciudadanía en comentarios	Preguntas	1	48
	Solicitudes de información	2	22
	Quejas	9	11
	Demandas	10	57
	Denuncias	12	2
	Propuestas	7	1
Total de planteamientos	41	141	
Atención de demandas ciudadanas	Hubo respuesta gubernamental	0	114
	Tiempo promedio de respuesta	0 horas	21.99 horas
	Expresiones de reclamo/insatisfacción	16	12
	Críticas sobre desempeño/gestión general	8	1
	Expresiones de aprobación/satisfacción	0	33
Expresiones de apoyo	0	14	
Incidencia de comentarios en programas o acciones	Nulo	0	0
	Muy bajo	0	0
	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	0	0

*Fuente: Elaboración propia.*

## Mediciones de la Información Generada en la Cuenta de Facebook de la Alcaldía Venustiano Carranza

La información recabada para cada una de las tres dimensiones preestablecidas se presenta en los subapartados siguientes.

### Dimensión de la Relación/Interacción

Los datos muestran que el establecimiento de relaciones o vínculos entre la Alcaldía y los ciudadanos es similar en ambas demarcaciones. En el primer periodo, los seguidores de la Alcaldía Benito Juárez representaron el 6.71 % de su población, mientras que en la Alcaldía Venustiano Carranza este porcentaje fue del 5.44 %. En el segundo periodo, estas proporciones aumentaron a 17.96 % y 17.57 %, respectivamente. A pesar del crecimiento, el nivel de vinculación sigue siendo bajo, considerando el tiempo transcurrido y la expansión del uso de Facebook en sectores más amplios de la población (Tabla 4).

Con respecto al nivel de interacción, se observa un incremento en ambas Alcaldías, aunque en magnitudes distintas. La Alcaldía Benito Juárez tuvo un aumento más notable, con publicaciones que se multiplicaron por más de 10 veces y reacciones que crecieron más de 62 veces entre ambos periodos. Por otro lado, la Alcaldía Venustiano Carranza duplicó sus publicaciones y triplicó sus reacciones. Sin embargo, en ambos casos el nivel de interacción con los ciudadanos sigue siendo bajo, considerando el aumento de usuarios de Facebook y el crecimiento demográfico.

La Tabla 4 también refleja que la aportación de información de la ciudadanía en comentarios hacia las publicaciones fue limitada en ambos periodos. En cuanto a la aportación de ideas, esta fue casi nula, con solo un caso identificado en cada periodo. En Venustiano Carranza, si se considera que se expresaron 170 comentarios en el primer periodo y 1,177 en el segundo, resulta evidente que Facebook no se utiliza como un espacio significativo para expresar ideas sobre asuntos públicos.

Por último, la formación de capital social en las interacciones es también muy limitada. Solo se identificaron 2 casos en el primer periodo y 14 en el segundo, predominando en ambos los niveles muy bajos de capital social generado. Al considerar los 170 comentarios del primer perio-

**Tabla 4. Evolución de la interacción entre la Alcaldía Venustiano Carranza y la ciudadanía a través de Facebook (2018-2023)**

Indicador	Categoría/Subcategoría	Junio-julio 2018	Marzo 2023
Establecimiento de vínculos/relaciones	Número de seguidores	23,278	78,000
	Población (censo más próximo)	427,263 (2015)	443,704 (2020)
	(%) Seguidores/Población	5.44	17.57
Cuantificación de reacciones	Número de publicaciones	34	74
	Me gusta (%)	1,062 56.10%	4,415 67.53%
	Veces compartido (%)	661 34.91%	945 14.45%
	Comentarios (%)	170 8.98%	1,177 18.00%
	Total de reacciones	1,893	6,537
Promedios de interacción	Promedio de reacciones por seguidor	0.081	0.083
	Promedio de reacciones al día	63.1	210
	Promedio de comentarios al día	5.66	37.96
Aportación de información ciudadana	Información general/superficial	0	0
	Información específica	5	22
	Información muy específica	0	2
	Información muy específica y relevante	0	0
	Total	5	24
Aportación de ideas/propuestas ciudadanas	Muy generales	0	0
	Regular especificidad	0	0
	Específicas	1	1
	Muy específicas	0	0
	Total	1	1
Formación de capital social	Muy bajo	2	14
	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	0	0
	Total	2	14

*Fuente: Elaboración propia con datos poblacionales del INEGI.*

do y los 1,177 del segundo, es evidente que las oportunidades para formar y aprovechar capital social a través de estas interacciones son mínimas.

### Dimensión de la Comunicación

En el primer periodo se identificaron 46 “comentarios generales”, los cuales aumentaron a 233 en el segundo, principalmente por el incremento de seguidores y actividad. No obstante, este crecimiento no resulta significativo. Durante el segundo periodo, sobresalen los 217 comentarios “aprobatorios” que los ciudadanos expresaron en respuesta a publicaciones en las que la Alcaldía informaba sobre la realización de obras y el mantenimiento de parques o espacios públicos. Cabe destacar la continuidad de comentarios positivos en ambos periodos analizados, correspondientes a administraciones distintas, pero gobernadas por el mismo partido político (Tabla 5).

En los dos periodos se encontró un número reducido de planteamientos más específicos. Los casos más recurrentes correspondieron a expresiones reprobatorias relacionadas con quejas sobre ineficiencias

**Tabla 5. Síntesis de los comentarios ciudadanos a las publicaciones de la Alcaldía Venustiano Carranza en Facebook**

Categoría de comentarios	Tipo de comentario	Junio-julio 2018	Marzo 2023
Comentarios Generales	Denuncias genéricas	0	0
	Totalmente desaprobatorios	0	0
	Desaprobatorios	1	1
	Neutrales	37	5
	Aprobatorios	7	217
	Totalmente aprobatorios	0	10
	Respuesta gubernamental	0	0
	Respuesta ciudadana	1	0
	Comentarios Específicos	Totalmente reprobatorios	0
	Reprobatorios	6	16
	Neutrales	0	6
	Satisfactorios/Positivos	1	1
	Muy satisfactorios/Muy positivos	1	0

*Fuente: Elaboración propia.*



en las obras públicas o servicios ofrecidos por la Alcaldía, así como la ausencia de estos (Tabla 5).

### **Dimensión de la Gestión-Atención**

En la Tabla 6 se presenta la clasificación de las publicaciones realizadas por la Alcaldía, agrupadas según los rubros de gestión previamente definidos.

Las publicaciones relacionadas con temas de gestión pública experimentaron un incremento de más del doble entre ambos periodos analizados. En el primer periodo, de un total de 34 publicaciones, 23 (67.64 %) se enfocaron en la promoción de eventos o en la difusión de información general, mientras que solo 11 (32.35 %) abordaron temas de gestión. Para el segundo periodo, de 74 publicaciones, únicamente 19 (25.67 %) se destinaron a la difusión de información, en contraste con 55 (74.32 %) centradas en asuntos de gestión pública.

Es relevante mencionar que, en ambas Alcaldías estudiadas, no se encontraron publicaciones relacionadas directamente con trámites. Esto evidencia que Facebook no se utiliza como un medio para desarrollar procesos asociados a una de las principales funciones de los gobiernos locales: la realización de trámites administrativos.

Los comentarios realizados por la ciudadanía revelaron distintos tipos de planteamientos específicos, clasificados en la Tabla 6. La mayoría se concentraron en “demandas”, que suman 92 casos (69.69 %), seguidas de “preguntas” con 26 casos (19.69 %) y “quejas” con 8 casos (6.06 %). Estos datos reflejan un uso creciente de Facebook como una plataforma para tratar asuntos más sustantivos que la simple difusión de información.

En cuanto a la respuesta de las autoridades a estas demandas ciudadanas, los datos de la Tabla 6 muestran que en el primer periodo se identificaron 24 casos con respuesta, de los cuales 21 recibieron algún tipo de atención. Durante el segundo periodo, aunque aumentaron las publicaciones y la actividad generada, las demandas con respuesta ascendieron a 39 casos, pero solo 12 recibieron atención y 1 fue insuficientemente atendido. Cabe destacar que el tiempo promedio de respuesta mejoró notablemente, al pasar de 15.45 horas en el primer periodo a 4.6 horas en el segundo, lo que evidencia un esfuerzo por parte de las autoridades para dar seguimiento y atender los comentarios ciudadanos.

No obstante, en el caso de la Alcaldía Venustiano Carranza, aunque se observa cierta disposición para atender las demandas planteadas en Facebook, no se detectó que estas tuvieran incidencia alguna en los programas o acciones implementados. De manera similar, al caso de la Alcaldía Benito Juárez, no se identificaron procesos de retroalimentación que permitieran vincular lo expresado por los ciudadanos en Facebook con aspectos concretos de la gestión pública.

A pesar del incremento en la actividad y la mejora en el tiempo de respuesta, persiste la falta de un mecanismo que integre las demandas ciudadanas expresadas en RSD en las decisiones de gestión pública. Esto limita el potencial de las plataformas digitales como espacios de participación efectiva y co-creación de políticas públicas.

**Tabla 6. Análisis de publicaciones y comentarios en Facebook y su impacto en la gestión de la Alcaldía Venustiano Carranza (2018-2023)**

Indicador	Categoría/Subcategoría	junio-julio 2018	marzo 2023
Publicaciones vinculadas a rubros de gestión	Programas	3	14
	Acciones	0	1
	Trámites	0	0
	Servicios	8	40
	Asuntos públicos relevantes para la comunidad	0	0
	Difusión de información institucional	0	0
	Promoción de actos de servidores públicos	0	5
	Eventos culturales, deportivos o recreativos	17	5
	Avisos a la ciudadanía	1	4
	Difusión de información general	5	5
Total de publicaciones	34	74	
Planteamientos de la ciudadanía en comentarios	Preguntas	17	9
	Solicitudes de información	2	0
	Quejas	3	5
	Demandas	33	59
	Denuncias	0	3
	Propuestas	1	0
Total de planteamientos	56	76	

Indicador	Categoría/Subcategoría	junio-julio 2018	marzo 2023
Atención de demandas ciudadanas	Hubo respuesta gubernamental	24	39
	Tiempo promedio de respuesta	15.45 horas	4.6 horas
	Expresiones de reclamo/insatisfacción	19	17
	Críticas sobre desempeño/gestión general	0	2
	Expresiones de aprobación/satisfacción	7	151
	Expresiones de apoyo	4	13
Incidencia de comentarios en programas o acciones	Nulo	0	0
	Muy bajo	0	0
	Bajo	0	0
	Medio	0	0
	Alto	0	0

*Fuente: Elaboración propia.*

## Análisis Comparado

A continuación, se presenta un análisis comparado entre la información del uso de Facebook en las Alcaldías Benito Juárez y Venustiano Carranza recabada para cada una de las tres dimensiones preestablecidas.

### Dimensión de la Relación/Interacción

En la dimensión de la relación e interacción, el establecimiento de vínculos a través de seguidores en Facebook muestra un comportamiento bastante similar en ambas Alcaldías durante los dos periodos analizados. Este fenómeno permite prefigurar un patrón común en las Alcaldías de la Ciudad de México, caracterizado por un bajo nivel de vinculación con la ciudadanía mediante esta red social digital.

Este hallazgo guarda similitudes con lo señalado por Balcells et al. (2013), quienes identificaron un bajo nivel de interacción ciudadana en el uso de Twitter por parte de municipios catalanes, y con lo descrito por Estebaranz y Ramilo (2013), quienes observaron que las RSD de los Ayuntamientos vascos no priorizan la interacción, lo que resulta en publicaciones que generan escaso interés.

En el primer periodo, el nivel de interacción en Venustiano Carranza es ligeramente superior al de Benito Juárez, mientras que la calidad de la relación también resulta algo mejor en Venustiano Carranza. Para el segundo periodo, Benito Juárez experimenta un notable incremento en su interacción con la ciudadanía, en tanto que Venustiano Carranza registra un crecimiento más modesto en este aspecto.

En el primer periodo, los comentarios de la ciudadanía en Venustiano Carranza presentan una menor tensión en comparación con los expresados en las publicaciones de Benito Juárez. Esto sugiere una relación en la que una mayor interacción podría correlacionarse con una disminución en la tensión de los comentarios ciudadanos. En este sentido, es razonable suponer que una estrategia destinada a incrementar la interacción en RSD podría mejorar la relación entre autoridades y ciudadanía. Asimismo, frente a una ciudadanía exigente y crítica, una interacción más fluida tendería a reducir la tensión. Este planteamiento coincide con lo señalado por Salgado e Ibáñez (2015), quienes destacan que el principal desafío radica en lograr una interacción más amplia y constante con la ciudadanía.

Las interacciones que propician alguna forma de participación mediante aportaciones de ideas o propuestas son escasas en ambos periodos. Sin embargo, se observan ligeramente más en Benito Juárez que en Venustiano Carranza, lo que podría asociarse a un mayor nivel de exigencia y empoderamiento ciudadano en Benito Juárez. Este fenómeno está relacionado con un nivel educativo más alto y una postura más crítica hacia las autoridades, que tiende a suavizarse hacia el segundo periodo. En todo caso, lo destacable es que las aportaciones de ideas o propuestas son muy incipientes.

Esto concuerda con lo señalado por Negrete-Huelga y Rivera-Magos (2018) y Cervi et al. (2022), quienes apuntan que las RSD se utilizan muy limitadamente para fomentar la participación ciudadana. De manera similar, Ure (2015) observa que estas plataformas se emplean escasamente para promover la colaboración. En consecuencia, el reto para la Administración pública es diseñar estrategias en RSD que motiven a la ciudadanía a realizar aportaciones más significativas.

En relación con el capital social, los dos periodos analizados muestran solo indicios de su formación, muy débiles en Venustiano Carranza

y ligeramente más notorios en Benito Juárez. Este capital social se desarrolla en torno a temas de interés cotidiano, como la inseguridad, las obras públicas y los servicios de mantenimiento de espacios públicos. Resulta relevante que dicha formación provenga principalmente de las aportaciones de información de la ciudadanía y de su interacción mutua, sin la participación activa de las autoridades. Es significativo que no existan interacciones entre ciudadanía y Alcaldías que contribuyan al desarrollo del capital social. El fenómeno de la falta de respuesta de las autoridades ya había sido observado por Balcells et al. (2013) en su estudio.

A partir de lo anterior, se podría inferir que, si las autoridades participaran activamente en la formación de capital social, se generaría una interacción más rica y efectiva, completando el binomio autoridades-ciudadanía. Esto permitiría incentivar formas de gestión compartida en torno a asuntos de interés colectivo.

### **Dimensión de la Comunicación**

En el primer periodo, en la Alcaldía Benito Juárez, los “comentarios generales” asociados a la dimensión de la comunicación revelan un menor número total, pero tienden a ser predominantemente desaprobatorios. Entre ellos, prevalecen las expresiones de enojo y descalificación, lo que indica una mayor tensión en la relación entre la ciudadanía y la Alcaldía. Por el contrario, en Venustiano Carranza, se registra más del triple de comentarios generales en comparación con Benito Juárez, predominando los de carácter neutral e incluso algunos aprobatorios, lo que refleja una comunicación con mucha menor tensión.

En el segundo periodo, los comentarios negativos en Benito Juárez disminuyen de 8 a 2, mientras que los positivos aumentan de 0 a 76. En Venustiano Carranza, los comentarios negativos se mantienen en 1, pero los positivos aumentan significativamente de 7 a 227. En Benito Juárez se observa un incremento visible en la cantidad total de comentarios, mientras que en Venustiano Carranza mejora notablemente el número de comentarios positivos. Este patrón sugiere que el incremento en la actividad de Facebook está vinculado con un aumento en los comentarios positivos, lo que mejora la interrelación entre autoridades y ciudadanía. Estos datos refuerzan la idea de que una mayor interacción entre ambas partes está asociada con una mejora en los comentarios emitidos.

Al analizar los planteamientos específicos realizados por la ciudadanía en sus comentarios sobre asuntos públicos, se detecta que en ambos periodos el número de este tipo de casos es reducido en ambas Alcaldías. Sin embargo, en Benito Juárez, los comentarios reprobatorios son más frecuentes y se relacionan principalmente con omisiones o ineficiencias en servicios y obras públicas. Esto sugiere que, cuando la ciudadanía formula comentarios más específicos, estos suelen estar motivados por malestar ante acciones u omisiones de las autoridades.

Por otro lado, Cervi et al. (2022) observaron en su estudio sobre Ayuntamientos que un alto porcentaje de publicaciones relativas a servicios públicos se centran en los servidores públicos que los realizan, lo que reduce el interés ciudadano. Este tipo de casos merece mayor atención. Sería necesario implementar protocolos para la publicación de contenidos, así como mecanismos de seguimiento y solución de los comentarios. Además, resulta crucial evitar que las expresiones negativas queden sin respuesta, ya que esto podría perpetuar la percepción de desatención por parte de las autoridades.

### **Dimensión de la Gestión/Atención**

El número de publicaciones en Facebook relacionadas con temas de gestión experimentó un incremento notable entre el primer y el segundo periodo observado. En Benito Juárez, estas publicaciones pasaron de 2 a 114, mientras que en Venustiano Carranza aumentaron de 11 a 55. Sin embargo, este crecimiento ha sido relativamente lento, ya que se desarrolló a lo largo de casi cinco años. Aun así, se aprecia una tendencia hacia la incorporación de publicaciones vinculadas a procesos de gestión, lo que responde a la necesidad de las Alcaldías de abordar temas relacionados con sus funciones sustantivas, como la ejecución de obras públicas, la implementación de programas, la prestación de servicios o la realización de acciones concretas. Estas publicaciones van más allá de la simple difusión de información.

No obstante, las Alcaldías aún no conciben plenamente a Facebook como un medio eficaz para atender demandas ciudadanas relacionadas con procesos de gestión pública. Es necesario superar el uso limitado de las RSD como meras herramientas de comunicación social e integrarlas como tecnologías con un potencial significativo para adaptar procesos de gestión de trámites y servicios. Esto permitiría consoli-

darlas como un medio eficiente de atención ciudadana, aprovechando su rapidez y facilidad de uso. Para lograrlo, resulta crucial incorporar conocimientos y estrategias, como las propuestas de *networking* y co-diseño de servicios planteadas por Merguel (2013), desarrollándolas de manera gradual pero sostenida.

En Benito Juárez, la ciudadanía realizó una diversidad de planteamientos hacia las autoridades, incluyendo preguntas, solicitudes de información, quejas, demandas, denuncias y propuestas, que aumentaron de 41 a 141 entre ambos periodos. Cabe destacar que en el primer periodo no hubo respuestas por parte de la Alcaldía, situación que cambió en el segundo periodo, en el que se respondieron 114 casos. En el primer periodo prevalecieron las expresiones de reclamo, insatisfacción y crítica sobre temas de gestión, mientras que en el segundo periodo estas disminuyeron, e incluso aparecieron expresiones de aprobación y apoyo.

En Venustiano Carranza, la ciudadanía también realizó diversos planteamientos, que pasaron de 56 a 76 entre los dos periodos. En este caso, 24 planteamientos recibieron algún tipo de atención en el primer periodo y 39 en el segundo. Durante el primer periodo, aunque hubo expresiones de reclamo e insatisfacción sobre temas de gestión, no se registraron críticas directas; en cambio, se observaron comentarios con expresiones de aprobación, satisfacción y apoyo. En el segundo periodo, estas expresiones positivas aumentaron notablemente.

Estos resultados evidencian que, aunque las Alcaldías comienzan a interactuar de manera más activa con la ciudadanía en las RSD, aún existe un amplio margen para desarrollar estrategias que permitan integrar estas plataformas de manera más efectiva en los procesos de gestión pública y atención ciudadana.

En términos generales, se observa que la ciudadanía recurre cada vez más a las autoridades para formular diversos planteamientos, un comportamiento que coincide con lo reportado por Criado y Villodre (2021) en su estudio sobre Ayuntamientos en Europa. Esta tendencia pone de manifiesto la necesidad de desarrollar protocolos y estrategias más consistentes que permitan gestionar eficientemente las RSD en el sector público.

Al analizar si los comentarios realizados por la ciudadanía en las publicaciones de las Alcaldías generan algún tipo de retroalimentación,

resulta evidente que no tienen impacto ni en nuevas publicaciones ni en la formulación de programas o acciones. Ninguna de las dos Alcaldías muestra procedimientos para aprovechar las aportaciones de sus seguidores. Esta ausencia refleja un comportamiento “autorreferencial”, ya señalado por Ure (2015), que dificulta la colaboración efectiva con la ciudadanía en el ámbito local.

Es razonable suponer que, si los ciudadanos percibieran que sus comentarios, planteamientos o propuestas influyen de alguna manera en los programas o acciones de las Alcaldías, ello fomentaría mejores expresiones y una mayor participación en plataformas como Facebook, incrementando la interacción con las autoridades. Ejemplos exitosos de RSD en el sector público, como el uso de Twitter para atender solicitudes de servicios públicos en la Ciudad de México documentado por Lira (2016), o las estrategias implementadas por la ciudad de Sídney, la Policía de Vancouver, y la Policía Nacional de España reportadas por Pérez (citado en Estebaranz y Ramilo, 2013), se han basado en estrategias de networking orientadas a generar un interés genuino en la ciudadanía. Estas iniciativas destacan por contestar y atender cotidianamente los comentarios y demandas de los seguidores, lo que resulta en altos niveles de interacción y confianza.

Por lo tanto, resulta crucial que las Alcaldías no solo incrementen su actividad en las RSD, sino que adopten estrategias que integren de manera efectiva las aportaciones ciudadanas en la toma de decisiones y en la implementación de programas, promoviendo así una interacción más significativa y colaborativa.

Los asuntos de gestión, como la realización de obras públicas, la prestación de servicios o la implementación de programas, suelen captar el interés de la ciudadanía, siendo estos temas donde se concentran la mayoría de los reclamos y críticas. Sin embargo, cuando las demandas ciudadanas son atendidas, se observa una mejora en la calidad de la interrelación entre las autoridades y la población. En este sentido, el uso de las RSD como un medio para gestionar estos asuntos representa una importante oportunidad para la innovación y para fortalecer la relación con la sociedad.

Autores como Merguel (2013) y Criado y Villodre (2021) han destacado que la gestión de servicios ocupa un lugar central en sus clasifica-



ciones sobre el uso de RSD en el sector público. Según estos autores, esta etapa representa el nivel más avanzado en el aprovechamiento de estas plataformas, un objetivo deseable hacia el cual sería estratégico avanzar.

## Conclusiones

Con base en los casos estudiados de las Alcaldías Benito Juárez y Venustiano Carranza, se identifica que el uso de Facebook en sus Administraciones públicas genera bajos niveles de comunicación e interacción con la ciudadanía, además de una limitada eficiencia en el procesamiento y respuesta a las demandas de sus seguidores.

El modelo de Gobierno Abierto promueve una comunicación horizontal con la sociedad y la creación de espacios y mecanismos que faciliten una mayor interacción con la ciudadanía, incentivando la participación, la colaboración y la rendición de cuentas. Diversos autores (Chun et al., 2010; Merguel, 2012; Bertot et al., 2012; Quintanilla y Gil, 2013; Criado y Rojas, 2013 y 2016; Roa, 2013) han destacado el alto potencial de las RSD para implementar estos principios. No obstante, los datos de esta investigación evidencian que el aprovechamiento de dicho potencial es muy limitado en la práctica.

Especialistas han propuesto clasificaciones sobre las etapas o niveles de uso de las RSD en el sector público. Estas etapas van desde un nivel básico, centrado en la difusión de información, pasando por un nivel intermedio, donde se logra un cierto grado de conversación, gestión incipiente de servicios y generación de aportaciones, hasta un nivel avanzado, caracterizado por una interacción robusta, involucramiento ciudadano, gestión eficiente de servicios y formas activas de participación y colaboración. Los casos analizados se encuentran en el primer nivel, con algunos avances hacia el segundo, pero están lejos de alcanzar el tercero. Además, el progreso es lento y discontinuo.

Para revertir esta situación, sería imprescindible desarrollar protocolos y estrategias consistentes que trasciendan la mera difusión de información, estableciendo objetivos claros para atraer el interés ciudadano, construir espacios y mecanismos de participación y gestionar trámites y servicios de manera eficiente.

Existen experiencias exitosas en la adopción de RSD en el sector público, donde se observan procesos de gestión bien adaptados a estas plataformas. Estas experiencias han logrado crear amplias comunidades que aportan información, desarrollan formas de participación y colaboración, y operan en las etapas avanzadas del uso de RSD. Estas prácticas ofrecen modelos claros para guiar el diseño de estrategias innovadoras. Por ello, el sector público tiene una gran oportunidad para construir un modelo de gestión de RSD basado en estas experiencias y en los principios del Gobierno Abierto, aprovechando su potencial para transformar la relación entre autoridades y ciudadanía.

## Referencias

- Balcells, J., Padró-Solanet A. y Serrano, I. (2013).** Twitter en los ayuntamientos catalanes. Una breve evaluación empírica de usos y percepciones. En J. I. Criado y F. Rojas-Martín (Eds.), *Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto* (pp. 62-81). Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- Bertot, J. C., Jaeger, P.T. y Grimes, J. M. (2012).** Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. *Transforming Government People Process and Policy*, 78-91.
- Cervi, L., Marín-Lladó, C. y Oliveras-Vila, C. (2022).** La comunicación de los ayuntamientos en las redes sociales: participación ciudadana, información de servicio público y campaña permanente. *AdComunica, Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 23, 275-299.
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R. y Hovy, E. (2010).** Government 2.0. Making Connections between Citizens, Data and Government. *The International Journal of Government & Democracy in the Information Age*, 1-9.
- Concha, G. y Naser, A. (Eds.) (2012)** *El desafío hacia el gobierno abierto en la hora de la igualdad*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Cora Garcia, A., Standlee, A. I., Bechkoff, J. y Cui, Y. (2009).** Ethnography Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 52-84.
- Criado, J. I. y Rojas-Martín, F. (2012).** Las redes sociales digitales en las administraciones públicas iberoamericanas: Retos y perspectivas de futuro. *XVII Congreso Internacional del CLAD*, Cartagena de Indias, Colombia.
- Criado, J. I. y Rojas-Martín, F. (2013).** Aproximación general sobre la adopción y uso de las redes sociales en las administraciones públicas. *Redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un Gobierno Abierto* (pp.16-31). Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- Criado, J.I. y Rojas-Martín, F. (2016).** Hacia una gestión pública abierta en las administraciones locales. Análisis de las dinámicas de uso de redes sociales digitales en el caso español. En R. Martínez Puón (Ed.), *Gobierno Abierto para la consolidación democrática* (pp. 261-284). Tirant lo Blanch.
- Criado, J. I. y Villodre, J. (2021).** Delivering public services through social media in European local governments. An interpretative framework using semantic algorithms. *Local Government Studies*, 47 (2), 253-275.
- Estebaranz González, J. y Ramilo Araujo, M. (2013).** Gobiernos y administraciones locales vascas en las redes sociales. En J. I. Criado y F.

- Rojas Martín (Eds.), *Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto* (pp. 82-101). Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- DePaula, N., Dincelli, E. y Harrison, T. M. (2017).** Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. *Government Information Quarterly*, 35, 98-108.
- Hine, C. (2015).** Ethnography Strategies for the Embedded, Embodied, Everyday Internet. *Bloomsbury Publishing*, 55-87.
- Hine, C. (2017).** Ethnography and the Internet: Taking Account of Emerging Technological Landscapes. *Fundamental Journal of the Humanities and Social Sciences*, 315-329.
- Lira Valencia, A. (2016).** Twitter como instrumento de comunicación institucional y gestión de servicios urbanos en la Ciudad de México: El caso de @072cdmx. *Revista Estado, Gobierno y Gestión Pública*, 14 (28), 63-99. <https://doi.org/10.5354/0717-8980.2016.48373>
- Mergel, I. (2012).** *Social media in the public sector: a guide to participation, collaboration and transparency in the networked world*. Jossey-Bass.
- Mergel, I. (2013).** A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30, 327-334.
- Negrete-Huelga, K. y Rivera-Magos, S. (2018).** Estrategias de comunicación en redes sociodigitales desde la práctica del gobierno abierto. *Cuadernos info*, 42, 183-196.
- Pérez, D. (2013).** *El hombre detrás del 'boom' de la Policía Nacional en Twitter*. El Confidencial - Teknautas.
- Pink, S. (2014).** *Doing Visual Ethnography with the Web*. SAGE.
- Quintanilla Mendoza, G. y Gil García, J. M. (2013).** *Gobierno abierto en América Latina: modelo conceptual, planes de acción y resultados preliminares*. Instituto Nacional de Administración Pública, Grupo Latinoamericano por la Administración Pública, Instituto Internacional de Ciencias Administrativas.
- Roa, J. M. (2013).** Las redes sociales, una potente herramienta al servicio del Open Government. En J. I. Criado y F. Rojas Martín (Eds.), *Redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un Gobierno Abierto* (pp. 119-139). Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- Salgado Losada, A. y Ibáñez Pascual, A. (2015).** Estrategia de presencia en redes sociales de la Junta de Castilla y León. En J. I. Criado y F. Rojas Martín (Eds.), *Casos de éxito en redes sociales digitales de las administraciones públicas* (pp. 35-56). Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- Ure, M. (2016).** La comunicación de la administración pública en las redes sociales: los casos de las ciudades de Buenos Aires y Bolonia. *Palabra Clave*, 19 (1), 240-270.
- Wukich, C. (2021).** Government Social Media Engagement Strategies and Public Roles. *Public Performance & Management Review*, 44 (1), 187-215.

