

# **TRABAJO FINAL DE MÁSTER**

**Máster universitario de  
Comunicación corporativa, protocolo  
y eventos Universitat Oberta de  
Catalunya (UOC)**

**TÍTULO DEL TFM: “Evolución de la  
comunicación corporativa del Ayuntamiento de  
Elche con las redes sociales y Facebook Live”.**

AUTOR: Francisco Javier Muñoz Climent.

TIPOLOGÍA DE TFM: Modalidad B (disertación-investigación empírica).

TUTORA ACADÉMICA QUE ASUME LA DIRECCIÓN DEL TFM: Sandra Martorell Fernández.

POBLACIÓN y FECHA: Elche – Enero 2019.

## ÍNDICE

1- Índice.....	P. 2
2- Agradecimientos.....	P. 3
3- Resumen.....	P. 4
4- Abstract.....	P. 6
5- Introducción.....	P. 8
6- Justificación de la propuesta.....	P. 10
7- Objetivos.....	P. 12
8- Preguntas de investigación e hipótesis.....	P. 13
9- Marco teórico.....	P. 14
10- Metodología.....	P. 17
11- Análisis de los resultados.....	P. 18
12- Conclusiones.....	P. 30
13- Limitaciones, aportaciones y futuras líneas de investigación.....	P. 34
14- Bibliografía.....	P. 36
15- Webgrafía.....	P. 38
16- Apéndices.....	P. 40

## AGRADECIMIENTOS

En estas primeras líneas del Trabajo de Fin de Máster quiero agradecer la colaboración, la guía y los consejos que durante el desarrollo del mismo he recibido por parte de la directora del TFM, Sandra Martorell Fernández. Sólo ella sabe cuántas dudas le he planteado, entre otras cosas, porque ha sido mi primer trabajo de este tipo, ya que cuando acabé la carrera de Ciencias de la Información (Periodismo) en la Universitat Autònoma de Barcelona, en 1993, no tuve que realizarlo. Han sido muchas horas de trabajo, de búsqueda de información, de investigación, de análisis, pero han valido la pena.

Quiero agradecer la disposición de los jefes de prensa y comunicación del Ayuntamiento de Elche que han contestado a mis preguntas para poder analizar la evolución de la comunicación corporativa en esta institución desde los años 90 hasta la actualidad.

También a mi compañero, Antonio Sánchez, quiero agradecer el apoyo en todo, en lo personal, en lo profesional y en lo académico. Y no sólo en la realización de este TFM, sino también a lo largo de todo el desarrollo del Máster Universitario en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos. El hecho de que él también esté estudiando, en este caso el Grado de Comunicación, además en la UOC, ha hecho que el estudio, el trabajo y la realización de las PEC haya sido más llevadero.

Y, por último, agradecer a los/as profesores/as que he tenido el placer de conocer a lo largo de este Máster en las diferentes asignaturas, algunas de ellas más relacionadas con mi actividad profesional y otras que me han servido para descubrir nuevos aspectos del mundo de la comunicación. En todas las asignaturas he aprendido cosas que me sirven, a partir de ahora, para aplicar al día a día de la profesión.

## RESUMEN

La aparición de internet y las redes sociales ha provocado un cambio en el modelo comunicativo de las administraciones. La comunicación del Ayuntamiento de Elche, al igual que la de otras instituciones, se ha modificado conforme han ido pasando los años. De tener que comunicarse con la ciudadanía a través de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) se ha llegado, hoy en día, a una situación en la que la red es algo imprescindible para dirigirse a la población de una forma directa. Se ha pasado de un momento en el que la nota de prensa enviada a los medios era la única forma de poder trasladar el trabajo diario de la administración, a otro en el que esa nota de prensa se publicaba en la página web del Ayuntamiento y en sus redes sociales. Ahora, se ha dado un paso más en este tipo de comunicación corporativa e institucional y la evolución natural nos lleva a contar las cosas en directo y en formato vídeo (Facebook Live). También existen otras posibilidades, como las *stories* de Instagram o Instagram TV. En este trabajo nos centraremos en Facebook Live, ya que es lo que está utilizando el Ayuntamiento de Elche, que es el que estamos estudiando.

Siguen siendo importantes la radio, la televisión y la prensa escrita, pero están ganando mucho terreno las redes sociales y las retransmisiones de Facebook Live. Lo bueno de esta opción es que cuando comienza la realización de un directo se avisa a todos los seguidores de la página de la emisión para que puedan conectarse y verla.

En este trabajo analizaremos el cambio de paradigma en la comunicación corporativa que está suponiendo la nueva manera de comunicar, más directa, sin intermediarios y contando lo que ocurre, tal y como el emisor quiere que se cuente, en este caso, el consistorio ilicitano a través de sus Facebook Live.

El Ayuntamiento de Elche hace dos tipos de directos: los que realiza con sus propios medios (cámara instalada en el salón de plenos), por ejemplo, con las retransmisiones de los plenos municipales y otros eventos que se realizan en la sala de sesiones (presentaciones, recepciones...). Pero, se ha dado un paso más allá profesionalizando y externalizando el servicio con la contratación de una empresa que realiza Facebook Live profesionales de los eventos que al

Ayuntamiento le interesa promocionar y dar a conocer. No se hacen, por lo general, en las dependencias municipales por lo que es complicado para la administración disponer del material y del personal necesario para llevarlo a cabo. Esta nueva manera de comunicar, en la que prima la imagen y el vídeo, se ha convertido en una realidad que no se quiere dejar pasar. Podríamos decir que es una nueva forma de hacer comunicación corporativa, dando importancia a la imagen que es lo que se valora hoy en día. Y se hace con los medios y el alcance que permite la red.

Si no fuera por este tipo de comunicación, muchas actividades organizadas por el Ayuntamiento de Elche no tendrían ningún tipo de repercusión, ya que los medios tradicionales no se ocupan de ellas, pero de esta manera sí que tienen un gran seguimiento, como veremos a lo largo del trabajo.

Palabras clave: Ayuntamiento, Comunicación Corporativa, Comunicación Institucional, Redes Sociales, Facebook Live, Internet.

## ABSTRACT

Internet and Social Networks show-up have caused a change in the communicative patron of the Administration. The communication of Elche City Council, as for other institutions, has been modified over the past of the years. From having to communicate with the citizens through classic media (press, radio, television), nowadays we have come to a situation where the net is something essential for addressing the citizen directly. We have passed from a situation where the press release sent to the media was the only way of transferring the diary tasks from the Administration to another one where the press release was published on the city hall website or its social media. Today, this kind of institutional communication has taken another step forward and the natural evolution takes us to narrate events on-live and in video format (Facebook Live). There are also other possibilities, like Instagram Stories or Instagram TV. In this paper we put the focus on Facebook Live, as it is what Elche City Council is using, what we are studying.

The radio, the tv, and the written press are still important, but social networks and Facebook live broadcast are gaining ground. The good point of this option is that when a live broadcast begins, it alerts to all the transmission followers so they can connect it and watch it.

In this document, we will analyze the change of paradigm in the corporative communication what it is meaning the new way of communicating, more straightforward, without intermediaries and narrating what it is happening, as the speaker wants to be told, in this case, Elche City Council through its Facebook Live.

Elche City Council makes to types of life broadcast: those made with its own resources (there is a camera installed in the Plenary Chamber of the City Council), for example, like transmissions of municipal plenary sessions and other events made there. However, a step forward has been made, outsourcing and giving a professional status to the service, hiring a company which makes professional Facebook live of the events that the City Council is interested in promoting and making public. Generally, these are not made at the municipal agencies, so it is really complicated for the Administration to have the required material and the staff to carry this out. This new way of communication, where

the image and video is the essential part, it has become into a reality which cannot be miss. We could say it is a new way of doing corporative communication, giving to the image its significance what today it is the most important. And we do it with the resources and the range that the net allows.

If it weren't for this type of communication, many activities organized by the City Council of Elche wouldn't have an impact, considering that the traditional media doesn't take care of them, however, in this way, they do have a huge tracking, as we see through this paper.

Keywords: City Council, Corporative Communication, Institutional Communication, Social Networks, Facebook Live, Internet.

## INTRODUCCIÓN

Todos hemos escuchado en alguna ocasión aquello de que “lo que no se comunica, no existe” (Aced, 2013). Hasta no hace mucho tiempo las administraciones e instituciones hacían su comunicación corporativa e institucional lanzando mensajes a través de los medios de comunicación tradicionales, pero desde la irrupción de las redes sociales la situación ha cambiado. En el presente TFM nos vamos a centrar en la comunicación que realiza el Ayuntamiento de Elche (Alicante). Hay aspectos que se quieren comunicar, pero no tienen cabida en los medios de comunicación tradicionales. El hecho de que actualmente todas las emisoras de radio tengan una amplia programación nacional y regional y un reducido espacio para la programación local provoca que eventos o actividades organizadas por el consistorio no tengan la repercusión que merecerían. En el mejor de los casos se incluye una nota breve para anunciar tal o cual actividad. En el caso de las televisiones locales ocurre lo mismo, ya que disponen de pocos espacios donde puedan tener amplia cabida determinados eventos. Y en el caso de los periódicos en papel se da una circunstancia similar. Ciertamente es que todos los medios tradicionales tienen en la actualidad páginas web y cuentas en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram...) pero, al menos en la ciudad de Elche, lo que hay en sus cuentas es prácticamente un reflejo de lo que incluyen en los medios, ya que en la gran mayoría comparten en las redes (mediante enlaces) las noticias que ya hay en las webs.

La comunicación, tal y como la conocíamos hasta ahora, está cambiando o ha cambiado ya. Un estudio de *Pew Research Center*, publicado en octubre de 2018, (en Journalism, 2018) revela que entre los jóvenes europeos de 18 a 29 años las redes sociales son una de las principales fuentes de información. En España Facebook es la segunda, tan sólo por detrás de El País. Las administraciones locales, como el Ayuntamiento de Elche, deben aprovechar la posibilidad que ofrecen las redes sociales para llegar directamente a la ciudadanía, sin pasar por el filtro de los medios de comunicación tradicionales, ya que “cuando los medios de comunicación ponen énfasis en ciertos temas o en ciertos aspectos de los asuntos municipales, obviando otros, construyen



nuestra realidad social como ciudadanos” (Campillo, 2012). En el caso concreto de Elche la lectura, escucha o visionado de la prensa, radio y televisión pone de manifiesto que se incluyen noticias muy “institucionales” del Ayuntamiento, tipo rueda de prensa de los concejales, sesiones plenarias o referencia a reuniones que tienen el alcalde o los ediles con diferentes colectivos o instituciones. Hay otro tipo de actividades: jornadas, conciertos, fiestas..., también organizadas por el consistorio, pero que no tienen cabida en los medios tradicionales y que el Ayuntamiento cuenta por sí mismo en sus redes sociales. Es cierto que en ellas rebotan las notas de prensa que genera el propio gabinete municipal, pero desde octubre de 2017 están realizando una amplia cobertura de eventos a través de Facebook Live. El consistorio ilicitano es pionero y en este TFM queremos analizar la repercusión que está teniendo este tipo de comunicación, pasando desde los medios de comunicación generalistas hace unos años hasta llegar a la actualidad, cuando es el mismo Ayuntamiento el que cuenta sus propias actividades.

Hay poca literatura académica o científica sobre la utilización de Facebook Live en administraciones locales, ya que la red social permite hacer directos desde febrero de 2016 (TICbeat, 2016) y hasta donde tenemos conocimiento no se han hecho análisis de lo que supone a día de hoy y la revolución que puede implicar para estas de cara al futuro. Queremos hacer nuestra aportación a través de este caso poniendo sobre la mesa una nueva forma de comunicar que, en un futuro cercano, puede ser muy beneficiosa para las instituciones de esta índole.

Para la realización de este TFM se ha hecho una búsqueda de información, tanto en libros, como en artículos y estudios relativos a la implantación de las redes sociales y el uso que hace la población de las mismas para informarse. También hacemos una recopilación y análisis de todas las retransmisiones que ha hecho el Ayuntamiento de Elche en Facebook Live profesional desde la primera, el 9 de octubre de 2017, hasta mediados del mes de noviembre de 2018. De igual forma, se recogen valoraciones de los responsables de prensa y comunicación del Ayuntamiento de Elche en las tres últimas décadas sobre los cambios que ha experimentado la administración en su forma de comunicar.

## JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

La justificación para la realización del presente TFM viene dada por la importancia que tiene, cada vez más, la comunicación a través de las redes sociales, de forma que las administraciones, como el Ayuntamiento de Elche, comienzan a aprovecharse de esta oportunidad. La posibilidad que ofrece la red social Facebook de hacer retransmisiones en directo es una ventana propia abierta desde el consistorio ilicitano para trasladar sus actividades a toda la ciudadanía, y no sólo de Elche, sino a todos los seguidores que tiene la página, estén donde estén geográficamente. Este trabajo servirá para entender que hay una nueva forma de comunicar, que está al alcance de todo el mundo, y hay que aprovecharse de ello para trasladar la comunicación corporativa e institucional.

De las conclusiones de este trabajo podrán beneficiarse no sólo el Ayuntamiento ilicitano, sino otras administraciones, pero también empresas, asociaciones, colectivos... que pueden tomar la decisión de hacer sus propias retransmisiones a través de Facebook Live profesional para que sus actividades lleguen a más gente. Hay que tener en cuenta que organizar cualquier acto, por pequeño que sea, supone un gran esfuerzo para un determinado colectivo de personas que están al frente de cualquier organismo o institución. Se debe sumar el coste del local, el sonido, las luces, la decoración, el aperitivo... para un acto en concreto que se celebra y, dependiendo del aforo de la sala, puede asistir un determinado número de personas. Pero haciendo una retransmisión por Facebook Live la repercusión es mucho mayor y, en principio, sin que suponga un gran coste económico añadido. Este TFM intentará poner de manifiesto el hecho de que haciendo una comunicación propia las actividades organizadas por instituciones, empresas o particulares tendrán un mayor alcance, ya que hoy en día hay muchas que no tienen cabida en los medios tradicionales, por lo que de no ser de esta manera no tendrían ningún tipo de repercusión.

Cuando analicemos los datos de los Facebook Live del Ayuntamiento de Elche y extraigamos conclusiones nos daremos cuenta de la importancia que tiene hoy en día hacer una comunicación propia y personalizada.

La comunicación está cambiando, de forma que “gracias a internet y a los dispositivos móviles ha surgido un nuevo entorno comunicativo, la autocomunicación de masas, que ha modificado profundamente las relaciones de poder” (Castells, 2009). Con esta nueva forma de comunicar nos aseguramos de trasladar a la ciudadanía lo que el Ayuntamiento quiere y de la forma que desea. Esta manera diferente de comunicar va a ir tomando, de ahora en adelante, mucha importancia y no sólo a nivel de administraciones, sino de otro tipo de entidades, colectivos o empresas.

El resultado de este trabajo entendemos que servirá para apoyar la idea, que cada vez va tomando más relevancia, de que se debe apostar por una comunicación de tú a tú, protagonizada por el propio generador de los contenidos y dirigida a su público concreto.

## OBJETIVOS

Con la realización de este Trabajo de Fin de Máster buscamos ver cómo ha evolucionado la forma de comunicación corporativa e institucional del Ayuntamiento de Elche y el uso actual que se hace de las redes sociales y, en particular, de las retransmisiones en Facebook Live que realiza el consistorio ilicitano desde octubre de 2017 en la difusión de eventos y actividades que ellos mismos organizan.

Para ello, realizaremos entrevistas para conocer las explicaciones de los responsables de prensa y comunicación de las últimas tres décadas.

El contacto con los responsables de prensa y comunicación nos ayudará a establecer, de primera mano, el trabajo que se realizaba antes de la existencia de las redes sociales y en la actualidad, cuando están más que implantadas y cada vez con más servicios y prestaciones.

Entenderemos también el fenómeno que suponen determinadas retransmisiones, que llegan a los miles de alcances en la página del consistorio en la red social.

Analizando los Facebook Live profesionales podremos determinar el alcance que ha tenido cada uno de los directos, así como las veces que se ha hecho una reproducción, la interacción que ha habido por parte de los seguidores con Me Gusta, Me Encanta..., además del número de veces que se ha compartido y los comentarios que se han generado.

De igual modo también se hará una comparación sobre la repercusión que han tenido determinados eventos que han sido retransmitidos a la vez por la página de Facebook del Ayuntamiento y las páginas de las dos televisiones locales que existen en Elche en 2018 (TeleElx y Elche Televisión) con el objetivo de establecer qué seguimiento tiene cada una de ellas.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Estos datos, junto con los anteriores mencionados de carácter cualitativo, los encontraremos en el Análisis de Resultados y en los Apéndices correspondientes.

## PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS

Planteamos una serie de preguntas que resolveremos a lo largo de las siguientes páginas del trabajo:

- ¿Cómo ha cambiado la comunicación corporativa en el Ayuntamiento de Elche con la llegada de las redes sociales y Facebook Live?
- ¿Qué repercusión tienen las retransmisiones de Facebook Live profesional que realiza el Ayuntamiento de Elche?
- ¿Qué tipo de actividades retransmitidas tienen más éxito entre el público?

La hipótesis de este trabajo la fundamentamos en el valor que tienen las redes sociales y, en particular, Facebook Live en lo que se refiere a la comunicación institucional que realiza el Ayuntamiento de Elche por encima de otras formas y medios de difusión, especialmente centradas en retransmisiones relacionadas con los actos de fiestas y tradiciones de la ciudad.

## MARCO TEÓRICO

El trabajo que se realiza en cualquier administración pública debe ser comunicado a la sociedad a la que sirve, ya que, como apuntaba Campillo (2010), la comunicación de las administraciones locales hacia los ciudadanos es importante.

La prensa escrita, la radio y la televisión han sido los medios a través de los que se han informado muchas generaciones, pero con la aparición de las nuevas tecnologías la forma de comunicar ha cambiado. Ya hubo un gran avance cuando a los medios tradicionales se sumó la difusión en internet y la web 2.0., tal y como apuntaba Castells (2008), y según han ido pasando los años el nuevo espacio comunicativo ha modificado también el proceso de comunicación (García Orosa, 2009). Internet ha sido el causante de la democratización de la información en el mundo y, el aumento de las redes sociales, que explotó en 2007, ha cambiado la forma de comunicarnos (Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra, 2012).

La posibilidad que existe hoy en día de tener acceso a la información desde internet y desde la telefonía móvil está modificando la manera de comunicar por parte de las administraciones, que se dan cuenta de que la red es la forma de llegar de una manera más rápida y directa a la ciudadanía. Debemos ser conscientes de que lo digital ha roto el marco tradicional, tal y como indicaban Mesa Medina y Carmona (2018) y que la comunicación ha experimentado unos cambios rápidos y drásticos (Sánchez Herrera y Pintado Blanco, 2012). Cristina Aced (2013) indica que “internet y las redes sociales han permitido innovar también en la organización y difusión de las ruedas de prensa. Cada vez es más habitual la retransmisión de ruedas de prensa por *streaming* a través de internet, de forma que cualquier internauta pueda seguirla esté donde esté, incluso aunque no sea periodista”. Así, ya no es necesario esperar a la hora de un informativo de radio o televisión para conocer una noticia, sino que el propio emisor o generador de ese contenido lo difunde en tiempo real sin necesidad de intermediarios. Lo que está claro, desde hace ya mucho tiempo, es que las redes sociales no son una moda juvenil o algo pasajero, tal y como apuntaba Porras García (2009). Los datos lo atestiguan: “Un 85% de los internautas

utilizan redes sociales, lo que representa más de 25,5 millones de usuarios en nuestro país”, según los datos recogidos en el Estudio de Redes Sociales de IAB Spain (2018). En el mismo estudio se indica que Facebook (87%), WhatsApp (87%), YouTube (69%) e Instagram (49%) son las redes con más usuarios. El auge de los vídeos en directo, como el caso de Facebook Live, está abocando a replantear la forma de comunicar. La propia red social Facebook anunciaba en 2015 que se potenciaban las herramientas de vídeo (Facebook, 2015). Esta posibilidad existe desde abril de 2016 y en tan sólo dos años se han hecho 3,5 millones de transmisiones en vivo y las han visto dos mil millones de personas en todo el mundo (Mundo Contact, 2018). En la propia literatura estudiada en este Máster encontramos referencias a Facebook Live, como en un libro de la asignatura Comunicación Digital y Reputación Online (Grau Güell, 2016) en el que ya se avanza que se pueden retransmitir “vídeos sin limitación de tiempo”, lo que será muy positivo para quien utilice esta herramienta, ya que no tendrá que estar pendiente de los minutos que retransmite, como ocurre en otras redes sociales, en las que sí hay un tope máximo de tiempo para los vídeos. De hecho, actualmente, hay quienes recomiendan hacer directos de larga duración (TreceBits, 2018).

En el caso de estudio de este TFM, el Ayuntamiento de Elche realiza algunas retransmisiones con personal propio, pero la inmensa mayoría de los Facebook Live profesionales que hacen es contratando a una empresa externa para cada servicio. De todas formas, se está trabajando para redactar un pliego de condiciones y hacer un concurso público para adjudicar el servicio a varios años vista, de forma que quedará ya institucionalizado este trabajo, lo que demuestra la importancia que ha adquirido. Para el Ayuntamiento sería una forma de dar una continuidad profesional a la labor que se realiza con una empresa externa y con contrataciones puntuales cuando se necesita un servicio. Podría darse el caso de que se creen en las administraciones departamentos con personal propio, lo que ahorraría mucho en costes. Un ejemplo político: el día de la victoria de Donald Trump en las elecciones de Estados Unidos en 2016 se hizo una transmisión de una hora sin gastar un dólar y con una audiencia de 12 millones de espectadores en todo el mundo (Beers & Politics, 2017).

Como indica Amalia López Acera (2018): “las administraciones públicas necesitamos de las redes sociales”, añadiendo que si no hay dinero para publicidad y los ciudadanos están en las redes es ahí donde deben estar las administraciones. El gasto en publicidad que, hasta no hace mucho tiempo, hacían las administraciones en los medios de comunicación tradicionales puede reducirse de manera sustancial al hacer ahora las comunicaciones a través de sus propios canales, a lo que habría que añadir la deficiente efectividad de esta publicidad, tal y como ha analizado Cortés González (2011).



## METODOLOGÍA

Para la realización de este TFM planteamos la necesidad de trabajar desde una perspectiva cuantitativa a partir de la observación y el análisis de los datos de las retransmisiones de Facebook Live profesional que ha hecho el Ayuntamiento de Elche (APÉNDICE 6).

También trabajamos de forma cualitativa, realizando entrevistas a las personas que han estado y están al frente de los departamentos de comunicación y prensa del Ayuntamiento de Elche desde los años 90 hasta la actualidad (APÉNDICE 1 y 2).

Queremos analizar las diferencias en el trabajo comunicativo que se realizaba en la etapa en la que no existían las redes sociales y en la actualidad, cuando están ya más que implantadas y se dan pasos más allá con la utilización de Facebook Live para comunicar diferentes aspectos de la actualidad informativa municipal y de actividades organizadas por el consistorio.

Analizando los Facebook Live profesionales podremos determinar el alcance que ha tenido cada uno de los directos.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Analizamos, por un lado, las respuestas que nos han ofrecido los responsables de prensa y comunicación del Ayuntamiento de Elche (APÉNDICE 2) para conocer la evolución del tratamiento de la comunicación corporativa e institucional a través de los medios que se disponían a principios de los años 90 hasta llegar a la actualidad. También valoramos la cifra de seguidores de la página de Facebook del consistorio, su evolución y la repercusión que tienen las retransmisiones que se hacen de Facebook Live.

Los profesionales que han trabajado en los gabinetes municipales destacan que la forma de relacionarse con los medios de comunicación tradicionales eran los comunicados, las notas y las ruedas de prensa. Era así hasta la legislatura que comenzó en 2011, cuando ya se destaca el uso de las redes sociales para comunicar de una forma directa. Durante los años anteriores también se comenzó a utilizar la web municipal para dar difusión a las noticias generadas por el propio Ayuntamiento. Incluso en la legislatura 2007-2011 existía una publicación en papel. Algunos de los responsables indican que también existía una emisora, Ràdio Jove, pero que, a pesar de pertenecer al Ayuntamiento, no se utilizaba para dar difusión a las actividades o noticias que se generaban, sino que servía para que hicieran programas asociaciones juveniles.

Lo habitual para comunicar era y es tratar con medios y periodistas locales, salvo en ocasiones en las que se produce una noticia de relevancia a nivel autonómico o nacional, y era y es entonces cuando la presencia de medios aumenta para dar cobertura. Dependiendo de la legislatura el número de periodistas que acuden habitualmente a las ruedas de prensa varía entre los 6 y los 10, siendo la cifra más elevada cuando más atrás nos vamos en el tiempo. Con el paso de los años, al igual que ha ocurrido en otros ámbitos, las nuevas tecnologías han ido introduciéndose en la comunicación del Ayuntamiento de Elche, pasando por la web hasta llegar a las redes sociales y, en particular, a Facebook Live.

Todos, aunque no hayan utilizado las redes o las retransmisiones en directo, señalan que hubiera sido de gran ayuda para comunicar la actualidad municipal. Así, Iván Aranda (que estuvo entre los años 1993 a 2007) señala

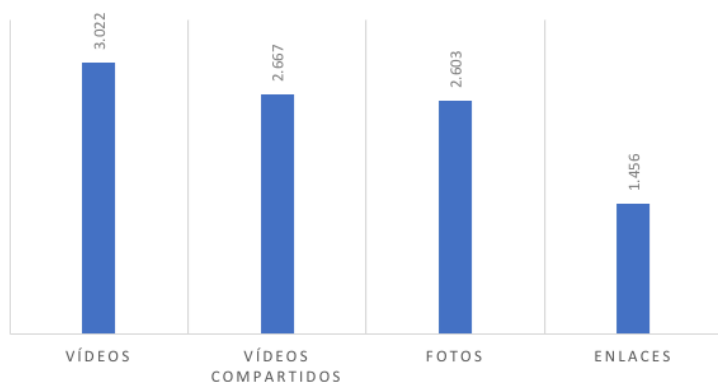
que hubiera servido “fundamentalmente para poder hacer llegar mucho mejor la comunicación municipal a los ciudadanos”. Paco Escudero (que estuvo al frente del gabinete de prensa de 2006 a 2008) afirma que “habría supuesto un cambio radical, que es exactamente lo que está ocurriendo desde hace algún tiempo: una auténtica revolución en la manera de comunicar”. María José López (que estuvo en el gabinete de prensa de 2008 a 2011) destaca que hubiera supuesto una “mayor proyección informativa”. Pere García (que estuvo en el gabinete de comunicación entre 2007 y 2011) indica que hubiera supuesto “una herramienta necesaria para llegar a un sector de población, menor de 30 años, al que en 2007 era muy complicado acceder por los medios convencionales, aparte de abaratar costes de campañas”. Amelia Pomares (que estuvo en el gabinete de prensa en la legislatura 2011 a 2015) recuerda lo que “costaba transmitir los plenos en directo en la página web. Con Facebook Live podríamos haberlo hecho directamente desde las redes sociales, además de ruedas de prensa y otros eventos interesantes para los ciudadanos. Habría sido una herramienta muy útil”. Manuel Matarredona (que compatibilizó prensa y comunicación en la legislatura 2011 a 2015) resalta que “tener Facebook Live habría sido una buena oportunidad para mejorar la comunicación, parece prehistoria, pero hace solo seis años subir videos a Facebook tenía bastantes trabas técnicas. Hoy en día, la imagen en directo desde las redes sociales es una herramienta muy útil”. Isabel Selva (que estuvo al frente del gabinete de prensa entre 2015 y 2016) afirma que “hubiera sido muy útil y necesario”. Jorge Villar (que se encarga del gabinete de comunicación desde 2015 hasta la actualidad) señala que “los medios tradicionales todavía llegan a una gran masa de gente” pero “hay otra gente totalmente *online* que prácticamente vive dentro de las redes”. Villar añade que utilizar las redes sociales supone comunicar “de forma más cercana” y resalta que “cada día la información a través de redes sociales se utilizará más permitiendo lanzar la información sin filtros, dedicándole la extensión que requerimos y además permite ser todo lo rápidos que requiramos dependiendo de la situación”. Y concluye que “se está trabajando para hacer un concurso y adjudicar el servicio de los Live”. Baldo Rodríguez (que está al frente del gabinete de prensa desde 2016) señala que están “incorporando el vídeo” al trabajo diario y que, aunque se sigue trabajando como se ha hecho tradicionalmente, tienen “la mirada puesta en las

redes sociales y en los diarios digitales, cuya influencia crecerá de forma exponencial”. Añade que “es evidente el peso creciente del mundo digital que cuenta con numerosas ventajas, como la facilidad de acceso y la posibilidad de medir los impactos”. Para Rodríguez Facebook Live “ofrece grandes posibilidades para la comunicación” y concluye destacando “la facilidad de transmisión con medios sencillos, la posibilidad de llegar a un público muy amplio y la segmentación”. Advertimos que todos los responsables de prensa y comunicación que no lo tuvieron, hubieran deseado poder contar con las nuevas tecnologías y con Facebook Live para su trabajo de difusión de la comunicación corporativa del Ayuntamiento. Y los que sí han podido trabajar con Facebook Live entienden que es una manera muy buena para llegar directamente a la ciudadanía.

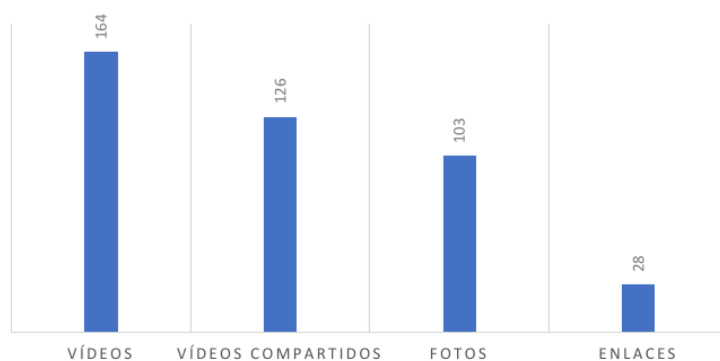
En lo que refiere a datos de carácter cuantitativo, la página de Facebook del Ayuntamiento de Elche (<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/>) se creó el 4 de agosto de 2011, con el recién estrenado gobierno del PP (APÉNDICE 3) y a fecha de 26 de noviembre de 2018 tenía un total de 18.179 Me Gusta (APÉNDICE 4).

Con la comprobación de la estadística de la propia página observamos que las publicaciones de vídeos propios tienen un mayor alcance (3.022) que los vídeos compartidos (2.667), las fotos (2.603) o los enlaces (1.456). En el caso de los clics en las publicaciones también tienen los mejores datos los vídeos de creación propia (164) frente a los vídeos compartidos de terceros (126), las fotos (103) y los enlaces (28). Por último, en cuanto a las reacciones, comentarios y veces compartidas también están en primer lugar los vídeos de creación propia (71), después los vídeos compartidos (19), las fotos (14) y los enlaces (4). Son datos recogidos el 10 de diciembre de 2018 (APÉNDICE 5).

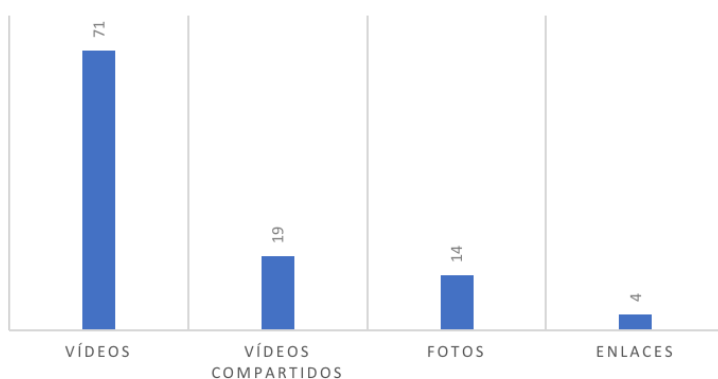
### ALCANCE DE PUBLICACIONES



### CLICS EN PUBLICACIONES



### REACCIONES



Otros datos interesantes son los aportados por la concejala de Comunicación del Ayuntamiento de Elche, Esther Díez, en rueda de prensa el 13 de noviembre de 2018: “el Ayuntamiento incrementa un 17 por ciento los seguidores en Facebook y un 10 por ciento los de Twitter” entre los años 2017 y 2018. En la comparecencia pública que hizo para presentar los datos añadió que “las redes sociales son una buena vía para mejorar las relaciones entre la

ciudadanía y el Ayuntamiento” y que “las redes sociales municipales deben actuar como plataforma de información pública”.<sup>2</sup>

Haciendo un recuento de los Facebook Live profesionales que se han realizado entre el 9 de octubre de 2017 (el primero que se hizo) y el 6 de noviembre de 2018 se contabilizan un total de 207 retransmisiones.

El número total de alcances llega a 1.127.162 (con un promedio de 5.445), con 354.814 reproducciones (una media de 1.714), 5.699 Me Gusta (con un promedio de 27), 4.184 compartidos (20 de promedio) y 2.036 comentarios (9,8 de media). Los datos se pueden consultar en el APÉNDICE 6.



En la gráfica aparecen los datos de Facebook Live profesionales realizados en la página del Ayuntamiento de Elche, con la particularidad de que en agosto también se incluyen los que se hicieron en la página de Visitelche, que es el organismo autónomo dependiente del consistorio dedicado al turismo y donde se realizaron buena parte de las retransmisiones de actos de fiestas, por lo que hemos considerado oportuno incluir las cifras en este gráfico.

<sup>2</sup> <http://www.elche.es/2018/11/el-ayuntamiento-incrementa-un-17-por-ciento-los-seguidores-en-facebook-y-un-10-por-ciento-los-de-twitter/>

	FECHA	REPRODUCCIONES
PREVIO ACTO HALLAZGO DAMA DE ELCHE	3-ago	1.894
ENTRADA MORA-PRIMERA PARTE	8-ago	3.500
ENTRADA MORA-SEGUNDA PARTE	8-ago	3.500
PREPARACIÓN MISTERI	9-ago	1.600
EMBAJADA MORA	9-ago	2.800
EMBAJADA CRISTIANA	9-ago	2.000
ENTRADA CRISTIANA-PRIMERA PARTE	10-ago	2.100
ENTRADA CRISTIANA-SEGUNDA PARTE	10-ago	1.000
XE QUE AGUST-MECHA SHOW YOU	23-ago	964
XE QUE AGUST-BAMBALINA Y EL CIRCO	24-ago	1.600
XE QUE AGUST-SALSA EN LA CALLE (1)	25-ago	1.200
XE QUE AGUST-SALSA EN LA CALLE (2)	25-ago	1.700
XE QUE AGUST-KILOMBO KIDS	30-ago	3.100

En la gráfica también observamos que las comunicaciones durante los dos primeros meses en los que se hicieron retransmisiones (octubre y noviembre de 2017) las cifras fueron bajas, pero cuando llegó diciembre se consiguió el mayor pico de todo el periodo analizado, con un total de 33 retransmisiones. La comunicación municipal se intensificó en ese mes debido a que hubo mucha actividad relacionada con las fechas navideñas (inauguración de la iluminación de Navidad, del Belén Municipal, pregón de Navidad, Cabalgata de Papá Noel, además de muchas acciones en mercados municipales y zonas comerciales). En enero, febrero y marzo de 2018 la cifra fue inferior, pero la gráfica volvió a subir en el mes de abril, con 26 retransmisiones, debido a un acto de fiestas (la presentación de las candidatas a Reinas y Damas, con un gran seguimiento), además de otras actividades, como un concurso de cocina para personas mayores o un festival de música. La comunicación durante ese mes fue importante gracias a las actividades que el Ayuntamiento decidió retransmitir. En mayo hubo un total de 28 retransmisiones, un número también elevado, gracias a la segunda parte del festival de música que ya se hizo el mes anterior y a la programación de Elx Participa (actuaciones musicales, teatrales... en diferentes barrios). En junio la cifra también fue destacable, con 29 retransmisiones. En este mes se hicieron actividades de fiestas (elección de las Reinas y Damas, *Cremà* de las Hogueras de San Juan), continuó la programación de Elx Participa y se hizo

Elx al Carrer (actuaciones culturales en plazas públicas) o Elx Tendències (feria del comercio). También hubo actividades deportivas, como la Gala del Deporte o el Campeonato Nacional de Waterpolo Infantil.

En julio el número de retransmisiones bajó de forma considerable, pero volvió a subir en agosto hasta alcanzar las 21. En este caso, como se ha apuntado, se contabilizan las que se hicieron directamente a través de la página de Facebook del Ayuntamiento y las de la página de Visitelche, ya que buena parte de las conexiones de fiestas se realizaron en esta última. En el caso del consistorio destacaron el pregón, actuaciones en la Barraca Municipal o espectáculos pirotécnicos. En la página de Visitelche actos con motivo del aniversario del hallazgo de la Dama de Elche, representaciones de Moros y Cristianos, Misteri d'Elx y actividades de Xe Que Agust (actuaciones musicales, teatrales y otro tipo en barrios y pedanías).

En septiembre la cifra volvió a bajar, pero se recuperó en octubre, con un total de 22. En este mes destacó el acto institucional del 9 de Octubre (fiesta autonómica), la Fireta del Camp d'Elx (feria agrícola), Festival de Jotas del Día de Aragón, Mercado Medieval o actividades musicales organizadas con motivo del Día de la Erradicación de la Pobreza. Con los datos en la mano se observa que la comunicación de actividades sociales, de fiestas y de entretenimiento en general tienen un gran seguimiento.

La retransmisión que ha tenido una mayor repercusión fue el pregón de fiestas, el 7 de agosto de 2018, con 27.317 personas alcanzadas y 9.548 reproducciones.

El encendido de la iluminación de Navidad, el 5 de diciembre de 2017, consiguió 24.933 alcances y 5.939 reproducciones.

La Cabalgata de Papá Noel, el 16 de diciembre de 2017, tuvo 20.662 alcances y 8.094 reproducciones.

En orden de importancia le sigue el acto de Elección de las Reinas y Damas de las Fiestas de Elche, el 2 de junio de 2018, con 18.774 alcances y 7.089 reproducciones.

Durante la Cabalgata de los Reyes Magos, el 5 de enero de 2018, se hicieron varias conexiones. La primera llegó a los 15.328 alcances y 4.458 reproducciones.



Destaca también la inauguración del Mercado Medieval, el 25 de octubre de 2018, con 14.787 alcances y 5.404 reproducciones.

Es destacable además el acto de presentación de las Reinas y Damas de las fiestas, el 21 de abril de 2018, con 14.412 alcances y 6.879 reproducciones.

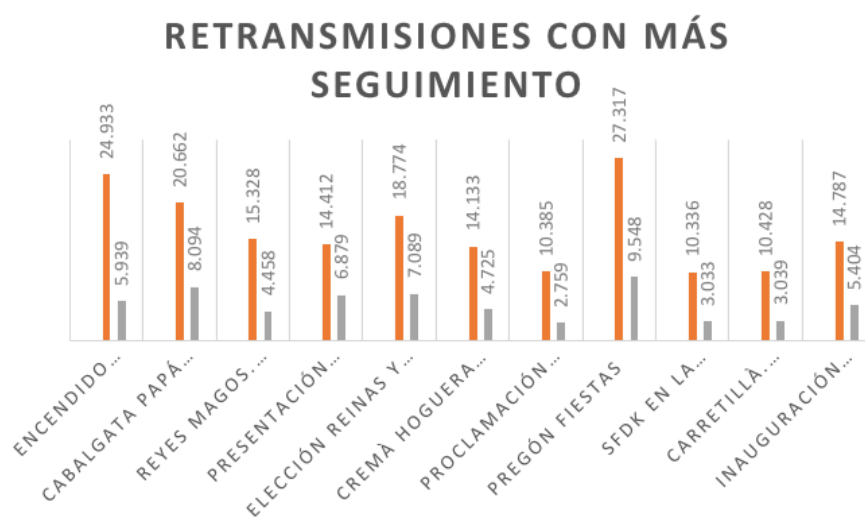
La *Cremà* de la Hoguera de San Juan, el 24 de junio de 2018, tuvo 14.133 alcances y 4.725 reproducciones.

Estos ejemplos citados son los que han obtenido un mayor número de alcances y reproducciones, aunque también hay otras retransmisiones con miles de personas alcanzadas.

Todos los datos se pueden consultar en el APÉNDICE 6.

RETRANSMISIONES CON MÁS SEGUIMIENTO	FECHA	ALCANCES	REPRODUCCIONES	ME GUSTA	COMPARTIDO	COMENTARIOS
ENCENDIDO ILUMINACIÓN NAVIDAD	5/12/17	24.933	5.939	170	89	53
CABALGATA PAPÁ NOEL	16/12/17	20.662	8.094	183	87	45
REYES MAGOS. CABALGATA. PRIMERA PARTE	5/1/18	15.328	4.458	116	47	23
PRESENTACIÓN REINAS Y DAMAS FIESTAS	21/4/18	14.412	6.879	112	94	64
ELECCIÓN REINAS Y DAMAS DE LAS FIESTAS	2/6/18	18.774	7.089	62	64	39
CREMÀ HOGUERA DE SAN JUAN	24/6/18	14.133	4.725	142	61	126
PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS. ACTO	30/6/18	10.385	2.759	46	41	22
PREGÓN FIESTAS	7/8/18	27.317	9.548	276	130	196
SFDK EN LA BARRACA MUNICIPAL	11/8/18	10.336	3.033	50	36	29
CARRETILLA. ESPECTÁCULO PIROTÉCNICO	14/8/18	10.428	3.039	75	38	28
INAUGURACIÓN MERCADO MEDIEVAL	25/10/18	14.787	5.404	99	89	45

Datos a fecha 6 de noviembre de 2018



Número de alcances y reproducciones

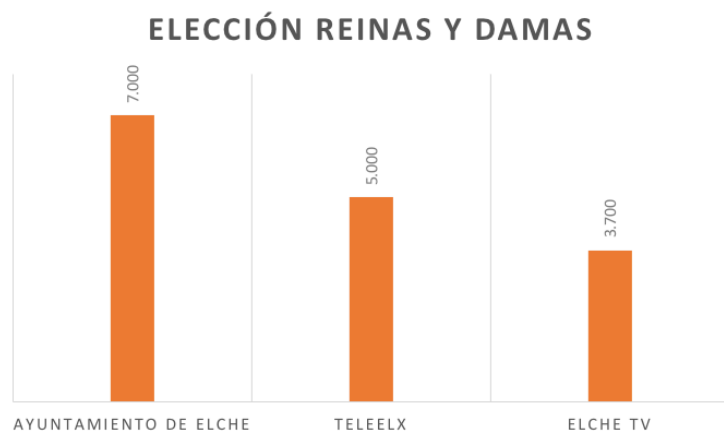
La inmensa mayoría de las comunicaciones de Facebook Live profesional se hacen tan sólo por parte del Ayuntamiento, ofreciendo un servicio que no

prestan las dos televisiones locales de la ciudad, de forma que esta manera de comunicar desde el consistorio se ha convertido en un referente en Elche a la hora de dar a conocer actividades. Sí que ha habido eventos que, aparte del Ayuntamiento, se han retransmitido a través de las páginas de Facebook de las televisiones, pero con un mayor seguimiento para la página municipal.

Un ejemplo es la retransmisión de la Elección de las Reinas y Damas de las Fiestas de Elche el 2 de junio de 2018. Los datos son los siguientes:

- Página de Facebook del Ayuntamiento de Elche: 18.774 personas alcanzadas, 7.000 reproducciones, 62 Me Gusta y 64 veces compartido.
- Página de Facebook de TeleElx: 5.000 reproducciones, 71 Me Gusta y 25 veces compartido.
- Página de Facebook de Elche TV: 3.700 reproducciones, 41 Me Gusta y 23 veces compartido (APÉNDICE 7).

Observamos que las cifras de reproducciones de la página de Facebook del Ayuntamiento están muy por encima de las que ofrecen las televisiones.



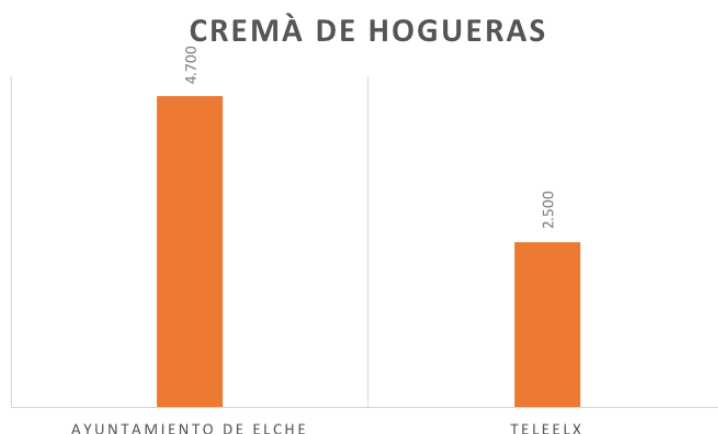
Número de reproducciones

Otro ejemplo lo encontramos el 24 de junio de 2018, cuando el Ayuntamiento y TeleElx hicieron la retransmisión de la *Cremà* de las Hogueras de San Juan con los siguientes datos:

- Página de Facebook del Ayuntamiento de Elche: 14.133 personas alcanzadas, 4.700 reproducciones, 142 Me Gusta y 61 veces compartido.

- Página de Facebook de TeleElx: 2.500 reproducciones, 55 Me Gusta y 23 compartidos (APÉNDICE 8).

En este caso las reproducciones de la página de Facebook del Ayuntamiento casi duplican a las de TeleElx.



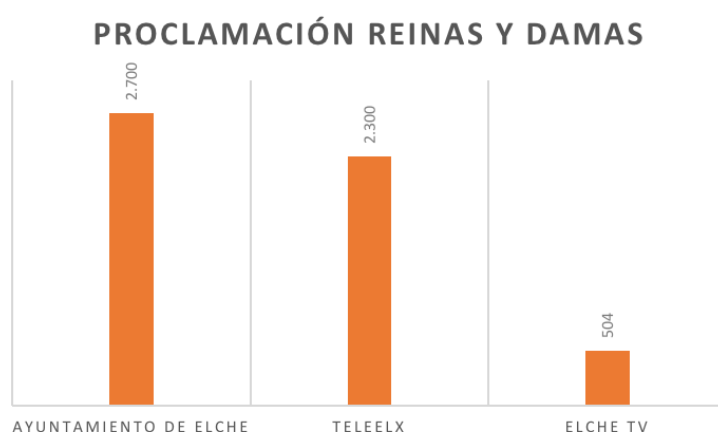
Número de reproducciones

Algo parecido a los ejemplos anteriores ocurre el 30 de junio de 2018 con el acto de Proclamación de las Reinas y Damas de las Fiestas de Elche, con estos resultados:

- Página de Facebook del Ayuntamiento de Elche: 10.385 personas alcanzadas, 2.700 reproducciones, 46 Me Gusta y 41 veces compartido.

- Página de Facebook de TeleElx: 2.300 reproducciones, 44 Me Gusta y 19 veces compartido.

- Página de Facebook de Elche TV: 504 reproducciones, 17 Me Gusta y 7 veces compartido (APÉNDICE 9).

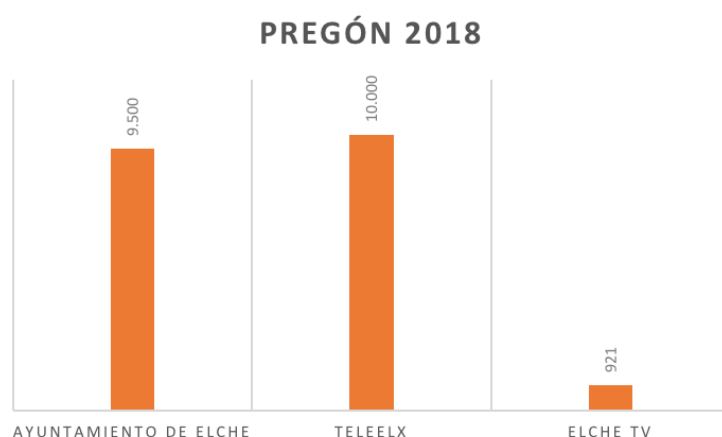


Número de reproducciones

En otro caso, como el Pregón de las Fiestas de Elche, el 7 de agosto de 2018, los resultados fueron los siguientes:

- Página de Facebook del Ayuntamiento de Elche: 9.500 reproducciones, 276 Me Gusta y 130 veces compartido.
- Página de Facebook de TeleElx: 10.000 reproducciones, 291 Me Gusta y 146 veces compartido.
- Página de Facebook de Elche TV: 921 reproducciones, 32 Me Gusta y 13 veces compartido.

De todos los casos analizados, éste es el único en que las reproducciones de la página de Facebook de una de las dos televisiones, TeleElx, sí que son superiores a las del Ayuntamiento, pero por muy poca diferencia (APÉNDICE 10).



Número de reproducciones

RETRANSMISIÓN	FECHA	REPRODUCCIONES	ME GUSTA	COMPARTIDO
<b>ELECCIÓN REINAS Y DAMAS DE ELCHE</b>		<b>2/6/18</b>		
AYUNTAMIENTO DE ELCHE		7.000	62	64
TELEELX		5.000	71	25
ELCHE TV		3.700	41	23
<b>CREMÀ DE HOGUERAS</b>		<b>24/6/18</b>		
AYUNTAMIENTO DE ELCHE		4.700	142	61
TELEELX		2.500	55	23
<b>PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS 2018</b>		<b>30/6/18</b>		
AYUNTAMIENTO DE ELCHE		2.700	46	41
TELEELX		2.300	44	19
ELCHE TV		504	17	7
<b>PREGÓN 2018</b>		<b>7/8/18</b>		
AYUNTAMIENTO DE ELCHE		9.500	276	130
TELEELX		10.000	291	146
ELCHE TV		921	32	13

Datos a fecha 6 de noviembre de 2018

Hay otros datos también destacados, como el hecho de que una retransmisión en vivo que hizo el Ayuntamiento de Elche el 20 de junio en su página de Facebook fue compartida por el Diario Información en su web y en sus redes <sup>3</sup>. De esta manera, el consistorio se convierte en generador de contenido para los medios de comunicación tradicionales. (APÉNDICE 11).

Recientemente ocurrió un caso similar. No se trata de un Facebook Live, pero el alcalde de Elche, Carlos González, hizo el 17 de noviembre de 2018 un vídeo para apoyar la candidatura de la Palmera Imperial ilicitana para ser Mejor Árbol Europeo. El vídeo, que se subió a la página de Facebook del Ayuntamiento, fue compartido por varios medios de comunicación, como TeleElx, Esdiario, Alicante Plaza, Aquí en Elche o Radio Elche Cadena SER (APÉNDICE 12).

---

<sup>3</sup> <https://www.diarioinformacion.com/elche/2018/06/20/jefe-consell-alcalde-abordan-hoy/2034416.html>

## CONCLUSIONES

Con el trabajo realizado y las entrevistas a los responsables de prensa y comunicación del Ayuntamiento de Elche desde la década de los 90 hasta la actualidad concluimos que ha habido una gran evolución en la forma de trabajar y comunicar desde el consistorio hacia el exterior. Se han mejorado los medios con los que cuenta el Ayuntamiento, la reducción de periodistas que acuden con el paso de los años a las ruedas de prensa se supe con el envío de notas de prensa, cortes de voz e incluso imágenes a los medios de comunicación. Pero este trabajo también se ve reforzado por la comunicación, sobre todo de eventos y acontecimientos organizados por el consistorio, que se retransmiten en Facebook Live a través de la página del Ayuntamiento en esta red social. Tal y como han indicado todas las personas que han estado al frente de prensa o comunicación haber dispuesto de esta tecnología (para quienes no la tuvieron) hubiera sido de gran ayuda para la difusión de la comunicación del consistorio.

Podemos afirmar que, desde que es posible la utilización de Facebook Live, ha sido positivo para el Ayuntamiento de Elche hacer uso de esta herramienta que ofrece la red, ya que posibilita realizar una comunicación directa desde la institución de la forma, en el momento y con el contenido deseado, sin pasar por el filtro que suponen los medios de comunicación tradicionales. Añadimos que, el hecho de que el consistorio esté trabajando para hacer un concurso para adjudicar el trabajo que se hace con los directos, abre un camino por el que se va a seguir transitando y cada vez de una manera más destacada. El hecho de hacer las retransmisiones directamente por parte del Ayuntamiento puede suponer, además, un ahorro en cuanto al dinero destinado a publicidad, ya que las personas que quieran conocer qué hace la institución saben a qué canal dirigirse para estar informados, para ver los directos cuando se producen o en diferido.

Tal y como se puede observar en el APÉNDICE 6, las más de doscientas conexiones en directo que se han hecho durante el periodo de análisis han conseguido tener más de un millón de alcances, lo que supone una cifra muy

destacada, por lo que muchas personas han podido conocer directamente, sin restricciones de tiempo y en el lugar donde se encontraran en ese momento, actividades organizadas y difundidas por el Ayuntamiento.

Analizando el número de retransmisiones advertimos que los meses en los que ha habido actividades de fiestas, culturales o deportivas ha subido de forma considerable el seguimiento (diciembre de 2017 y los meses de abril, mayo, junio, agosto y octubre de 2018).

En este sentido, hay que añadir que son actividades en las que participa mucha gente y que, de por sí, tienen mucho tirón y hay muchas personas que lo ven en directo, pero como las retransmisiones se quedan de forma permanente en la página de Facebook del Ayuntamiento existe la posibilidad de verlo en diferido, es decir, en días posteriores a la emisión en directo, lo que también provoca que siga aumentando el número de visualizaciones.

Hay otros actos que si no fuera por la comunicación y la retransmisión que se hace desde el Ayuntamiento no tendrían ninguna o casi ninguna repercusión. Se podrían citar los casos de la feria de comercio Elx Tendències (con la emisión de directos desde los stands que se montan y en los que se hacen entrevistas a los responsables de los comercios apoyando su actividad), la programación de cultura y ocio Elx Participa (con la retransmisión de las actuaciones de teatro, música u otras actividades, incluso con entrevistas a los artistas), campañas de mercados y comercios (coincidiendo con Navidad u otras épocas del año, de forma que el propio Ayuntamiento da un impulso a este importante sector económico), retransmisiones deportivas (como el Campeonato de Marcha Nórdica o el Campeonato Nacional Infantil de Waterpolo, que son dos deportes minoritarios y a los que los medios tradicionales no les prestan atención)... Así, hay un largo etcétera de eventos y actividades programadas por el Ayuntamiento y que el propio consistorio está interesado en divulgar en directo en el momento en el que se están desarrollando (APÉNDICE 6).

Contabilizando los datos de las diferentes páginas también observamos que cuando un acto se retransmite por la página de Facebook del Ayuntamiento y por las páginas de las dos televisiones locales que hay en Elche, tiene un mayor seguimiento el Facebook Live profesional realizado por el consistorio. En los APÉNDICES 7, 8, 9 y 10 se puede comprobar con los datos reales de las diferentes páginas de Facebook durante la retransmisión de la Elección de las Reinas y Damas de las Fiestas, el 2 de junio de 2018; la *Cremà* de la Hoguera de San Juan, el 24 de junio de 2018; la Proclamación de las Reinas y Damas de las Fiestas, el 30 de junio de 2018; o el Pregón de las Fiestas, el 7 de agosto de 2018. En el último caso, sí es cierto que los datos del Ayuntamiento están muy ligeramente por debajo a los de TeleElx, pero en el resto de casos los del consistorio son muy superiores en cuanto a reproducciones, Me Gusta y compartidos.

Otro aspecto positivo de las retransmisiones y de los vídeos que hace el Ayuntamiento para comunicar es el hecho de que los medios tradicionales se sirven, en algunas ocasiones de ellos. Hemos visto los casos de la conferencia en la que participaron el alcalde, Carlos González, y el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, el 20 de junio de 2018. El Ayuntamiento hizo un Facebook Live y lo compartió el diario Información (APÉNDICE 11). Y en el caso del vídeo del alcalde respaldando la campaña de la Palmera Imperial como Árbol Europeo fue reproducido también por varios medios de comunicación, como TeleElx, Esdiario, Alicante Plaza, Aquí en Elche o Radio Elche Cadena SER (APÉNDICE 12). Por tanto, la de los Facebook Live es una fórmula que debería seguir explotando el Ayuntamiento, ya que posiciona sus actividades en muy buen lugar y, en algunos casos, sirve de generador de contenido para los medios tradicionales.

Todas las retransmisiones de Facebook Live profesional que se hacen están acompañadas por la narración y entrevistas que realizan periodistas con larga experiencia en el sector, por lo que se está haciendo una especie de programa televisivo tradicional, pero en las redes sociales.



Todo esto responde a las diferentes preguntas de investigación que planteamos al inicio del TFM y confirma la hipótesis planteada de que las redes sociales, y en particular Facebook Live, aportan un gran valor a la comunicación corporativa, en este caso llevada a cabo por el Ayuntamiento de Elche. Y es que las redes sociales tienen una gran implantación en nuestro país y cada vez más la gente las utiliza para estar informada. Con un buen equipo de comunicación y una buena planificación de retransmisiones, el Ayuntamiento puede generar sus propios contenidos sin necesidad de pasar por los medios tradicionales para llegar a su público.

## LIMITACIONES, APORTACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Con el presente trabajo hemos pretendido hacer nuestra aportación con el análisis de la labor que está desarrollando el Ayuntamiento de Elche para dar a conocer muchas actividades que organizan y que llevan al gran público gracias a los Facebook Live profesionales. Con los datos que se aportan de las más de 200 retransmisiones que se han hecho entre octubre de 2017 y noviembre de 2018, los actuales y futuros responsables de comunicación y prensa del consistorio pueden analizar lo que ha ocurrido y plantear futuras acciones de trabajo. De igual modo, el resultado del estudio y las conclusiones de este TFM pueden servir a otros profesionales responsables de comunicación corporativa. La implicación directa del trabajo en el día a día de la comunicación municipal de Elche queda reflejada con los datos que se han aportado a lo largo del TFM. Hemos comprobado que las retransmisiones tienen un gran seguimiento, en cuanto a alcances y reproducciones, pero hemos echado en falta, por ejemplo, un mayor número de comentarios por parte de las personas que siguen los Facebook Live. Estimamos que en futuro trabajo se debería analizar si ha habido un cambio mejorando estos datos, lo que supondría que hay un mayor *feedback* por parte de los seguidores de la cuenta de Facebook.

El análisis lo hemos centrado en una red social, Facebook, pero de cara a nuevas investigaciones, aparte de profundizar más en ésta, también se podría abrir el abanico a otras, como Twitter o Instagram, o nuevas que puedan surgir en el futuro.

En el primero de los casos el Ayuntamiento ya tiene activa su cuenta (@ajuntamentelx) con 17.000 seguidores y se dedica principalmente a rebotar las notas de prensa que se generan y a anunciar actividades que se van a desarrollar.

En el caso de Instagram la cuenta se ha creado recientemente (ajuntamentelx) y no tiene ninguna relevancia a día de hoy. Consideramos que el Ayuntamiento debería explotar más estas dos redes sociales y en el caso de Instagram aprovechar que es una de las que más tirón tiene hoy en día entre los jóvenes (The Luxonomist, 2018).

Con las retransmisiones se puede llegar a un amplio público de personas, desde las más mayores a las más jóvenes. Y, teniendo en cuenta que los *Millennials* y la Generación Z son muy activos en redes sociales (Marketing Directo, 2018), la administración también tiene que estar de manera obligada. El hecho de que no se hayan realizado hasta el momento, que nosotros conozcamos, estudios sobre el impacto que están teniendo los Facebook Live a nivel de comunicación corporativa por parte de administraciones municipales resalta la importancia de fijarnos en este aspecto y que futuros trabajos profundicen en esta nueva forma de comunicar.

## BIBLIOGRAFÍA

Aced, Cristina. Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital, España: Editorial UOC, 2013.

Campillo Alhama, Concepción. "Comunicación pública y administración municipal: una propuesta de modelo estructural". Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias. Vol. 4, N. 1 (2010). ISSN 1887-8598, pp. 45-62.

Campillo Alhama, Concepción. La gestión estratégica de la información municipal. Análisis de temas, su tratamiento e irrupción en el Ayuntamiento de Elche (1995-2007), AdComunica, 2012.

Castells, Manuel. Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación. Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, ISSN 0213-084X, Nº 75, 2008, págs. 11-23.

Castells, Manuel. Comunicación y poder, Alianza Editorial, 2009.

Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Sifra (2012). Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas. Madrid.

Fernández López, Sergio. Cómo gestionar la comunicación: En organización públicas y no lucrativas, Madrid: Narcea, 2012.

García Orosa, Berta. Gabinetes de comunicación on line: claves para generar información corporativa en la red, Sevilla: Comunicación Social, 2009.

Grau Güell, Francesc. Redes sociales de uso empresarial. UOC. Material didáctico. FUOC, 2016.

Hill, Jeffrey (2005). *The Voice of the Blog: The Attitudes and Experiences of Small Business Bloggers Using Blogs as a Marketing and Communications Tool*. Unpublished master's thesis, University of Liverpool. Disponible en <http://jeffreyhill.typepad.com/voiceblog/files/MBADissertation.pdf>

Mesa Medina, Óscar y Carmona, Rafael. "Diseño y propuesta de un modelo de análisis para la gestión de la comunicación corporativa local". *Ámbitos*, 2018, v. 3, n. 42.

Porrás García, Manuel. *El impacto de las redes sociales. Tecnología y gestión*. 2009.

Sánchez Herrera, Joaquín y Pintado Blanco, Teresa. *Nuevas tendencias en comunicación*, Madrid: ESIC, 2012.

Vila Vinós, Joan. *Innovación en comunicación corporativa*. Material didáctico UOC.

## WEBGRAFÍA

Beers & Politics (2017). Facebook Live en comunicación política. Recuperado de <https://beersandpolitics.com/el-uso-del-video-en-directo-periscope-y-fb-live/> el 26 de noviembre de 2018.

Cortés González, Alfonso (2011). La publicidad institucional en España. Una década en perspectiva. Razón y Palabra (en línea) 2011, 16 (Febrero-Abril). Recuperado el 10 de diciembre de 2018 de <https://www.redalyc.org/html/1995/199518706053/>

Elche (2018). El Ayuntamiento de Elche incrementa un 17 por ciento los seguidores en Facebook y un 10 por ciento los de Twitter. Recuperado de <http://www.elche.es/2018/11/el-ayuntamiento-incrementa-un-17-por-ciento-los-seguidores-en-facebook-y-un-10-por-ciento-los-de-twitter/> el 26 de noviembre de 2018.

Facebook (2015). Facebook potencia sus herramientas de video para ayudar a tu marca a llegar mejor a tus clientes. Recuperado de <https://www.facebook.com/business/news/LA-Facebook-potencia-sus-herramientas-de-video-para-ayudar-a-tu-marca-a-llegar-mejor-a-tus-clientes> el 26 de noviembre de 2018

IAB Spain (2018). Estudio anual de redes sociales 2018. Recuperado de [https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018\\_vreducida.pdf](https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf) el 26 de noviembre de 2018.

Información (2018). El jefe del Consell y el alcalde abordan las claves de Elche como ciudad sostenible. Recuperado de <https://www.diarioinformacion.com/elche/2018/06/20/jefe-consell-alcalde-abordan-hoy/2034416.html> el 26 de noviembre de 2018.

Journalism (2018). Younger Europeans are less likely to turn to public news media but more likely to rely on social media and newspaper brands. Recuperado de <http://www.journalism.org/2018/10/30/younger-europeans-are-less-likely-to-turn-to-public-news-media-but-more-likely-to-rely-on-social-media-and-newspaper-brands/> el 10 de diciembre de 2018.

López Acera, Amalia (2018). Las administraciones públicas necesitan redes sociales. Recuperado de <https://amalialopezacera.com/las-administraciones-publicas-necesitan-redes-sociales/> el 26 de noviembre de 2018.

Marketing Directo (2018). La Generación Z es más activa en redes sociales que los millennials. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/la-generacion-z-mas-activa-redes-sociales-los-millennials> el 26 de noviembre de 2018.

Mundo Contact (2018). Facebook Live cumple 2 años 3,5 millones de transmisiones en vivo. Recuperado de <https://mundocontact.com/facebook-live-cumple-2-anos-3500-millones-transmisiones-vivo/> el 21 de diciembre de 2018.

The Luxonomist (2018). ¿Por qué los adolescentes se enganchan a Instagram? Recuperado de <https://theluxonomist.es/2018/04/03/por-que-los-adolescentes-se-enganchan-a-instagram/patricia-peyro> el 26 de noviembre de 2018.

TICbeat (2016). Facebook Live Video ya está disponible (para casi todos). Recuperado de <http://www.ticbeat.com/socialmedia/facebook-live-video-ya-disponible/> el 25 de noviembre de 2018.

TreceBits (2018). Cinco consejos para hacer buenos contenidos en Facebook Live. Recuperado de <https://www.trecebits.com/2018/12/06/cinco-consejos-para-hacer-buenos-contenidos-en-facebook-live/> el 6 de diciembre de 2018.

- APÉNDICE 1

**RELACIÓN DE LEGISLATURAS Y RESPONSABLES DE PRENSA Y COMUNICACIÓN EN EL AYUNTAMIENTO DE ELCHE**

1991-1995: Partido Socialista.

**Alcalde: Manuel Rodríguez (PSOE).**

**Prensa y Comunicación:** Antonio García Lucena.

**Prensa y Comunicación:** Iván Aranda. Desde 1993 hasta 2007.

1995-1999: Partido Socialista.

**Alcalde: Diego Maciá (PSOE).**

**Prensa y Comunicación:** Iván Aranda.

1999-2003: Partido Socialista.

**Alcalde: Diego Maciá (PSOE).**

**Prensa y Comunicación:** Iván Aranda.

2003-2007: Partido Socialista.

**Alcalde: Diego Maciá (PSOE).**

**Prensa y Comunicación:** Iván Aranda.

**Prensa:** Desde diciembre 2006: Paco Escudero.

**Comunicación:** Iván Aranda. Hasta fin de la legislatura.

2007-2011: Partido Socialista-Compromís.

**Alcalde: Alejandro Soler (PSOE).**

**Prensa:** (gestión PSOE) Hasta junio 2008: Paco Escudero.

Junio 2008 hasta final legislatura: María José López.

**Comunicación:** (gestión Compromís) Pere García.

2011-2015: Partido Popular.

**Alcaldesa: Mercedes Alonso (PP).**

**Prensa:** Junio 2011-Febrero 2012: Amelia Pomares, Martín Sanz y Álex Peiró. (Se hacía de forma conjunta).

Febrero 2012-Junio 2015: Manuel Matarredona.

**Comunicación:** Junio 2011-Marzo 2013: Álex Peiró.

Marzo 2013-Junio 2015: Manuel Matarredona.

2015-2019: - (2015-Febrero 2016) Partido Socialista-Compromís-Ilicitanos por Elche.

**Alcalde: Carlos González (PSOE).**

- (Febrero 2016-actualidad) Partido Socialista-Compromís- Partido de Elche.

**Prensa:** (gestión PSOE) Isabel Selva. (inicio legislatura-agosto 2016).

**Prensa:** Baldo Rodríguez (agosto 2016-actualidad).

**Comunicación:** (gestión Compromís) Jorge Villar (Inicio de la legislatura hasta la actualidad).



## - APÉNDICE 2

### **ENTREVISTA A IVÁN ARANDA**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal? En el 93 pocos medios, las notas de prensa, el fax y los comunicados de prensa y sobre todo las ruedas de prensa. Lo novedoso a partir del 93 es la planificación por semana de qué comunicábamos y cuándo lo comunicábamos, e iniciar con las concejalías una comunicación más planificada y eficiente.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa? Aquí introdujimos, con la llegada a la alcaldía de Diego Maciá, una planificación anual de objetivos de esa comunicación desarrollado por meses y semanas. Trabajamos esa comunicación con los medios escritos, radio y televisiones y luego ampliamos, más tarde, a los medios digitales. Cambiamos los diseños de esas campañas y buscábamos la eficiencia comunicativa con los illicitanos a través de esas campañas en los medios. Diferenciamos la información del gabinete de prensa de la comunicación corporativa, aunque a veces se complementaban y a veces era autónoma.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio? Que yo sepa solo existía una radio "Ràdio Jove", pero desde el gabinete nunca tuvimos relación.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, solían acudir a una rueda de prensa? Normalmente desde el 93 entre prensa escrita, radios y televisiones locales entre seis y siete a los que hay que añadir, según el tema, algunos periódicos de la Comunidad Valenciana. Y ya con las campañas de "Comunicación de los Patrimonios de la Humanidad" los más importantes medios de radio, prensa escrita y televisiones de España. A las ruedas de prensa asistían todos los locales habitualmente, es cierto que en esos años la información municipal cubría bastantes espacios en los informativos de radio y televisión y en las páginas de la prensa. Se planificaban

los temas de las ruedas de prensa y se jerarquizaba la importancia de unos días sobre otros evitando saturar a los medios con muchas ruedas de prensa en el mismo día.

5.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

Teníamos presupuesto para la comunicación corporativa en general y para los medios. El presupuesto era variable en función de la planificación y los objetivos de la comunicación.

6.- ¿Qué hubiera supuesto haber tenido a su alcance redes sociales o Facebook Live?

Fundamentalmente poder hacer llegar mucho mejor la comunicación municipal a los ciudadanos, que siempre ha sido nuestro objetivo último de la gestión municipal.

## **ENTREVISTA A PACO ESCUDERO**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal?  
Por aquel entonces, los medios a nuestra disposición eran todavía tradicionales ya que hace doce años aún no existía el dinamismo y la diversidad de comunicación actuales, o al menos estaba en sus inicios. Las herramientas de comunicación en el Ayuntamiento respondían a un sistema estándar: notas de prensa, ruedas de prensa, entrevistas concertadas, foto-noticias, reportajes de recopilación estadística... todo ello utilizando los medios de comunicación de entonces como vía de divulgación. No obstante, en ocasiones organizábamos actos de presentación de determinados servicios o logros en las propias sedes de los colectivos sociales, vecinales, sanitarios..., independientemente de si interesaba a los medios o no. La intención era informar directamente a los vecinos. En el gabinete de prensa éramos pocos: dos periodistas y un auxiliar administrativo.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa?

La comunicación municipal estaba planificada y respondía a un orden de prioridades y a un calendario que se trataba frecuentemente en reuniones en

alcaldía con un equipo amplio: participaba no solamente el gabinete de prensa, sino también el de protocolo, la propia alcaldía y técnicos adscritos a diferentes concejalías. Se debatían los temas y se decidía qué era prioritario y qué era secundario, y también cuándo comunicar. No obstante, dicha planificación era flexible porque también tenía en cuenta los cambios que introducía la dinámica de la propia vida social de la ciudad. Por eso, podríamos decir que la estrategia de comunicación tenía vida propia y solía ser resultado de la mezcla entre la planificación y la espontaneidad.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio?

No que yo supiera, al menos no para uso de la comunicación oficial del Ayuntamiento. Había una radio joven, pero no se utilizaba para la comunicación estándar del Ayuntamiento, era más un instrumento de participación de los jóvenes y dependía de la concejalía de Juventud y Servicios Sociales. Siempre se habló de la posibilidad de crear una radio-televisión municipal, era un debate permanente, pero nunca se llegó a materializar..., imagino que por una cuestión de costes.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, podían acudir a una rueda de prensa?

El número de periodistas que acudían a una rueda de prensa solía variar en función de la propia naturaleza de la rueda de prensa. Al margen de los temas espinosos o polémicos (a esos acudían todos los medios), siempre noté una diferencia de trato o de interés entre campos como el urbanismo o el juego político, por un lado, y la cultura por otro. La cultura siempre fue (y sigue siendo) una maría en el ranking del interés periodístico, y para que un tema cultural llegue a una portada, tiene que ser una bomba informativa. Pero las portadas están frecuentemente ocupadas a diario por asuntos banales, al menos esa es mi impresión. De alguna manera, eso influye socialmente. Pero respondiendo exactamente a tu pregunta, en aquella época solían venir a las ruedas de prensa en torno a una decena de periodistas. Hay que tener en cuenta que en Elche todavía estaba RNE, y existían Canal 9 y Ràdio 9. A veces, si la información era más importante, venían reporteros de las delegaciones de las televisiones nacionales.

5.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

No disponía de presupuesto para ese concepto porque la publicidad estaba separada de la prensa, y el gabinete de comunicación institucional (lo llevaba Iván Aranda) era el encargado de contratar espacios publicitarios consensuados con prensa y con alcaldía. Yo hacía sugerencias sobre la conveniencia de hacer determinada campaña en algún asunto de interés, pero no tenía control sobre ese campo.

6.- ¿Qué hubiera supuesto tener a su alcance redes sociales o Facebook Live? Habría supuesto un cambio radical, que es exactamente lo que está ocurriendo desde hace algún tiempo: una auténtica revolución en la manera de comunicar y en los canales de comunicación. La información es ahora más asequible para el receptor porque se han multiplicado los canales de emisión, y ello ha servido para facilitar la información al usuario, pero también es verdad que ha incorporado vulgarización, falta de rigor y un mercantilismo que, en ocasiones, hace olvidar el fin último de esta profesión.

## **ENTREVISTA A MARÍA JOSÉ LÓPEZ**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal?

Periódicos, radios y televisión local.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa?

Con los medios tradicionales.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio?

Página web.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, podían acudir a una rueda de prensa?

7-8 medios con trato habitual y una media de 7 periodistas en rueda de prensa.

5.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

El presupuesto no lo gestionaba el gabinete de prensa.

6.- ¿Qué hubiera supuesto haber tenido a su alcance redes sociales o Facebook Live?

Mayor proyección informativa.

## **ENTREVISTA A PERE GARCÍA**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal? Entre 2007 y 2011 contábamos con la web municipal como herramienta básica, la red de oficinas OMAC como medio presencial y las campañas contratadas en radio, prensa, TV local y pantallas de los autobuses urbanos, MUPIS, además de la revista *Plaça de Baix* con una tirada de 60.000 ejemplares.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa?

El gabinete de comunicación trataba de centralizar las campañas de las diferentes concejalías, para reducir costes e intentar, en la medida de lo posible, seguir la línea que marcaba la identidad corporativa del Ayuntamiento. Siempre en coordinación con el gabinete de prensa de alcaldía.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio?

Aparte de la web y la red de oficinas OMAC como puntos de información, se disponían de circuitos de MUPIS por contrato y un % de emisión en las pantallas de los autobuses urbanos. Todo lo demás debía contratarse.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, podían acudir a una rueda de prensa?

Entre prensa escrita, agencias, radio local y TV local y autonómica, a las ruedas de prensa podían acudir hasta 11/12 periodistas, depende la temática, aunque normalmente eran 7/8. En momentos puntuales como el Misteri o Festival Medieval, acudían también medios nacionales.

5.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

El presupuesto global, incluyendo tirada del boletín municipal y mantenimiento de la web, superaba los 200.000 € anuales.

6.- ¿Qué hubiera supuesto haber tenido a su alcance redes sociales o Facebook Live?

Sin duda una herramienta necesaria para llegar a un sector de población, menor de 30, al que en 2007 era muy complicado acceder por los medios convencionales, aparte de abaratar costes de campañas y suplir la ausencia de medios que ya han desaparecido por desgracia.

## **ENTREVISTA A MANUEL MATARREDONA**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal? Durante mi etapa el gabinete de prensa y comunicación estaba unificado, por lo que realizábamos las labores de prensa y también de coordinación de campañas de publicidad. Contábamos con tres personas, además de mí. Una de ellas dedicada en exclusiva a las redes sociales.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa?

Mediante notas, ruedas de prensa, asistencia a programas de radio y televisión y redes sociales. El objetivo era poder distribuir a los medios todo lo que se hacía desde el Ayuntamiento y poner a su disposición todo el material: gráfico, audio, vídeo y notas de prensa.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio?

Solamente de redes sociales, que en 2011 todavía no eran uno de los principales canales de información, pero a los que dedicamos mucho tiempo, sobre todo a la profesionalización de los contenidos e imágenes, para trasladar información generalista, de cultura y deporte.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, podían acudir a una rueda de prensa?

Depende del tema, pero unos 8/10 profesionales.

5.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

Sí, para las campañas de comunicación. Todas las concejalías se coordinaban en ese aspecto desde comunicación. Y se contaba con agencias de comunicación externas para las campañas. Había un presupuesto de alrededor de 480.000 euros anuales.

6.- ¿Qué uso se daba a las redes sociales? ¿Qué hubiera supuesto disponer de Facebook Live?

Se empezó a dar mucho uso desde 2012 como un canal vital de trasladar información a la ciudadanía. Se potenció el de Ayuntamiento y se crearon perfiles como Visitelche o Cultura y se hicieron páginas para eventos concretos como Festival Medieval.

Tener Facebook Live habría sido una buena oportunidad para mejorar la comunicación, parece prehistoria, pero hace solo seis años subir videos a Facebook tenía bastantes trabas técnicas. Hoy en día, la imagen en directo desde las redes sociales es una herramienta muy útil.

## **ENTREVISTA A AMELIA POMARES**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal?

A nivel interno, desde el gabinete municipal se dieron bastantes facilidades a nivel de medios, aunque en comunicación a ese nivel siempre hacen falta más. En primer lugar, éramos un equipo de tres personas, que quizá para algo así, con tantos frentes abiertos, quedaba escaso, pero gracias a una buena organización, lográbamos llegar (casi siempre) a todo. Los medios más importantes, en un gabinete de comunicación son las personas, desde luego. En segundo lugar, no puede obviarse la importancia de los medios técnicos para que cada noticia se adaptara a diferentes formatos (televisión, radio y medios escritos), lo que incluye cámara de fotos, de vídeo, grabadora y, por supuesto, el ordenador para poder realizar el trabajo diario, tanto respecto a las notas de prensa y fotografías relacionadas como a los audios y vídeos que se enviaban.

A nivel de nuestro trabajo de comunicación, tratábamos de contar, por un lado, con todos los medios que existían, radios, televisión, medios escritos y digitales, aunque nuestro trabajo consistía en hacerles llegar la información en los diferentes formatos que necesitaban y, obviamente, la forma de reflejarla y el hecho de publicarla o no era una cuestión propia de cada medio. Por otro lado, siempre puedes contar con las redes sociales para ello.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa?

Aunque las tareas eran diversas siempre se trataba de trabajar al compás de las rutinas periodísticas, es decir, horarios de las radios, televisiones, etcétera. Puesto que cada medio tiene sus horarios, siempre se trataba de priorizar aquellos que "salían" primero, aunque no siempre se consiguiera por los imprevistos del día a día, que, en un Ayuntamiento, muy a nuestro pesar, eran muchos. Por tanto, como ejemplo, las notas de prensa, obviamente, y los cortes de voz relacionados, tenían prioridad sobre las fotografías, puesto que los medios escritos y digitales tienen un horario más laxo.

A nivel de organización, cada lunes los miembros del gabinete manteníamos una reunión a primera hora para organizar las ruedas de prensa para esa semana, las notas que había que enviar y los actos previstos. Cada mañana, igualmente, manteníamos una reunión puesto que esa previsión normalmente solía modificarse considerablemente a lo largo de la semana. Así, cada mañana nos repartíamos el trabajo a realizar sobre todo para poder cubrir todos los eventos y ruedas de prensa que hubiese, pero también respecto a entrevistas, reportajes más a medio-largo plazo. Cada uno se encargaba de un evento, de sus audios, vídeos, redacción de las notas de prensa... a lo que se sumaba siempre alguna noticia imprevista, pero al tener una organización inicial era más fácil incluirla en la rutina.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio?

En el Ayuntamiento existía Ràdio Jove, que dependía del consistorio, pero no se utilizaba como medio de comunicación del Ayuntamiento como tal, es decir, su programación era más cultural y social y menos como medio de difusión de noticias. Su trabajo era, mayoritariamente, más independiente en ese sentido. A nivel de difusión como tal, se contaba con la página web donde sí se



publicaban todas las noticias surgidas del consistorio y, por supuesto, con las redes sociales, básicamente Facebook y Twitter, donde el Ayuntamiento tenía canales propios en los que se publicaban todas las noticias, con mayor repercusión que en la página web como era de esperar.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, podían acudir a una rueda de prensa?

¡Con todos! Personalmente, siempre he creído que el contacto directo con los periodistas es muy importante. Independientemente de los mails que se enviaran con la información y el contenido, las llamadas telefónicas eran importantes y, por supuesto, las ruedas de prensa, en las que los propios periodistas vienen a recoger la información.

A diario podíamos hablar con entre ocho y diez periodistas como mínimo, con algunos de ellos varias veces, de hecho (por teléfono, al margen de las ruedas de prensa). La mayoría de ellos, obviamente, de medios locales o con presencia local (Información, La Verdad, Elche Diario, SER, Onda Cero, COPE, EsRadio, TeleElx / Radio Marca, EFE...), aunque era común que nos llamaran también otros presentes en la provincia como ABC, RNE o El Mundo. En determinadas ocasiones hablábamos también con medios nacionales que no estaban en la localidad (Tele 5, TVE, La Sexta, Antena 3...), pero cuando había casos de mayor trascendencia o, sobre todo, en las fiestas, que el trabajo solía incrementarse con especiales sobre esos días.

A las ruedas de prensa, con excepciones puntuales, venían medios locales, por tanto, solíamos tener como mínimo 5-6 periodistas, teniendo en cuenta que, por los problemas horarios y el personal limitado, muchos de ellos llamaban para que les enviásemos la información por serles imposible acudir, o tenían que seleccionar a qué ruedas de prensa acudían (puesto que solíamos convocar más de una al día). En los días de muchos actos (externos al ayuntamiento, es decir, de entidades privadas o de la universidad, por ejemplo), sabíamos que los periodistas que acudían a las ruedas de prensa eran muchos menos y, a veces, no teníamos más que 2 ó 3, pero eran ocasiones concretas y no era lo habitual.

5.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

Sí, existía un presupuesto para ello, que se ajustaba a comienzo de año, dentro de los presupuestos municipales, destinado a comunicación en general y, dentro de ella, podía destinarse a publicidad. Es algo que no he gestionado directamente nunca, por lo que no puedo decir cuánto dinero era.

6.- ¿Qué uso se daba a las redes sociales? ¿Qué hubiera supuesto disponer de Facebook Live?

Dentro del gabinete, pero al margen de la redacción de la información diaria, había una persona encargada de las redes sociales, en coordinación con el jefe de prensa. El uso de las redes era diario y era (o debía de ser) completamente institucional. Desde ellas (sobre todo Twitter) se publicaba toda la información que salía del Ayuntamiento, respecto a comunicados, ruedas de prensa, información de eventos, etcétera. Era una herramienta muy útil porque junto a lo que los medios publicaban, permitía dar a conocer directamente toda la información que salía del gabinete.

Respecto a lo de Facebook Live... precisamente en aquel momento se utilizaba más Twitter que Facebook porque permitía ser más instantáneo, por lo que tener una herramienta así en Facebook, en la que esa actualidad además va acompañada de imágenes en vivo, habría sido, desde luego, muy interesante. De hecho, muchos recordarán lo que costaba transmitir los plenos en directo en la página web... con Facebook Live podríamos haberlo hecho directamente desde las redes sociales, además de ruedas de prensa y otros eventos interesantes para los ciudadanos. Habría sido una herramienta muy útil.

## **ENTREVISTA A ISABEL SELVA**

1.- ¿Con qué medios contaba a la hora de comunicar la información municipal?

Dos periodistas y un auxiliar de la administración de apoyo. También apoyo puntual para vídeos/fotos.

2.- ¿Cómo se llevaban a cabo las tareas de comunicación corporativa?

Con comunicación puntual y eventual entre el gabinete de prensa y el de comunicación.

3.- ¿El Ayuntamiento disponía de algún medio propio?

Una cámara fotográfica y móviles.

4.- ¿Con cuántos medios podía tratar habitualmente?

Temas fuera de agenda cuatro a la semana.

5.- ¿Cuántos periodistas, de media, podían acudir a una rueda de prensa?

Seis.

6.- ¿Tenía presupuesto (si puede indicar aproximadamente) para invertir en campañas en medios?

Escaso. 5.000 euros anuales.

7.- ¿Qué uso se daba a las redes sociales?

Uso institucional frecuente, aunque faltaban recursos humanos para atenderlo debidamente.

8.- ¿Qué hubiera supuesto disponer de Facebook Live?

Hubiera sido muy útil y necesario, además de que alguien se hubiera encargado exclusivamente de este tema.

## **ENTREVISTA A JORGE VILLAR**

1.- ¿Con qué medios cuenta a la hora de comunicar la información municipal?

Contamos con medios municipales que principalmente son nuestras redes sociales, así como una parte del total de mupis y traseras de buses municipales, además de las pantallas de televisión que hay en los propios buses. De forma añadida contratamos publicidad en medios de comunicación, principalmente locales.

- ¿Con cuántos medios puede tratar habitualmente?

Entre online, impresos y radios, con los que más trato hay pueden sumar una decena.

- ¿Qué importancia tienen, hoy en día, los medios tradicionales y las redes sociales a la hora de comunicar? ¿Cuál tiene más peso?

Los medios tradicionales todavía llegan a una gran masa de gente, mucha de ella no está a diario en las redes sociales, pero sí que puede escuchar la radio en el coche o en el autobús, en comercios... por otro lado hay otra gente totalmente *online* que prácticamente vive dentro de las redes. Creo que una buena combinación de ambas hoy en día es la mejor apuesta.

- ¿Cómo ve que ha cambiado la comunicación institucional del Ayuntamiento de Elche desde el uso institucional de las redes sociales?

Creo que comunicamos de forma más cercana, más información directa sin filtros periodísticos. Tratamos de lanzar la información de una forma lo más neutral posible, con carácter informativo. De hecho, las interacciones que tenemos con el público agradecen mayoritariamente la información que les facilitamos.

- ¿Utiliza las redes sociales y Facebook Live para comunicar la información municipal? ¿Cómo? ¿Se va a potenciar?

Sí, cada día la información a través de redes sociales se utilizará más, como ya he dicho porque permite lanzar la información sin filtros, dedicándole la extensión que requerimos, y además permite ser todo lo rápidos que requiramos dependiendo de la situación.

Se está trabajando para hacer un concurso y adjudicar el servicio de los *Live*.

- ¿Miden resultados? ¿En qué ha visto cambios/beneficios?

Medimos resultados, pero no nos obsesiona. Consideramos que la información que facilitamos es un servicio público. Entonces, es interesante que la gente lo use para entender que sirve para algo, pero no lo entendemos como lo contrario: no peleamos para que la gente lo use para justificar esa forma de comunicar. Como concejalía de comunicación comunicaremos en cualquier caso, en cada momento por el canal o canales que los ciudadanos utilicen.

## ENTREVISTA A BALDO RODRÍGUEZ

1.- ¿Con qué medios cuenta a la hora de comunicar la información municipal?

En el gabinete de prensa del Ayuntamiento de Elche trabajamos tres personas y una colaboradora externa. Somos un jefe de prensa, una técnica de prensa y una funcionaria que realiza labores administrativas. Realizamos notas de prensa, audios, fotografías, informes, artículos o argumentarios y estamos incorporando el vídeo. Trabajamos con *smartphones* casi al cien por cien.

2.- ¿Utiliza las redes sociales y Facebook Live para comunicar la información municipal? ¿Cómo?

Sí, se utilizan las redes sociales, pero no son competencia del gabinete de prensa sino del departamento de comunicación que depende de la concejalía del mismo nombre. En todo caso, las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter se nutren de las notas de prensa que elaboramos diariamente. De hecho, los contenidos de las notas se suben a las redes una vez emitidas.

3.- ¿Con cuántos medios puede tratar habitualmente? ¿Cuántos periodistas, de media, pueden acudir a una rueda de prensa?

Habitualmente tratamos con un medio impreso, cinco emisoras de radio, dos televisiones locales y una autonómica y una agencia de prensa, además de algún medio digital. Despachamos diariamente con una decena de periodistas de distintos ámbitos. La asistencia a las ruedas de prensa varía mucho en función del contenido. A las ruedas de prensa de las juntas de gobierno de los viernes suele acudir cerca de una docena periodistas, fotógrafos y cámaras de televisión.

4.- ¿Cómo ve que ha cambiado la comunicación institucional del Ayuntamiento de Elche desde el uso de las redes sociales?

La comunicación institucional, como en todos los ámbitos, ha notado el desarrollo de las redes sociales. De hecho, el número de visitas a las mismas ha ido creciendo notablemente cada año. En el gabinete de prensa seguimos trabajando como se ha hecho tradicionalmente, pero con la mirada puesta en

las redes sociales y en los diarios digitales, cuya influencia crecerá de forma exponencial.

5.- ¿Qué importancia tienen, hoy en día, los medios tradicionales y las redes sociales a la hora de comunicar? ¿Cuál tiene más peso?

Hoy en día todavía tenemos que tener en cuenta los soportes tradicionales de comunicación, pero es evidente el peso creciente del mundo digital que cuenta con numerosas ventajas entre las que destaco la facilidad de acceso y la posibilidad de medir los impactos.

6.- ¿Le sacan partido a Facebook Live? ¿Miden resultados? ¿Qué cambios/beneficios observa?

Creo que Facebook Live ofrece grandes posibilidades para la comunicación. La propia red ofrece herramientas de medición muy útiles. Entre las ventajas que tiene están sin duda la facilidad de transmisión con medios sencillos, la posibilidad de llegar a un público muy amplio y la segmentación, entre otras.

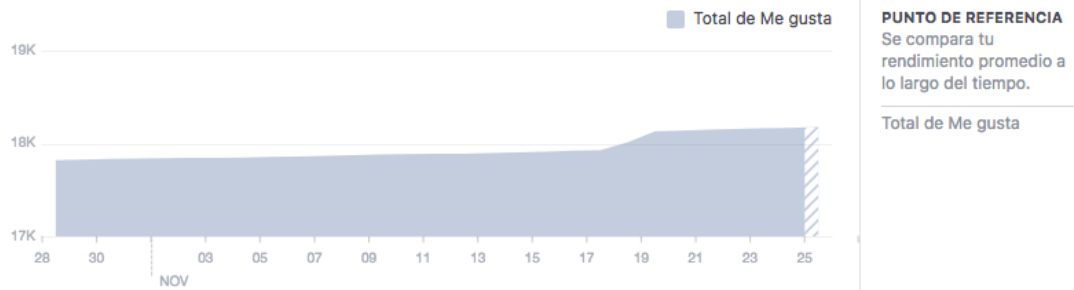
- APÉNDICE 3



Recuperado el 6 de diciembre de 2018

## - APÉNDICE 4

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 18.179

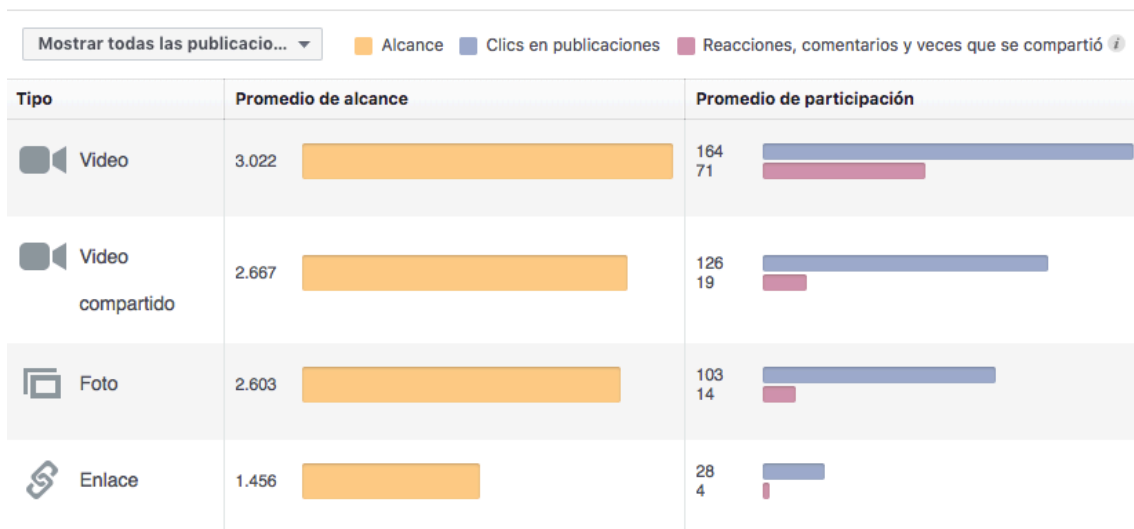


Datos a fecha 26 de noviembre de 2018



## - APÉNDICE 5

Rendimiento de los distintos tipos de publicaciones según el promedio de alcance y participación.



Recuperado el 10 de diciembre de 2018

- APÉNDICE 6

DATOS FACEBOOK LIVE AYUNTAMIENTO DE ELCHE

<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/>

9 OCTUBRE 2017 – 6 NOVIEMBRE 2018

RETRANSMISIÓN	FECHA	ALCANCES	REPRODUCCIONES	ME GUSTA	COMPARTIDO	COMENTARIOS
ACTO INSTITUCIONAL 9 D'OCTUBRE	9/10/17	4.142	1.315	15	16	1
ENTREVISTAS TRAS EL ACTO INSTITUCIONAL 9 D'OCTUBRE	9/10/17	3.840	1.286	26	6	1
FIRETA DEL CAMP D'ELX. PRIMERA CONEXIÓN	13/10/17	6.424	2.262	36	16	13
FIRETA DEL CAMP D'ELX. SEGUNDA CONEXIÓN	13/10/17	3.589	1.076	14	12	
FIRETA DEL CAMP D'ELX. TERCERA CONEXIÓN	13/10/17	7.139	3.147	69	29	16
ENTREVISTA PREVIA BUSINESS MARKET	15/11/17	3.094	950	8	13	
BUSINESS MARKET. PRIMERA CONEXIÓN	21/11/17	4.451	1.209	21	12	3
BUSINESS MARKET. SEGUNDA CONEXIÓN	21/11/17	2.158	545	10	5	1
BUSINESS MARKET. TERCERA CONEXIÓN	21/11/17	5.734	1.344	18	16	5
BUSINESS MARKET. CUARTA CONEXIÓN	21/11/17	1.357	419	3	2	
ACTO ERRE QUE ERRE CONTRA VIOLENCIA DE GÉNERO	24/11/17	10.843	3.040	89	49	7
PRESENTACIÓN CAMPAÑA COMERCIAL DE NAVIDAD	29/11/17	5.061	1.756	23	18	13
REPORTAJE CAMPAÑA COMERCIO. CARRER AMPLE	1/12/17	3.654	1.372	26	12	1
REPORTAJE CAMPAÑA COMERCIO. CARRER AMPLE	2/12/17	5.299	1.814	27	22	4
RUEDA PRENSA PRESENTACIÓN CARRERA SAN SILVESTRE	4/12/17	2.494	804	14	4	2
PROGRAMA "EL ALCALDE EN EL AULA"	5/12/17	4.848	2.275	19	24	13
ENCENDIDO ILUMINACIÓN NAVIDAD	5/12/17	24.933	5.939	170	89	53
REPORTAJE COMERCIO. CARRER AMPLE	8/12/17	3.607	1.163	22	13	2
INAUGURACIÓN BELÉN MUNICIPAL	8/12/17	6.812	2.219	61	37	7
PREGÓN NAVIDAD	8/12/17	5.835	1.885	54	29	24
REPORTAJE CAMPAÑA COMERCIO. CARRER AMPLE	9/12/17	3.235	906	11	17	1
CAMPAÑA MERCADOS. MERCADO PROVISIONAL	15/12/17	3.192	801	12	9	3
CAMPAÑA MERCADOS. MERCADO PLAZA BARCELONA	15/12/17	1.980	581	11	7	2
CAMPAÑA MERCADOS. MERCADOS PLAZA MADRID Y SAN JOSÉ	15/12/17	2.501	870	14	4	2
REPORTAJE CAMPAÑA COMERCIO. CARRER AMPLE. PAPÁ NOEL	16/12/17	4.299	1.716	30	11	3
CABALGATA PAPÁ NOEL	16/12/17	20.662	8.094	183	87	45
MERCADILLO TRUEQUE PLAZA CASTILLA	17/12/17	7.469	2.529	36	20	1
PRESENTACIÓN CÓMIC CANTÓ	18/12/17	6.291	2.302	52	36	6
INAUGURACIÓN MERCADILLO NAVIDAD PLAZA CASTILLA	21/12/17	5.983	1.951	38	20	6
CAMPAÑA MERCADOS. MERCADO PLAZA BARCELONA	22/12/17	1.791	508	3	2	
CAMPAÑA MERCADOS. PLAZA MADRID, CENTRAL Y SAN JOSÉ	22/12/17	3.471	944	12	10	1
REPORTAJE COMERCIO. CARRER AMPLE Y PLAZA CASTILLA	22/12/17	2.090	630	10	2	2
REPORTAJE COMERCIO. CARRER AMPLE Y PLAZA CASTILLA	23/12/17	3.827	1.261	13	15	4
PAPÁ NOEL EN LA MARINA	23/12/17	8.123	3.121	48	61	7
MENSAJE NAVIDAD ALCALDE	23/12/17	4.616	1.136	37	12	8
REPORTAJE COMERCIO. CARRER AMPLE Y PLAZA CASTILLA	24/12/17	4.203	1.217	18	14	
CAMPAÑA MERCADOS. CENTRAL Y PLAZA SAN JOSÉ	24/12/17	3.678	1.047	10	11	2
PREGÓN VENIDA DE LA VIRGEN. PRIMERA PARTE	26/12/17	6.077	2.048	48	23	5
PREGÓN VENIDA DE LA VIRGEN. SEGUNDA PARTE	26/12/17	3.840	1.248	21	15	
FIESTA PRE-UVAS EN EL BAILONGO. TERCERA EDAD	30/12/17	7.595	2.896	45	24	14
CAMPAÑA MERCADOS. PLAZAS MADRID Y BARCELONA	31/12/17	2.591	805	4	5	1
SAN SILVESTRE. PRIMERA CONEXIÓN	31/12/17	7.875	2.632	85	22	7
SAN SILVESTRE. SEGUNDA CONEXIÓN	31/12/17	6.779	2.225	44	17	3
SAN SILVESTRE. TERCERA CONEXIÓN	31/12/17	4.704	1.413	22	14	4
SAN SILVESTRE. CUARTA CONEXIÓN	31/12/17	4.196	1.246	25	8	4

REPORTAJE COMERCIO. CARRER AMPLE	3/1/18	3.900	1.534	20	17	3
REPORTAJE COMERCIO. ZONA CINCO	4/1/18	4.039	1.929	15	10	
REYES MAGOS. LLEGADA POR LA MAÑANA	5/1/18	6.605	2.274	53	26	3
REYES MAGOS. CABALGATA. PRIMERA PARTE	5/1/18	15.328	4.458	116	47	23
REYES MAGOS. CABALGATA. SEGUNDA PARTE	5/1/18	5.650	1.891	32	19	7
REYES MAGOS. CABALGATA. TERCERA PARTE	5/1/18	8.109	2.587	45	25	10
PRESENTACIÓN HORTALIZAS DE INVIERNO	23/1/18	3.466	1.234	18	16	1
PRESENTACIÓN CAMPAÑA SILENCIO INCÓMODO	5/2/18	2.542	927	12	25	5
CARNAVAL. BAILONGO	10/2/18	5.213	1.968	37	24	11
CARNAVAL. PRIMERA CONEXIÓN	10/2/18	6.844	1.953	32	27	7
CARNAVAL. SEGUNDA CONEXIÓN	10/2/18	3.847	1.147	29	19	3
CARNAVAL. TERCERA CONEXIÓN	10/2/18	5.477	1.770	50	30	13
CARNAVAL. CUARTA CONEXIÓN	10/2/18	4.991	1.961	28	22	7
CARNAVAL CENTRO SOCIAL FRANCESC CANTÓ	11/2/18	3.702	1.223	18	18	5
DÍA ENAMORADOS. CENTRO SOCIAL VICTORIA KENT	17/2/18	4.046	1.891	22	20	6
JORNADA CONCILIACIÓN CORRESPONSABILIDAD SOCIAL. PRIMERA	1/3/18	2.408	834	5	12	1
JORNADA CONCILIACIÓN CORRESPONSABILIDAD SOCIAL. SEGUNDA	1/3/18	4.724	1.549	13	28	1
ACTO HOMENAJE CENTRO TRANSFUSIÓN DE SANGRE	1/3/18	3.370	1.177	16	14	2
ELX TENDÈNCIES. VIERNES MAÑANA	2/3/18	6.614	2.681	33	27	2
ELX TENDÈNCIES. VIERNES TARDE	2/3/18	5.439	1.826	13	13	
ELX TENDÈNCIES. SÁBADO MAÑANA	3/3/18	7.659	2.846	32	36	13
ELX TENDÈNCIES. SÁBADO TARDE	3/3/18	3.751	1.463	17	12	2
BICIESCUELA	4/3/18	3.103	1.226	13	15	
ELX TENDÈNCIES. DOMINGO MAÑANA	4/3/18	2.418	891	11	4	1
PREMIOS ISABEL FERRER. PRIMERA CONEXIÓN	6/3/18	3.407	1.142	20	20	2
PREMIOS ISABEL FERRER. SEGUNDA CONEXIÓN	6/3/18	2.521	778	2	9	1
PREMIOS ISABEL FERRER. TERCERA CONEXIÓN	6/3/18	2.124	680	8	8	
FEMIN FESTIVAL DE MÚSICA. PRIMERA CONEXIÓN	9/3/18	2.609	867	12	15	
FEMIN FESTIVAL DE MÚSICA. SEGUNDA CONEXIÓN	9/3/18	2.598	884	19	13	
FEMIN FESTIVAL DE MÚSICA. TERCERA CONEXIÓN	9/3/18	1.739	533	8	7	6
SALIDA TRANSILICITANA	17/3/18	6.164	2.142	54	27	9
PREGÓN SEMANA SANTA	17/3/18	8.187	3.339	48	58	11
REPORTAJE PALMA BLANCA PARA DOMINGO DE RAMOS	21/3/18	2.988	879	16	18	5
PRESENTACIÓN MEDIA MARATÓN	6/4/18	1.083	353	3	1	
MEDIA MARATÓN. PRIMERA CONEXIÓN	8/4/18	5.156	1.868	66	22	21
MEDIA MARATÓN. SEGUNDA CONEXIÓN	8/4/18	5.061	1.847	62	23	10
MEDIA MARATÓN. TERCERA CONEXIÓN	8/4/18	9.603	3.697	92	33	24
MEDIA MARATÓN. CUARTA CONEXIÓN	8/4/18	3.334	1.089	21	9	9
DÍA PUEBLO GITANO	11/4/18	4.764	1.731	38	33	12
CONGRESO LIBERTAD DE EXPRESIÓN. PRIMERA CONEXIÓN	12/4/18	2.464	641	9	11	2
CONGRESO LIBERTAD DE EXPRESIÓN. SEGUNDA CONEXIÓN	12/4/18	3.067	779	19	12	8
CONGRESO LIBERTAD DE EXPRESIÓN. TERCERA CONEXIÓN	12/4/18	1.691	420	6	9	
CONGRESO LIBERTAD DE EXPRESIÓN. CUARTA CONEXIÓN	12/4/18	5.672	1.409	16	39	7
SUPERCHEF SÉNIOR. PRIMER DÍA. PRIMERA CONEXIÓN	17/4/18	3.455	1.056	17	20	4
SUPERCHEF SÉNIOR. PRIMER DÍA. SEGUNDA CONEXIÓN	17/4/18	3.381	1.073	15	15	5
SUPERCHEF SÉNIOR. SEGUNDO DÍA. PRIMERA CONEXIÓN	18/4/18	2.545	757	15	12	5
SUPERCHEF SÉNIOR. SEGUNDO DÍA. SEGUNDA CONEXIÓN	18/4/18	4.127	1.301	26	16	10
SUPERCHEF SÉNIOR. TERCER DÍA. PRIMERA CONEXIÓN	19/4/18	2.401	659	10	9	3
SUPERCHEF SÉNIOR. TERCER DÍA. SEGUNDA CONEXIÓN	19/4/18	2.434	741	11	11	2
REPORTAJE CAMINO DE LOS IBEROS	19/4/18	5.631	1.744	18	37	7

ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL. PRIMERA CONEXIÓN. KUBE	20/4/18	6.461	2.366	17	15	16
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL. SEGUNDA CONEXIÓN. VARRY BRAVA	20/4/18	2.609	921	17	6	4
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL. TERCERA CONEXIÓN. LA CASA AZUL	20/4/18	2.971	1.021	13	8	3
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL. CUARTA CONEXIÓN. SIDONIE	21/4/18	2.685	799	16	8	
PRESENTACIÓN REINAS Y DAMAS FIESTAS	21/4/18	14.412	6.879	112	94	64
SUPERCHEF SÉNIOR. FINAL. PRIMERA CONEXIÓN	26/4/18	4.235	1.403	15	17	3
SUPERCHEF SÉNIOR. FINAL. SEGUNDA CONEXIÓN	26/4/18	3.094	1.223	20	19	15
MASTER KIDS JUNIOR. PRIMERA CONEXIÓN	28/4/18	7.339	2.906	56	37	45
MASTER KIDS JUNIOR. SEGUNDA CONEXIÓN	28/4/18	6.596	2.327	34	34	27
ENTREVISTA PREVIA TRIATLÓN	4/5/18	3.407	1.123	6	14	3
CAMPEONATO MARCHA NÓRDICA. PRIMERA CONEXIÓN	5/5/18	6.756	2.179	49	35	11
CAMPEONATO MARCHA NÓRDICA. SEGUNDA CONEXIÓN	5/5/18	5.904	2.273	35	24	16
CAMPEONATO MARCHA NÓRDICA. TERCERA CONEXIÓN	5/5/18	5.872	2.054	34	31	15
CAMPEONATO MARCHA NÓRDICA. CUARTA CONEXIÓN	5/5/18	5.014	1.371	10	14	3
TRIA TLÓN. PRIMERA CONEXIÓN	6/5/18	5.856	2.020	33	23	27
TRIA TLÓN. SEGUNDA CONEXIÓN	6/5/18	2.656	734	12	5	6
TRIA TLÓN. TERCERA CONEXIÓN	6/5/18	5.499	1.811	30	25	12
TRIA TLÓN. CUARTA CONEXIÓN	6/5/18	1.691	426	7	5	1
ENTREGA PREMIOS SUPERCHEF SÉNIOR	9/5/18	3.702	1.412	14	16	4
ELX PARTICIPA-REGOMELLO	11/5/18	5.295	1.915	24	18	10
ELX PARTICIPA-REEUGENIO	11/5/18	3.197	1.096	8	12	4
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL-ATIENTAS	12/5/18	2.017	512	6	4	5
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL-POLOS OPUESTOS	12/5/18	2.954	834	16	5	7
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL-WOMEN BEAT	12/5/18	2.216	627	6	5	1
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL-ELEFANTES	12/5/18	3.314	930	14	6	2
ELCHE LIVE MUSIC FESTIVAL-LOVE OF LESBIAN	12/5/18	4.291	1.421	28	10	9
ENTREVISTA ELX PARTICIPA	16/5/18	2.892	846	6	9	3
PROYECTO VIDAS COMPARTIDAS	17/5/18	5.741	1.806	34	23	10
ELX PARTICIPA-LA TROCAMBA MATANUSCA	18/5/18	6.872	1.917	39	15	14
ELX PARTICIPA-EBRI NIGHT	18/5/18	2.776	878	14	8	2
JAM HIP HOP TORRELLANO. PRIMERA CONEXIÓN	19/5/18	4.251	1.252	6	11	6
JAM HIP HOP TORRELLANO. SEGUNDA CONEXIÓN	19/5/18	6.718	2.114	22	18	14
ENTREVISTA ELX PARTICIPA	23/5/18	2.434	722	9	12	
GYMKANA DIVERSA 2018	26/5/18	5.744	1.918	23	17	12
ELX PARTICIPA-HUERTO DE LA CUERNA	26/5/18	4.869	1.514	18	25	3
DIVERSA-LAS CHILLERS	26/5/18	4.924	1.439	8	9	8
DIVERSA-LAS JUANETTES	26/5/18	3.764	987	9	5	2
JORNADA MUJER ERES	1/6/18	7.513	2.755	38	34	29
ELECCIÓN REINAS Y DAMAS DE LAS FIESTAS	2/6/18	18.774	7.089	62	64	39
RECEPCIÓN REINAS Y DAMAS TRAS LA ELECCIÓN	3/6/18	7.151	2.511	34	27	13
PROGRAMA "EL ALCALDE EN EL AULA"	4/6/18	9.440	3.588	33	32	25
ENTREVISTA ELX PARTICIPA	4/6/18	3.391	1.004	8	13	
ELX PARTICIPA-LA MARINA	9/6/18	5.279	1.669	19	11	8
ELX AL CARRER-PRIMERA CONEXIÓN	9/6/18	5.596	1.316	16	10	6
ELX AL CARRER-SEGUNDA CONEXIÓN	9/6/18	8.580	2.442	26	17	10
ELX AL CARRER-TERCERA CONEXIÓN	9/6/18	5.220	1.185	15	10	8
ELX AL CARRER-CUARTA CONEXIÓN	9/6/18	8.340	2.714	47	31	21
ENTREVISTA ELX PARTICIPA	14/6/18	3.211	786	6	8	2
ELX PARTICIPA-PASEO GERMANÍAS-PRIMERA CONEXIÓN	17/6/18	6.158	1.952	31	19	5
ELX PARTICIPA-PASEO GERMANÍAS-SEGUNDA CONEXIÓN	17/6/18	5.959	1.952	34	14	22
DESAYUNO "ELCHE CIUDAD SOSTENIBLE"	20/6/18	9.674	3.456	13	16	16
ELX TENDÈNCIES-VIERNES MAÑANA-PRIMERA CONEXIÓN	22/6/18	3.391	837	15	7	6
ELX TENDÈNCIES-VIERNES MAÑANA-SEGUNDA CONEXIÓN	22/6/18	5.845	1.318	9	24	2
HOGUERAS DE SAN JUAN-REPORTAJE	22/6/18	5.292	1.720	25	22	13
ELX TENDÈNCIES-VIERNES TARDE	22/6/18	5.977	1.744	15	20	17
ELX TENDÈNCIES-SÁBADO MAÑANA	23/6/18	4.578	1.049	12	15	3
ELX TENDÈNCIES-SÁBADO TARDE	23/6/18	3.802	972	5	5	4
CREMÀ HOGUERA DE SAN JUAN	24/6/18	14.133	4.725	142	61	126

ENTREVISTA CAMPEONATO INFANTIL WATERPOLO	27/6/18	3.583	963	12	15	
ENTREVISTA PREVIA GALA DEL DEPORTE	28/6/18	4.569	1.239	4	20	2
CAMPEONATO WATERPOLO INFANTIL-PRIMERA CONEXIÓN	28/6/18	5.365	1.338	18	16	3
CAMPEONATO WATERPOLO INFANTIL-SEGUNDA CONEXIÓN	28/6/18	5.175	1.428	20	19	4
GALA DEL DEPORTE	29/6/18	8.660	2.848	35	35	18
PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS. RECEPCIÓN	30/6/18	6.171	1.582	16	15	6
PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS. ACTO	30/6/18	10.385	2.759	46	41	22
PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS. CENA	30/6/18	6.290	1.424	21	21	2
PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS. ENTREVISTAS	1/7/18	6.622	1.713	18	20	4
FINAL CAMPEONATO WATERPOLO INFANTIL	1/7/18	5.216	1.328	14	6	11
ENTREGA PREMIOS CAMPEONATO WATERPOLO INFANTIL	1/7/18	5.391	1.314	8	12	3
ENTREVISTA ELX PARTICIPA	18/7/18	3.150	808	6	9	3
ACTO PROYECTO ELCHE 2030	19/7/18	6.037	2.010	16	19	12
ELX PARTICIPA. CULTURA URBANA-PRIMERA CONEXIÓN	21/7/18	3.412	952	15	7	1
ELX PARTICIPA. CULTURA URBANA-SEGUNDA CONEXIÓN	21/7/18	5.193	1.386	15	11	6
ELX PARTICIPA. CULTURA URBANA-TERCERA CONEXIÓN	21/7/18	6.362	2.147	26	21	15
ELX PARTICIPA. CULTURA URBANA-CUARTA CONEXIÓN	21/7/18	4.664	1.177	10	10	5
ELX PARTICIPA. CULTURA URBANA-QUINTA CONEXIÓN	21/7/18	4.443	1.331	10	8	4
PREGÓN FIESTAS	7/8/18	27.317	9.548	276	130	196
INAUGURACIÓN ÁGORA HELIKETANA	8/8/18	5.881	1.467	29	21	14
BARRACA MUNICIPAL	10/8/18	3.555	1.005	6	4	3
SFDK EN LA BARRACA MUNICIPAL	11/8/18	10.336	3.033	50	36	29
RACÓ GASTRONÓMICO-PRIMERA CONEXIÓN	11/8/18	7.934	1.767	39	25	23
RACÓ GASTRONÓMICO-SEGUNDA CONEXIÓN	11/8/18	8.326	1.473	15	37	7
CARRELLÀ. ESPECTÁCULO PIROTÉCNICO	14/8/18	10.428	3.039	75	38	28
NOCHE DE LA ROÀ	15/8/18	4.827	1.250	19	11	9
ENTREVISTA ELX PARTICIPA	26/9/18	5.409	1.564	11	14	3
ACTO HIJO PREDILECTO FRANCISCO MARTÍNEZ MOJICA	27/9/18	9.316	3.322	40	32	8
ELX PARTICIPA-LA HOYA	29/9/18	6.389	2.217	34	22	20
ACTO INSTITUCIONAL 9 OCTUBRE	9/10/18	5.988	1.633	23	19	9
FIRETA DEL CAMP D'ELX-CONEXIÓN DE LA MAÑANA	12/10/18	8.743	2.770	52	66	21
FESTIVAL JOTAS-PRIMERA PARTE	12/10/18	8.968	2.347	39	47	23
FESTIVAL JOTAS-SEGUNDA PARTE	12/10/18	7.439	1.936	29	29	26
FIRETA DEL CAMP D'ELX-INAUGURACIÓN-PRIMERA CONEXIÓN	12/10/18	5.226	1.303	22	15	10
FIRETA DEL CAMP D'ELX-INAUGURACIÓN-SEGUNDA CONEXIÓN	12/10/18	5.771	1.570	36	18	10
FIRETA DEL CAMP D'ELX-PRIMERA CONEXIÓN	13/10/18	4.259	938	9	13	2
FIRETA DEL CAMP D'ELX-SEGUNDA CONEXIÓN	13/10/18	5.839	1.163	16	21	6
FIRETA DEL CAMP D'ELX-TERCERA CONEXIÓN	13/10/18	6.895	1.966	31	34	12
FIRETA DEL CAMP D'ELX-PRIMERA CONEXIÓN	14/10/18	5.321	1.175	16	17	5
FIRETA DEL CAMP D'ELX-SEGUNDA CONEXIÓN	14/10/18	4.487	901	9	12	4
FOCUS PYME Y EMPRENDIMIENTO-PRIMERA CONEXIÓN	18/10/18	4.626	928	7	13	2
FOCUS PYME Y EMPRENDIMIENTO-SEGUNDA CONEXIÓN	18/10/18	3.340	697	3	13	1
ERRADICACIÓN POBREZA-PRIMERA CONEXIÓN	19/10/18	5.469	1.534	10	11	8
ERRADICACIÓN POBREZA-SEGUNDA CONEXIÓN	19/10/18	3.294	643	2	4	
ERRADICACIÓN POBREZA-TERCERA CONEXIÓN	19/10/18	3.920	878	5	8	
ERRADICACIÓN POBREZA-CUARTA CONEXIÓN	19/10/18	4.097	914	6	5	3
ERRADICACIÓN POBREZA-QUINTA CONEXIÓN	19/10/18	4.046	899	10	4	
CONSEJO DE PATRIMONIO HISTÓRICO	25/10/18	6.074	1.330	11	12	3
INAUGURACIÓN MERCADO MEDIEVAL	25/10/18	14.787	5.404	99	89	45
GALA 50 AÑOS JUNTOS	27/10/18	5.949	1.847	25	22	14
GALA 50 AÑOS JUNTOS	27/10/18	4.806	1.470	21	12	13
FORO ELX EMPLEA-PRIMERA CONEXIÓN	6/11/18	4.588	1.204	8	19	4
FORO ELX EMPLEA-SEGUNDA CONEXIÓN	6/11/18	2.577	507	1	7	
FORO ELX EMPLEA-TERCERA CONEXIÓN	6/11/18	4.082	1.069	12	14	6
TOTAL		1.127.162	354.814	5.699	4.184	2.036
PROMEDIO		5.445,22	1.714,07	27,5	20,2	9,8
Los datos se inician desde la primera fecha que se hizo un Facebook Live el 9 de octubre de 2017						
Los datos están recogidos actualizados a fecha 6 de noviembre de 2018						

Marcado en naranja están las retransmisiones que han tenido un mayor seguimiento

- APÉNDICE 7



**ELECCIÓN REINAS Y DAMAS 2018**

Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx transmitió en vivo. hace aproximadamente 6 meses · 🌐

Elección Reinas y Damas 2018.

18.774 Personas alcanzadas 2.342 Interacciones [Promocionar publicación](#)

62 64 veces compartido 7 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Comentarios en tiempo real

Info-Art Creacions · 1:37:28  
👍👍👍👍👍  
Me gusta · 25 sem

<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/videos/1870559692986917/>



**Elección de las Reinas y Damas 2018**

TeleElx transmitió en vivo — con Las Tijeras Mágicas. Patrocinado · 🌐

DIRECTO | TeleElx retransmite este sábado a las 22:00h la noche más emocionante para los festeros. En directo desde la Rotonda del Parque Municipal: Elección de las Reinas y Damas 2018.

71 25 veces compartido 5 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Más relevantes

Luis Martín Fernández Rodríguez · 3:15 Grande Bordonado!  
Me gusta · Responder · 25 sem

Jose Carlos Belda Gilar · 2:48 Saludos desde México!! Viva San Andrés!!

<https://www.facebook.com/teleelx/videos/10155539784600267/>



**Gala de Elección de Reinas y Damas de las Fiestas de Elche 2018**

Elche TV transmitió en vivo. hace aproximadamente 6 meses · 🌐

EN DIRECTO - Gala de Elección de Reinas y Damas de las Fiestas de Elche 2018

41 23 veces compartido 3,7 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Más relevantes

Ver 3 respuestas más

Elche TV · 0:00 Hola buenas, domingo a las 18:00, lunes a las 18:30 y martes a las 10:00. Saludos.

<https://www.facebook.com/Elche7Tv/videos/190633584923282/>

- APÉNDICE 8



Festes de Sant Joan del Raval d'Elx

**CREMÀ DE LES FOGUERES DE SANT JOAN**

Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx transmitió en vivo, hace aproximadamente 5 meses · 🌐

EN DIRECTE Cremà de les Fogueres del Raval d'Elx.

14.133 Personas alcanzadas 2.174 Interacciones Promocionar publicación

142 61 veces compartido 4,7 mil reproducciones

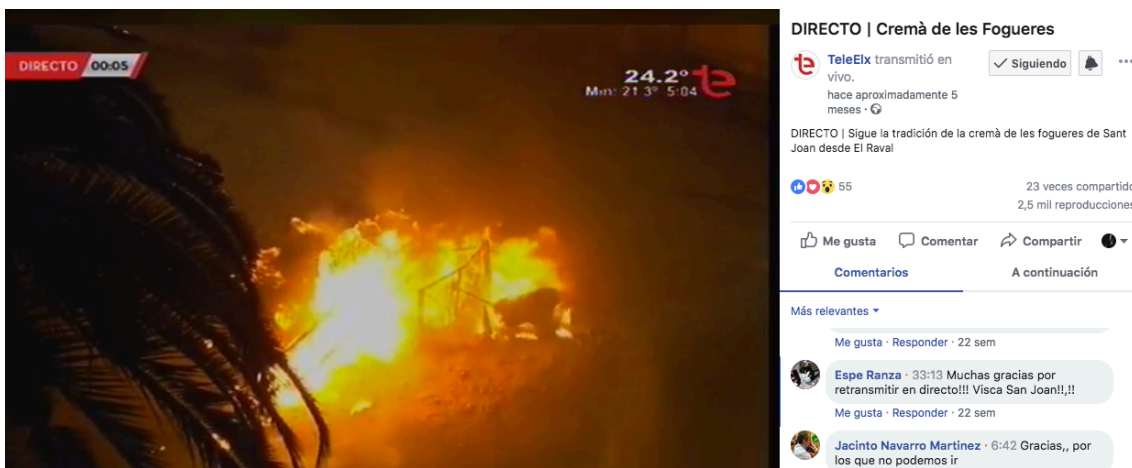
Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Comentarios en tiempo real

Valeria Lorena Vergara · 49:05 Que están en Elche

<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/videos/1900961623280057/>



DIRECTO 00:05 24.2° Min: 21:37 5:04

**DIRECTO | Cremà de les Fogueres**

TeleElx transmitió en vivo, hace aproximadamente 5 meses · 🌐

DIRECTO | Sigue la tradición de la cremà de les fogueres de Sant Joan desde El Raval

55 23 veces compartido 2,5 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Más relevantes

Me gusta · Responder · 22 sem

Espe Ranza · 33:13 Muchas gracias por retransmitir en directo!!! Visca San Joan!!

Me gusta · Responder · 22 sem

Jacinto Navarro Martínez · 6:42 Gracias,, por los que no podemos ir

<https://www.facebook.com/teleelx/videos/10155589525370267/>

- APÉNDICE 9



PROCLAMACIÓN REINAS Y DAMAS 2018.

Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx transmitió en vivo. hace aproximadamente 5 meses · 🌐

EN DIRECTO Proclamación de las Reinas y Damas de Elche 2018.

10.385 Personas alcanzadas 1.117 Interacciones [Promocionar publicación](#)

👍❤️👏 46 41 veces compartido 2,7 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Más relevantes

las reinas y damas, todo el mundo tropezaba al darles los regalos 😂

<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/videos/1910957165613836/>



DIRECTO | Proclamación Reinas 2018

TeleElx transmitió en vivo. hace aproximadamente 5 meses · 🌐

DIRECTO | Sigue desde el Gran Teatro la proclamación de la Reina y Damas de las #FiestasElche2018

👍❤️👏 44 19 veces compartido 2,3 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Más relevantes

Me gusta · Responder · 21 sem

Sole Ssl · 1:42:05 Oleeee mi esther!!!!❤️❤️❤️

Me gusta · Responder · 21 sem

Paquí Lorenzo · 11:08 Gracias por la retransmicion

<https://www.facebook.com/teleelx/videos/10155601583870267/>



elche tv

Elche TV transmitió en vivo. hace aproximadamente 5 meses · 🌐

Elche TV

👍❤️👏 17 7 veces compartido 504 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios A continuación

Más relevantes

María José Fernández · 9:51 Saludar

Me gusta · Responder · 21 sem

María Jose Moreno · 18:06 🙌


Me gusta · Responder · 21 sem

Elche TV · 7:54 🙌

<https://www.facebook.com/Elche7Tv/videos/206636006656373/>



- APÉNDICE 10



**PREGÓ FESTES D'ELX 2018**

Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx transmitió en vivo.  
hace aproximadamente 4 meses · 🌐

EN DIRECTE Pregó Festes d'Elx 2018.

0 Personas alcanzadas 741 Interacciones **Promocionar publicación**

👍👎🗨️ 276 130 veces compartido 9,5 mil reproducciones

👍 Me gusta 🗨️ Comentar ➦ Compartir ⌵

Comentarios A continuación

Comentarios en tiempo real ▾

<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/videos/1974453449264207/>



**#FiestasElche | PREGÓN**

TeleElx transmitió en vivo.  
hace aproximadamente 4 meses · 🌐

#FiestasElche | Sigue en directo el Pregón de las Fiestas desde la Plaça de Baix.

👍👎🗨️ 291 146 veces compartido 10 mil reproducciones

👍 Me gusta 🗨️ Comentar ➦ Compartir ⌵


Comentarios A continuación

Comentarios en tiempo real ▾

 Fini Bordonado · 45:12 Bones festes  
Me gusta · Responder · 16 sem

 Angeles Garcia · 45:45 Guapaaaaa

<https://www.facebook.com/teleelx/videos/10155682671875267/>




**Elche TV** transmitió en vivo.  
hace aproximadamente 4 meses · 🌐


👍👎🗨️ 32 13 veces compartido 921 reproducciones


👍 Me gusta 🗨️ Comentar ➦ Compartir ⌵


Comentarios A continuación

Más relevantes ▾

 Me gusta · Responder · 15 sem

 Agustín Peñalver Alcaraz · 3:55 Dos ilicitanos sobresalientes visca la festa ELX  
Me gusta · Responder · 15 sem

 Carmen Martinez Carrillo · 2:46  
Me gusta · Responder · 16 sem

 Susi Dama · 0:30

<https://www.facebook.com/Elche7Tv/videos/237472196906087/>

- APÉNDICE 11

INFORMACION.ES

@diarioinformacion

Inicio

Información

Publicaciones

Videos

Fotos

Eventos

Participación

#SRinformacion

CONCURSO

Comunidad

Crear una página

INFORMACION.ES compartió un video en vivo.

20 de junio a las 09:54 ·

Xímo Puig y Carlos González abordan hoy las claves de Elche como ciudad sostenible en un acto organizado por el Club Información y FCC. Más información: <https://goo.gl/Upbbzq>

3.445 reproducciones

Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx transmitió en vivo.

Publicado por Switcher Studio [?] · 20 de junio a las 09:37 ·

● EN DIRECTO Desayuno-Coloquio "Elche, ciudad sostenible", organizado por el Club Información. Intervienen el president de la Generalitat, Xímo Puig, y el alcalde de Elche, Carlos González.

## - APÉNDICE 12



**PALMERA IMPERIAL - ÁRBOL EUROPEO**

Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx

Me gusta Comentar Compartir 61

21 comentarios  
83 veces compartido

**Cómo reaccionaron las personas**

Pastora Carmen No voy a votar por una palmera que es de propiedad particular y que nos cobran por verla, mientras tanto las palmeras públicas se pudren y se secan, incluidas ... Ver más

Ver todos los comentarios >

**Ver videos en grupo**

Invita a tu público y tu comunidad a ver este video todos juntos.

53 amigos están conectados.

Empezar

**A continuación**

Baby Horse Wants Attention  
Animal Tales

<https://www.facebook.com/ayuntamientoelche/videos/314842515770070/>

### TELEELX

[http://www.teleelx.es/n187320-El-alcalde-pide-colaboracion-para-que-la-Palmera-Imperial-sea-arbol-europeo.html?fbclid=IwAR0UrMvtW7IOAqieQaI6lCtb0HTGA\\_I0vpY13ptHUxpxo6sJsurlVOCiRYA](http://www.teleelx.es/n187320-El-alcalde-pide-colaboracion-para-que-la-Palmera-Imperial-sea-arbol-europeo.html?fbclid=IwAR0UrMvtW7IOAqieQaI6lCtb0HTGA_I0vpY13ptHUxpxo6sJsurlVOCiRYA)

### ESDIARIO

<https://www.esdiario.com/973840469/Campana-en-las-redes-sociales-a-favor-de-la-Palmera-Imperial-de-Elche.html>

### ALICANTE PLAZA

<https://alicantep plaza.es/el-alcalde-de-elche-se-vuelca-para-que-la-palmeral-imperial-sea-arbol-europeo-del-ano-el-olmo-de-navajas-es-el-rival>

### AQUÍ EN ELCHE

<https://aquienelche.com/vota-nuestra-palmera-imperial/>

### RADIO ELCHE CADENA SER

[https://cadenaser.com/emisora/2018/11/19/radio\\_elche/1542619588\\_031255.html](https://cadenaser.com/emisora/2018/11/19/radio_elche/1542619588_031255.html)