

## La comunicación institucional online de la diplomacia pública de una selección de ciudades de Iberoamérica: Lisboa, Oporto, Monterrey, Medellín, Badajoz y Mérida

Soledad Ruano-López | solruano@unex.es

Universidad de Extremadura

M-Rosario Fernández-Falero | rferfal@unex.es

Universidad de Extremadura

Javier Trabadelo-Robles | jtrarob@unex.es

Universidad de Extremadura

---

### Palabras clave

“diplomacia pública”; “ciudad”; “comunicación en línea”; “relaciones internacionales”; “Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)”; “Iberoamérica”

### Sumario

1. Introducción. Ciudad, comunicación y cambio climático 2. Material y metodología. 2.1 Material. 2.2. Metodología. 3. Resultados y discusión. 4. Conclusiones. 5. Bibliografía

través de los sitios web oficiales, en relación con la diplomacia pública de una selección de ciudades iberoamericanas de importancia estratégica. En concreto, se analizan las ciudades de Monterrey (México), Medellín (Colombia), Lisboa y Oporto en Portugal y Badajoz y Mérida en España. Se utiliza una metodología de análisis de la información de los portales webs mediante la aplicación de un modelo con diversos grupos de indicadores, que ha sido validado previamente. Los resultados muestran que, si bien hay diferencias entre las ciudades analizadas en función de sus características intrínsecas, en general se aprecia un interés en la comunicación de la diplomacia pública y en tenerla como un objetivo principal, aunque también se observa una limitación de recursos, en especial en la profesionalización de dicha comunicación.

### Resumen

Las fronteras de la diplomacia pública, que antes coincidían con las de los países soberanos, cada vez se han ido diluyendo más en favor de regiones con dimensión de estado, o incluso de ciudades con una gran importancia estratégica por motivos económicos, geográficos, demográficos, naturales, etc. La presente investigación se centra en el análisis de la comunicación institucional online, a

---

### Cómo citar este texto:

Soledad Ruano-López, M-Rosario Fernández-Falero, Javier Trabadelo-Robles (2022): La comunicación institucional online de la diplomacia pública de una selección de ciudades de Iberoamérica: Lisboa, Oporto, Monterrey, Medellín, Badajoz y Mérida, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 13 (2), pp. 195 a 204 Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v13i.1694

# Online institutional communication of public diplomacy in selected Ibero-American cities: Lisbon, Oporto, Monterrey, Medellin, Badajoz and Merida

Soledad Ruano-López | solruano@unex.es

Universidad de Extremadura

M-Rosario Fernández-Falero | rferfal@unex.es

Universidad de Extremadura

Javier Trabadela-Robles | jtrarob@unex.es

Universidad de Extremadura

---

## Keywords

“public diplomacy”; “city”; “online communication”; “international relations”; “Sustainable Development Goals (SDGs)”; “Ibero-America”

## Summary

1. Introduction. City, communication and climate change. 2. Material and methodology. 2.1. Material. 2.2. Methodology. 3. Results and discussion. 4. Conclusions. 5. Bibliography

public diplomacy of a selection of strategically important Ibero-American cities. Specifically, the cities of Monterrey (Mexico), Medellin (Colombia), Lisbon and Porto in Portugal and Badajoz and Merida in Spain are analyzed. A methodology is used to analyze information from web portals through the application of a model with various groups of indicators, which has been previously validated. The results show that, although there are differences between the cities analyzed according to their intrinsic characteristics, in general there is an interest in the communication of public diplomacy and in having it as a main objective, although there is also a limitation of resources, especially in the professionalization of such communication.

## Abstract

The boundaries of public diplomacy, which used to coincide with those of sovereign countries, have been increasingly diluted in favor of regions with a state dimension, or even cities of great strategic importance for economic, geographic, demographic, natural, etc. reasons. This research focuses on the analysis of online institutional communication, through official websites, in relation to the public

---

## How to cite this text:

Soledad Ruano-López, M-Rosario Fernández-Falero, Javier Trabadela-Robles (2022): La comunicación institucional online de la diplomacia pública de una selección de ciudades de Iberoamérica: Lisboa, Oporto, Monterrey, Medellín, Badajoz y Mérida, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 13 (2), pp. 195 a 204 Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v13i.1694

## 1. Introducción. Ciudad, comunicación y cambio climático

En los últimos años las ciudades han ido tomando un mayor protagonismo del que tenían en las relaciones institucionales y en la diplomacia pública debido a diversos factores. Según Manfredi-Sánchez (2020a), la ciudad internacional ha ido ocupando espacios cuya hegemonía era antes de otras instituciones; también debido a la importancia que han ido tomando las ciudades en el ecosistema económico, en el que cobra importancia lo local, pero a la vez con una visión y un destino global; por último, “el cambio climático, en sus múltiples acepciones, ha acelerado la actividad internacional de las ciudades” (Manfredi-Sánchez, 2020a; 39).

En relación al cambio climático, se viene observando una creciente presencia de informaciones en los medios de comunicación tradicionales (Alonso González, 2020), pero también online (Teso-Alonso y Lozano Ascencio, 2022; Calvo-Rubio y Ufarte-Díaz, 2021; Jiménez-Gómez y Martín-Sosa-Rodríguez, 2021; Trabadela-Robles et al., 2021). Además, esta comunicación del cambio climático ha ido mejorando y evolucionando desde cómo se abordaba hace una década, sin un enfoque crítico (Fernández-Reyes et al., 2013), a unos mensajes más efectivos, señalando las causas y los problemas reales, de modo que la ciudadanía ha ido concienciándose cada vez más sobre la realidad del cambio climático y demanda a sus gobernantes medidas al respecto, también a nivel local.

Del mismo modo, están relacionadas la diplomacia pública y la comunicación (Manfredi-Sánchez, 2020b), tomando protagonismo también las marcas territorio (Compte-Pujol et al., 2016), marcas destino (Cerdá Bertomeu, 2018) y, por tanto, la diplomacia pública y la marca ciudad (Pizarro, 2019; Cerdá Bertomeu, 2019; Sidorenko y Garrido, 2021), siendo parte de los objetivos de las ciudades globales la consecución de una marca ciudad que las posición internacionalmente y resulte atractiva para sus grupos de interés.

En este contexto toman cada vez más importancias las redes de ciudades interconectadas. Como se ha podido ver durante el cierre de las ciudades debido a la pandemia mundial, las ciudades necesitan de la interacción para una mejor eficiencia económica (Pumain, 2021). Y esas conexiones entre ciudades pueden ser de todo tipo, siendo habitual que se agrupen

---

### Financiación

La investigación que dio lugar a este artículo cuenta con financiación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades dentro del proyecto de investigación titulado “La diplomacia pública de las megaciudades iberoamericanas: estrategias de comunicación y poder blando para influir en la legislación ambiental global” (RTI2018-096733-B-I00)

### Funding

The research that gave rise to this article is funded by the Ministry of Science, Innovation and Universities, as part of the research project entitled “La diplomacia pública de las megaciudades iberoamericanas: estrategias de comunicación y poder blando para influir en la legislación ambiental global” (RTI2018-096733-B-I00)

por vínculos con otras ciudades, como los programas generalistas de ciudades hermanadas o por sus propias características que les hace querer formar parte de una red temática concreta, por ejemplo, la Red de Ciudades Patrimonio de la UNESCO. En relación al cambio climático, existen redes de actividad internacional con programas generalistas o especializados, como C40 cities, Eurocities o Cities for mobility.

Además, los gobiernos han ido facilitando las interconexiones entre ciudades, ya sea por la introducción de normativas, como la Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo, que ha propiciado el dinamismo en la cooperación internacional entre ciudades (Ponce y Sánchez, 2021), ya sea por la promoción directa mediante reconocimientos, como los otorgados a las ciudades españolas comprometidas con la ciencia y la innovación (Colón de Carvajal, 2022) y que conforman la Red INNPULSO.

Siguiendo estudios similares que vinculan la ciudad, la comunicación y el cambio climático (Manfredi-Sánchez et al, 2021) y análisis previos de la comunicación online municipal (Fernández-Falero et al., 2017; Herrero-Gutiérrez et al, 2017; Fernández-Gómez et al, 2019), en esta investigación se analiza la comunicación institucional online, a través de sus sitios web oficiales, en relación con la diplomacia pública y el cambio climático de una selección de ciudades iberoamericanas de importancia estratégica. El objetivo del presente artículo es responder mediante el análisis realizado a las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué actividad comunicativa en relación a la política internacional está presente en los portales de estas ciudades? ¿Existe una estrategia de marca y comunicación de la misma para posicionarse internacionalmente? ¿Se comunica la cultura municipal globalmente? ¿Qué se comunica en relación al cambio climático? ¿Y sobre la Agenda 2030?

Se parte de las siguientes hipótesis iniciales: se estima que las ciudades objeto de estudio incluyen en sus portales web oficiales información relativa a la política internacional; asimismo, se plantea la hipótesis que afirma que existe una estrategia de marca y comunicación de las ciudades de modo que les permita posicionarse; también se prevé que la cultura municipal sí se comunique a través de las webs; en relación al cambio climático, se parte de la hipótesis de que las ciudades sí incluirán información al respecto en sus sitios web y, finalmente, sobre la Agenda 2030, se plantea como hipótesis de partida que también se incluya información sobre dicha Agenda.

## 2. Material y metodología

La presente investigación se contextualiza en el proyecto de investigación “La diplomacia pública de las megaciudades iberoamericanas: estrategias de comunicación y poder blando para influir en la legislación ambiental global” (RTI2018-096733-B-I00), en el que se analiza una selección de ciudades iberoamericanas de importancia, ya sea demográfica, cultural, histórica, geoestratégica, etc., para analizar sus estrategias de comunicación en línea en relación a la diplomacia pública, a través de sus sitios webs institucionales.

## 2.1. Material

En este trabajo se analizan las ciudades de Monterrey (México), Medellín (Colombia), Lisboa y Oporto en Portugal y Badajoz y Mérida en España (Tabla 1). Como se ha mencionado, se seleccionan por ser las capitales de su país (Lisboa), por su importancia demográfica y/o económica (Monterrey, Medellín y Oporto) o por su situación geoestratégica y su relevancia en las relaciones internacionales hispano-portuguesas (Badajoz y Mérida –España–).

Monterrey, ciudad situada al noreste de México, es la capital de Nuevo León y centro de la segunda zona metropolitana más grande del país. Por su ubicación geográfica, alejada de las ciudades virreinales, su evolución demográfica y económica fue distinta de otras ciudades del centro y sur del país, destacando por su industria manufacturera. En la actualidad, su economía se basa en el sector servicios y del conocimiento. Se encuentra entre las ciudades más pobladas de México, superando de forma holgada el millón de habitantes (lejos de la capital del país, pero una cifra significativa en comparación con otras poblaciones).

Medellín, capital del departamento de Antioquia, está situada al noroeste de Colombia. Es la segunda ciudad con más población del país tras de Bogotá (alrededor de 2,5 millones de habitantes y más de 4 millones si se incluye el área metropolitana). Medellín destaca por ser una ciudad de servicios, por sus numerosas y amplias zonas verdes, cuenta con más de veinte museos y numerosa actividad comercial, siendo uno de los principales destinos turísticos del país.

Lisboa, capital de Portugal, es la ciudad con mayor población del país (casi 3 millones considerando el área metropolitana). Situada en la desembocadura del Río Tajo, se encuentra en una ubicación estratégica por su salida al Océano Atlántico y su importancia histórica. Es la ciudad del país con mayor peso económico con un PIB por habitante superior a la media europea. Su economía se basa en el sector servicios y en el turismo, siendo en la actualidad uno de los principales destinos europeos.

Oporto (Porto) se encuentra situada en la desembocadura de Río Duero, al noroeste del país, y es la segunda ciudad en importancia de Portugal. Tiene una población cercana a los 300.000 habitantes (también casi tres millones si se considera su área metropolitana y de influencia). Ciudad relevante en el aspecto comercial, en especial en lo relacionado con el vino. Ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Badajoz y Mérida son dos ciudades españolas, situadas en Extremadura, región al oeste de España, frontera con Portugal. Son dos ciudades distintas de las anteriores porque no son especialmente relevantes por su población, sino por su situación geográfica y estratégica. Badajoz, a tan solo 5 kilómetros de la frontera portuguesa, actúa como un polo de atracción económica y de servicios en un radio de acción de unos 150-200 kilómetros. Tiene un marcado carácter internacional actuando como nexo de relaciones entre Madrid y Lisboa, así

como al sur con la ciudad de Sevilla. Además, junto con las ciudades portuguesas de Elvas y Campo Maior, conforman la eurociudad EUROBEC.

Mérida, ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, además de su importancia cultural e histórica, es la capital de la región de Extremadura, territorio con la mayor extensión fronteriza con Portugal (denominada La Raya) y que, precisamente junto a las regiones portuguesas de Alentejo y Centro, constituyen la eurrregión EUROACE. Además, Extremadura se caracteriza por su relación histórica con Iberoamérica.

Tabla 1. Sitios web institucionales de las ciudades objeto de análisis

Ciudad	Sitio web
Badajoz	<a href="https://www.aytobadajoz.es/es/ayto/portada">https://www.aytobadajoz.es/es/ayto/portada</a>
Lisboa	<a href="https://www.lisboa.pt">https://www.lisboa.pt</a>
Medellín	<a href="https://www.medellin.gov.co">https://www.medellin.gov.co</a>
Mérida	<a href="https://merida.es">https://merida.es</a>
Monterrey	<a href="http://www.monterrey.gob.mx/index.asp">http://www.monterrey.gob.mx/index.asp</a>
Oporto (Porto)	<a href="https://www.cm-porto.pt">https://www.cm-porto.pt</a> - <a href="https://www.porto.pt">https://www.porto.pt</a>

Fuente: elaboración propia

## 2.2. Metodología

La metodología utilizada es la del análisis de contenido de los sitios web institucionales de las ciudades objeto de estudio (Tabla 1), mediante la aplicación de un formulario/cuestionario con una serie de indicadores organizados en seis grandes bloques de información: Información básica; Actividad comunicativa y política internacional; Indicadores de marca e internacionalización económica; Indicadores de comunicación y cultura internacional y Cambio climático; Agenda 2030 - Indicadores urbanos.

De los más de 100 ítems de análisis incluidos en el modelo, se toman los 50 relacionados con el objetivo de la investigación, ordenados en 13 grandes indicadores, de modo que el modelo que se aplica en las seis ciudades estudiadas es el que se expone en la tabla 2.

Tabla 2. Modelo de análisis utilizado

Grupo	Indicador	EXPLICACIÓN DE LAS VARIABLES Y CUÁLES HAN SIDO UTILIZADAS
<b>Información básica</b>	Perfil	Las variables definen cuestiones de la ciudad que son determinantes para el análisis, al establecer datos básicos de la misma como capitalidad, población, dimensión económica, situación geográfica. Variables: Nombre oficial de la ciudad País Población Capitalidad (sí o no) Posición de la ciudad en términos comparados: capitalidad, liderazgo regional, aislada
	Alcalde	Las variables detallan datos del alcalde, relación del gobierno local con el del país y conexiones políticas del municipio con otras ciudades del país. Variables: Nombre del Alcalde Partido político Partido político del gobierno central Relación con otras ciudades del país

<b>Actividad comunicativa y política internacional</b>	Narrativa de la globalización	La conceptualización de la ciudad a nivel global como ciudad tecnológica, histórica, de servicios u otros. Además, señala las interacciones internacionales y la alineación o no con el gobierno central en función de la imagen global que muestra el municipio. Variables: ¿Se posiciona como ciudad global? ¿Cómo justifica la acción internacional ante los vecinos? ¿Participa el Alcalde? ¿Se encuentran en su agenda? ¿Qué temas son de preferencia en el municipio? ¿Qué tipo de actores internacionales son recibidos en la ciudad? ¿Cuándo se alinea la actividad internacional del municipio con el Estado? ¿Cuándo no sucede?
	Gabinete de comunicación	La existencia de un área dedicada a temas internacionales, y especialmente con publicaciones en otros idiomas, muestra la importancia que los ayuntamientos dan a los gabinetes de comunicación como elemento de comunicación internacional. Variables: ¿Existe un área dedicada a cuestiones internacionales? ¿En qué idiomas se publica en redes sociales? ¿Existe un portal de actividades internacionales?
	Órganos de gobierno	Muestra la relevancia que le da el gobierno municipal a la comunicación internacional, sus objetivos y a qué países van destinados. Variables: ¿Qué tipo de información internacional aparece en el plan de gobierno o plan estratégico de la ciudad? Ejemplos como países destinatarios, áreas de interés
	Redes de actividad	La participación de la ciudad en redes internacionales ocasiona una mayor visibilidad internacional del municipio. Variables: ¿Participa en programas generalistas (ciudades hermanas)? ¿Participa en programas especializados ( <i>Strong Cities Network</i> )?
<b>Indicadores de marca e internacionalización económica</b>	Planificación estratégica	Interés del municipio por posicionar internacionalmente la ciudad. Variables: ¿Existe un Plan de promoción internacional? ¿Existe una estrategia de marca ciudad?
	Marca ciudad	En el caso de que exista la marca ciudad del municipio, se identifica la misma y otros indicadores relacionados. Variables: ¿Es la marca ciudad notoria? ¿Cuenta con información gráfica reconocible? ¿Existen marcas locales de valor global? ¿En qué sector de actividad económica? ¿Cuenta la ciudad con un plan de especialización? ¿Cuenta la ciudad con universidades de prestigio mundial? ¿Cuenta la ciudad con escuelas de negocios de prestigio mundial?



Indicadores de comunicación y cultura internacional	Eventos y actos internacionales	<p>Los eventos y actos internacionales son muestra de la relevancia de la ciudad en su entorno. Variables:</p> <p>¿Existe una estrategia de captación de actividades culturales?</p> <p>¿Se dirigen al público local o internacional?</p> <p>¿Son actividades efímeras o se instalan en la vida diaria o son actividades puntuales?</p> <p>¿Se organizan actividades culturales internacionales?</p> <p>¿Se organizan ferias y mercados de economía de la cultura?</p>
<b>Cambio climático</b>	Perfil	<p>Las acciones sobre el cambio climático de las ciudades vienen determinadas por las redes de actividad internacional y por los programas en los que participan. Variables:</p> <p>Redes de actividad internacional, año de incorporación, finalidad, aportación económica y posición ejecutiva en la red.</p> <p>¿Participa en programas generalistas (cambio climático)?</p> <p>¿Participa en programas especializados (transporte, movilidad, <i>smart cities</i>)?</p>
	Dirección pública profesional	<p>Se analiza si los asuntos relacionados con el cambio climático tienen una dirección pública profesional, así como si disponen de presupuestos específico. Variables:</p> <p>¿Quién es el directivo responsable de políticas internacionales?</p> <p>¿Qué presupuesto tiene concedido?</p>
	Gabinete de comunicación	<p>Se determina si dentro del Gabinete de Comunicación existe un área que se dedique específicamente a informar sobre el cambio climático. Además, si la información es traducida a otros idiomas. Variables:</p> <p>¿Existe un área dedicada a cambio climático?</p> <p>¿En qué idiomas?</p> <p>¿En qué idiomas se publica en redes sociales?</p>
<b>Agenda 2030 - Indicadores urbanos</b>	Indicadores urbanos	<p>La Agenda 2030 determina las acciones que deben llevar a cabo los gobiernos para un desarrollo sostenible. En el caso de los municipios el establecimiento de planes específicos muestra el interés del consistorio en dicha Agenda. Variables:</p> <p>¿Qué narrativa de Agenda 2030 se extiende por la ciudad?</p> <p>¿Qué planes de acción se han desarrollado?</p> <p>¿Qué objetivos de cambio climático son prioritarios?</p>

Fuente: elaboración propia a partir de la matriz completa desarrollada en el proyecto de investigación referido.

El análisis utilizando estos indicadores y variables se llevó a cabo durante los meses de febrero y marzo de 2022.

### 3. Resultados y discusión

Una vez aplicado el modelo de análisis a los sitios web institucionales de las ciudades objeto de estudio, en este epígrafe se muestran los resultados de las seis ciudades agrupados por indicadores. Se exponen en formato de tabla en cuyas filas o columnas se desglosan los resultados de cada ciudad. En el primer indicador se analiza el perfil de las ciudades (tabla 3), incluido en el grupo de información básica.

Tabla 3. Información básica. Indicador “Perfil”

Nombre oficial de la ciudad	Información básica. PERFIL
<b>Badajoz</b>	Badajoz es la capital de la provincia homónima en España. Tiene una población de 150.610 habitantes (INE, 2021a). Ciudad de mayor población de Extremadura y centro comercial de la zona española-portuguesa conocida como La Raya (Extremadura-Alentejo)
Lisboa	Lisboa es la capital de Portugal y de la región homónima. En la ciudad hay 545.245 habitantes (cerca de 3 millones, contando la zona metropolitana). Es la ciudad del país de mayor importancia económica. Destaca por el sector servicios y, en especial, el turismo
Medellín	Medellín es la capital de la provincia de Antioquia, en Colombia. Tiene una población aproximada de 2.5 millones de personas. Es la segunda ciudad más importante del país en términos económicos. Destaca a nivel nacional en el sector de la innovación y la tecnología
Mérida	Mérida es la capital de la región de Extremadura, en España. Es la ciudad estudiada con menor población con 59.424 habitantes (INE, 2021b). Destaca por el sector servicios, por su importancia administrativa y por su posicionamiento cultural (ciudad Patrimonio de la Humanidad –UNESCO–)
Monterrey	Monterrey es la capital del Estado de Nuevo León, en México. Tiene 1.142.994 habitantes. Es considerada un pilar del desarrollo económico del país, ya que mantiene el liderazgo industrial en relación con otras ciudades de la República
Porto	Oporto (Porto) es la “capital” del norte de Portugal. Tiene una población cercana a los 300.000 habitantes. Se trata de la segunda ciudad en importancia del país. Destaca por el turismo y su actividad comercial, en especial en el sector vinícola. Ciudad Patrimonio de la Humanidad (UNESCO)

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

En los datos de la tabla 3, que son los más relevantes del análisis de este indicador, se puede apreciar que las ciudades son bastante heterogéneas en cuanto a población, peso económico, cualidades culturales, etc. No obstante, tal y como se ha explicado en la justificación de la selección del material, las seis ciudades tienen en común su relevancia en términos de capitalidad, de posición geoestratégica, de sus relaciones nacionales e internacionales y, por tanto, de ahí el interés por analizarlas en sus facetas más relativas a la diplomacia pública.

En la siguiente tabla se incluye la información relativa al indicador relacionado con la alcaldía de las ciudades estudiadas:

Tabla 4. Información básica. Indicador “Alcalde”

Ciudad	Información básica. ALCALDE
Badajoz	El alcalde es Ignacio Gragera Barrera, abogado, del Grupo Municipal Ciudadanos (Cs). El partido político mayoritario del gobierno central (del país) es el Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Badajoz está hermanada en España con la ciudad de Punta Umbría (Huelva) desde 2008. También con otras ciudades de otros países
Lisboa	El alcalde es Carlos Moedas, licenciado en Ingeniería Civil, del Partido Social Demócrata (PSD). El partido que gobierna en Portugal es el Partido Socialista. Lisboa está hermanada en Portugal con la ciudad de Guimarães desde 1993
Medellín	El alcalde es Daniel Quintero Calle, Magíster en Administración de Negocios (MBA), del partido Independientes (Colombia). El partido que gobierna en Colombia es el Centro Democrático. La ciudad está hermanada en Colombia con Armenia, Manizales y Pereira
Mérida	El alcalde es Antonio Rodríguez Osuna, diplomado en educación física y empresario, del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). El partido político mayoritario del gobierno central (del país) también es el PSOE. Mérida (España) está hermanada con la localidad murciana de Totana
Monterrey	El alcalde y presidente municipal de Monterrey es Luis Donaldo Colosio Riojas, abogado, del partido Movimiento Ciudadano. El partido político que gobierna México es el PDR (Partido de la revolución democrática). En México está hermanada con la ciudad de Santiago (Nuevo León)
Porto	El alcalde es Rui Moreira, licenciado en gestión de empresas, político independiente apoyado por CDS/PP. El partido que gobierna en Portugal es el Partido Socialista. En la actualidad Porto no está hermanada con ninguna ciudad en Portugal, aunque sí lo está con otras de otros países

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Se observa en los resultados del análisis algo en común: que en todas las ciudades hay alcaldes y no hay ninguna alcaldesa (circunstancia que bien merece una reflexión). Los alcaldes son de distintos partidos políticos o incluso independientes (Porto) y, en ocasiones, coincide su partido con el del gobierno nacional, pero en la mayoría de los casos no hay ese alineamiento político. En principio, esa diferencia podría suponer una relación menos directa de la ciudad con el gobierno del país, si bien la coincidencia política tampoco implica necesariamente un buen entendimiento entre administraciones. Todas las ciudades analizadas tienen hermanamientos con otros municipios en otros países. En sus propias naciones también tienen ciudades hermanas (salvo Porto).

Una vez analizados los dos indicadores correspondientes al grupo de información básica,

los siguientes cuatro indicadores se refieren al grupo relacionado con la actividad comunicativa y política internacional de las ciudades. En la tabla 5 se incluye el análisis de la narrativa de la globalización de las ciudades.

Tabla 5. Actividad comunicativa y política internacional. Indicador “Narrativa de la globalización”

Variable	Actividad comunicativa y política internacional.					
	NARRATIVA DE LA GLOBALIZACIÓN					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Se posiciona como ciudad global?	Sí, por su situación fronteriza y comercial	Sí, ciudad intercultural/ ciudad cervantina	Sí, especialmente en turismo	Sí, como ciudad patrimonio UNESCO	No	Sí
¿Cómo justifica la acción internacional ante los vecinos?	En el Plan Estratégico	Mención expresa en la web (RR.II.)	Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 Medellín Futuro	En su agenda	-	A través del manual de identidad da marca
¿Participa el Alcalde?	Sí	-	Sí	Sí	-	Sí
¿Se encuentran en su agenda?	Sí	-	Sí, en noticias sobre la ACI	Sí	-	Sí
¿Qué temas son de preferencia en el municipio?	Se obtiene de ferias, celebraciones	Urbanísticos, económicos, transparencia	La internacionalización empresarial y del sector productivo	Ciudad y Patrimonio, Educación y Cultura	-	Económicos, sanitarios, innovación
¿Qué tipo de actores internacionales son recibidos en la ciudad?	Recepción de embajadores y agrupaciones	-	Recepción de embajadores y de entidades extranjeras	Otros alcaldes de ciudades patrimonio	-	-
¿Cuándo se alinea la actividad internacional del municipio con el Estado?	Siempre	-	-	Cuando participan los Reyes en las actividades de las ciudades patrimonio	-	-
¿Cuándo no sucede?	No se observa ningún caso	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Se observa un interés general por la globalización en las ciudades analizadas, salvo en el caso de Monterrey, ciudad más centrada en afrontar retos locales, según se desprende de su Plan Municipal de Desarrollo (2021-24). Resulta curioso que no se encuentre nada de información relativa a relaciones institucionales/internaciones en ninguna de las secretarías del ayuntamiento. Entre las ciudades que sí se posicionan como ciudades globales, se aprecia que alguna se fundamenta en su ubicación geográfica y potencia comercial (Badajoz), alguna en su pertenencia al grupo de ciudades patrimonio de la UNESCO (Mérida) y otras se posicionan como ciudades globales debido al factor económico y turístico (Lisboa, Medellín y Porto).

En los casos en los que se ha encontrado información, el alcalde suele participar en la estrategia de globalización y, por tanto, se encuentra en su agenda. Los alcaldes suelen recibir a embajadores de otros países, alcaldes de otras ciudades y grupos extranjeros. En la siguiente tabla se describe si en los gabinetes de comunicación de las ciudades se tratan los temas internacionales.

Tabla 6. Actividad comunicativa y política internacional. Indicador “Gabinete de comunicación”

Variable	Actividad comunicativa y política internacional.					
	GABINETE DE COMUNICACIÓN					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Existe un área dedicada a cuestiones internacionales?	No	Sí	No	No	No	No
¿En qué idiomas se publica en redes sociales?	En español. En la web también en portugués e inglés	En portugués	En español. En los vídeos también en lengua de signos	En español, inglés y portugués	En español	En portugués
¿Existe un portal de actividades internacionales?	No	Sí	No	No	No	No

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

A pesar de la importancia de las relaciones internacionales, solo en el caso de Lisboa hay un área en el gabinete de comunicación municipal dedicada a cuestiones internacionales, así como un portal específico de actividades internacionales. Para el resto de ciudades parece no ser una prioridad el especializarse en esa materia.

Llama la atención que las ciudades de mayor importancia y población solo publiquen en

redes sociales en su idioma, ya sea portugués (Lisboa y Porto) o español (Medellín y Medellín). Las ciudades de menor tamaño sí se esfuerzan en publicar en otros idiomas: en el caso de Badajoz se prioriza el portugués dado su carácter fronterizo, mientras que en el caso de Mérida se prioriza el inglés, dado su carácter turístico. Destaca Medellín en su interés por dar acceso a los contenidos en vídeo a personas sordo-signantes.

En la tabla 7 se analiza la importancia que le dan los órganos de gobierno a la actividad comunicativa y política internacional.

Tabla 7. Actividad comunicativa y política internacional. Indicador “Órganos de gobierno”

Variable	Actividad comunicativa y política internacional.					
	ÓRGANOS DE GOBIERNO					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Qué tipo de información internacional aparece en el plan de gobierno o plan estratégico de la ciudad?	En el Plan Estratégico “Con `B´ de Badajoz” (Plan Portugal)	En la Carta estratégica (2010-2024)	-	-	No aparece	Partida específica para redes, eventos y asociaciones internacionales
<b>Ejemplos como países destinatarios, áreas de interés</b>	Portugal	Áreas: Ambiente, cultura, deporte, derechos sociales, educación, etc.	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Los órganos de gobierno de varios de los municipios analizados (Medellín, Mérida y Monterrey) no parece que le den mucha importancia a la comunicación internacional o, al menos, no lo indican expresamente entre sus objetivos prioritarios. Badajoz y Lisboa sí lo incluyen en sus planes estratégicos y lo reflejan en algún país destinatario o algunas áreas de interés concretas. Porto dedica una partida específica de su presupuesto a la comunicación internacional, pero no se han encontrado evidencias escritas en su web que determinen su uso, ni con qué objetivos prioritarios.

Si se considera que la diplomacia pública es relevante, se debería apoyar claramente desde los órganos de gobierno y se tiene introducir de forma expresa en los planes estratégicos municipales, de modo que tanto los gestores como los propios ciudadanos consideren de interés la comunicación internacional.

En la siguiente tabla se incluyen las redes de actividad en las que participan las ciudades analizadas.

Tabla 8. Actividad comunicativa y política internacional. Indicador “Redes de actividad”

Variable	Actividad comunicativa y política internacional.					
	REDES DE ACTIVIDAD					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Participa en programas generalistas (ciudades hermanas)?	Además de con Punta Umbría, hermanada con Elvas, Santarém y Nazaré (Portugal), Granada (Nicaragua), Blumenau (Brasil) y Sombrerete (México)	Hermanada con numerosas ciudades como: París, Sao Paulo, Buenos Aires, Madrid, Rio de Janeiro, Rabat o Pekín.	Muchas ciudades como: Barcelona, Bilbao y Zaragoza (España), Dubái (EAU), Chicago, Fort Lauderdale, New York (EE.UU.), Valparaíso (Chile) o Maracay (Venezuela)	Hermanada con Mérida (Venezuela) y Mérida (México). También con Totana (España)	Muchas ciudades como: Dallas, Houston, Barcelona, Bilbao, Rosario, Guatemala, San Salvador, Medellín, Concepción o Múnich	Varias ciudades como: Beira en Mozambique, Burdeos en Francia, Jena en Alemania, León y Vigo en España, Montevideo en Uruguay o Shanghai en China
¿Participa en programas especializados ( <i>Strong Cities Network</i> )?	Eurociudad EUROBEC compuesta por Badajoz (España) y Elvas / Campomayor (Portugal)	Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) que agrupa a 27 ciudades de Iberoamérica. También Red de Ciudades Interculturales y Red de ciudades cervantinas	<i>Strong Cities Network</i>	Forma parte del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE). También de la euroregión EUROACE	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Como ya se ha mencionado, las ciudades buscan convenios y sinergias con otras ciudades, de modo que puedan poner en común y beneficiarse de aspectos compartidos. Se observa tras el análisis que todas las ciudades estudiadas están hermanadas con otras muchas ciudades. También son mayoría las que participan en programas especializados, ya sean de uniones que buscan fortalecer la zona geográfica, como los casos de la eurociudad (Badajoz) o la euroregión (Mérida), ya sea porque les une ser capitales

de países iberoamericanos (Lisboa) o porque han querido formar parte de redes con programas especializados, como es el caso de Medellín, integrada en la Strong Cities Network, “lanzada en 2015 en la Asamblea General de la ONU para organizar una respuesta liderada por las ciudades contra el odio, la polarización y el extremismo en todas sus formas” (Strong Cities Network, 2022).

No se han considerado redes en las que participan las ciudades, pero no por iniciativa propia, sino por ser parte del país, por ejemplo, el caso de Monterrey y su participación en la Alianza del Pacífico que integra a Chile, Colombia, México y Perú.

El siguiente grupo de variables de análisis se refiere a los indicadores de marca e internacionalización económica. En la tabla 9 se incluyen los datos relativos a la planificación estratégica.

Tabla 9. Indicadores de marca e internacionalización económica. Indicador “Planificación estratégica”

Variable	Indicadores de marca e internacionalización económica					
	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Existe un Plan de promoción internacional?	No existe un plan de internacionalización como tal, pero sí hay acciones de forma habitual (presencia en FITUR -Madrid, FERIA Lisboa, etc.)	-	-	-	-	-
¿Existe una estrategia de marca ciudad?	Algunas acciones en ese sentido posicionándose como ciudad comercial, de servicios, puente entre España y Portugal.	Sí: Lisboa, ciudad global	Sí, Medellín, Aquí florece todo	Sí, Mérida, Patrimonio de la Humanidad	No	Sí

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas



En relación al interés de los municipios por posicionar internacionalmente la ciudad, no se tienen evidencias al analizar los sitios web de que exista un plan de promoción internacional. En el caso de la ciudad de Badajoz sí se detallan algunas acciones, pero no se menciona un plan como tal. Sin embargo, sí hay en la mayoría de ciudades una estrategia de marca ciudad.

Por tanto, se puede decir que las ciudades se preocupan por sus marcas como urbes, pero no tanto de diseñar y poner por escrito un plan “oficial” de promoción internacional. Es posible que las acciones que llevan a cabo se deban a la propia inercia, ya que las hacen con periodicidad, pero no dentro de un plan estratégico. Se considera recomendable implementar la conceptualización de un plan de promoción internacional, cada ciudad dentro de sus posibilidades y recursos.

En la siguiente tabla se analizan los aspectos relacionados con la Marca ciudad.

Tabla 10. Indicadores de marca e internacionalización económica. Indicador “Marca ciudad”

Variable	Indicadores de marca e internacionalización económica					
	MARCA CIUDAD					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Es la marca ciudad notoria?	No especialmente	Sí, por ser la capital de Portugal y destino turístico	Sí. Antes la marca de la alcaldía. Desde noviembre de 2021 la marca ciudad	Sí, incluye imágenes del teatro romano y del templo de Diana	No	Sí, Marca Porto
¿Cuenta con información gráfica reconocible?	Sí se ha trabajado en la identidad corporativa (grafías, colores, eslóganes, etc.)	Sí	Sí	Sí	Escudo de la ciudad	Sí
¿Existen marcas locales de valor global?	Sus fiestas de interés turístico nacional: Carnavales y Semana Santa	Sí, Torre de Belem, Rossio, praça do Comércio	Marcas nacionales, como: Alpina, Pony Malta, Club Colombia, Postobón, Noel, Colombina, Argos, Bancolombia o Grupo Sura.	-	-	Sí, vino

¿En qué sector de actividad económica?	Turismo	Turismo y cultura	Textil, metalme-cánico, eléctrico y electrónico, telecomunicaciones, automotriz, alimentos y salud	Turismo y administración	-	Turismo, Comercial
¿Cuenta la ciudad con un plan de especialización?	-	-	-	-	-	-
¿Cuenta la ciudad con universidades de prestigio mundial?	Sí, Universidad de Extremadura	Sí	Sí, prestigio Latinoamérica: Universidad Nacional de Colombia, Universidad de Antioquia, la Pontificia Bolivariana o EAFIT	Sí, Universidad de Extremadura	Sí, Instituto Tecnológico de Monterrey y Universidad TecMilenio	Sí, Universidad de Oporto
¿Cuenta la ciudad con escuelas de negocios de prestigio mundial?	Sí, ITAE Business School	-	No, pero sí universidades con estos estudios	-	-	Sí

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Relacionado con el indicador anterior, en general las ciudades sí cuidan su marca ciudad, si bien en unas es más notoria y en otras no mucho (Badajoz) o no se cuida apenas (Monterrey). Todas cuentan con información gráfica reconocible, desde solo el escudo de la ciudad (Monterrey) a otras ciudades con identidad corporativa (grafías, colores, eslóganes, etc.) muy cuidada y que utilizan en todas las publicaciones.

En cuatro de las seis ciudades comunican marcas locales de valor global, casi siempre relacionadas con el turismo, pero también con la cultura, el comercio o la actividad industrial. No obstante, ninguna ciudad cuenta con un plan estratégico de especialización relacionado con la internacionalización económica. Todas las ciudades analizadas cuentan con centros universitarios de prestigio y Badajoz y Porto con escuelas de negocios de prestigio.

Todos estos datos muestran que las ciudades se preocupan cada vez más por su imagen, por su marca (Medellín renovó su imagen de marca en noviembre de 2021 a través de un proceso participativo virtual; Guilló y Mancebo-Aracil, 2017) y que sus marcas globales y sus centros de enseñanza de prestigio son claves para la comunicación pública de las ciudades y sus relaciones con sus grupos de interés.

El siguiente bloque trata los indicadores de comunicación y cultura internacional. En la tabla 11 se incluye la información relacionada con los eventos y actos internacionales.

Tabla 11. Indicadores de comunicación y cultura internacional. Indicador “Eventos y actos internacionales”

Variable	Indicadores de comunicación y cultura internacional					
	EVENTOS Y ACTOS INTERNACIONALES					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Existe una estrategia de captación de actividades culturales?	Hay diversas actividades culturales consolidadas	Sí	Hay diversas actividades culturales consolidadas	Sí, como el <i>Stone &amp; Music Festival</i> y el Festival Internacional de Teatro	Sí, Festival Internacional Alfonsino, Festival Internacional de Guitarra de Monterrey	Sí, Festival de danza o Womex (encuentro mundial de la industria de la música)
¿Se dirigen al público local o internacional?	A ambos	Ambos, pero solo se ofrece en portugués	A ambos	A ambos	Ambos	Ambos
¿Son actividades efímeras o se instalan en la vida diaria o son actividades puntuales?	Están instaladas en la vida diaria	Están instaladas en la vida diaria	Están instaladas en la vida diaria	Están instaladas en la vida diaria	Están instaladas en la vida diaria	Están instaladas en la vida diaria
¿Se organizan actividades culturales internacionales?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
¿Se organizan ferias y mercados de economía de la cultura?	-	-	-	Sí	Sí	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Al realizar el análisis se ha comprobado que existe cierta estrategia de captación de actividades culturales, ya que en todas ellas hay diversas actividades culturales consolidadas, que no son puntuales, sino que se han instalado en la vida diaria, celebrándose periódicamente (casi siempre de forma anual). Estas actividades suelen estar destinadas tanto al público local como al nacional e internacional. Por tanto, estos eventos y actos internacionales pueden ayudar a la promoción y difusión de las ciudades, además de fomentar la recepción de públicos externos y mejorar las relaciones entre poblaciones y culturas.

Una vez tratados los indicadores relacionados con la comunicación y cultura internacional, a continuación se exponen los resultados en relación a los indicadores sobre el cambio climático, que son el perfil, la dirección pública profesional y el gabinete de comunicación. En la tabla siguiente se analiza el perfil.

Tabla 12. Cambio climático. Indicador “Perfil”

Variable	Cambio climático					
	PERFIL					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
<b>Redes de actividad internacional, año de incorporación, finalidad, aportación económica y posición ejecutiva en la red</b>	Red Española de Ciudades por el Clima desde el 20/04/2017 (Diputación de Badajoz), Red de Ciudades por la Bicicleta	Pacto de Autarcas sobre el clima y la energía (2016)	ICLEI, Cities for mobility, C40 cities, CIDEU (Centro Iberoamericano de Desarrollo)	-	-	-
¿Participa en programas generalistas (cambio climático)?	Programa Operativo de Crecimiento Sostenible (2014-2020), mediante la Estrategia de Desarrollo Sostenible e Integrado (EDUSI)	Pacto de Autarcas, C40 Cities	C40 Cities	-	Alianza para la Acción Climática de la Zona Metropolitana de Monterrey (ACA-MTY).	-
¿Participa en programas especializados (transporte, movilidad, <i>smart cities</i> )?	Proyecto europeo “Territorio EURO-BIRD”	Eurocities	Cities for mobility	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Se observa en los resultados que Badajoz, Lisboa y Medellín participan en redes de actividad internacional y participan en programas generalistas y especializados relacionados con el cambio climático. Sin embargo, las otras tres ciudades no forman parte de redes, si bien Monterrey ha propiciado una acción local en relación con el clima. Sin duda, estas redes y acciones mejoran la comunicación de la diplomacia pública de las ciudades, ya que, mediante su adhesión y participación en ellas, propician el cumplimiento de los ODS y se fomentan las relaciones institucionales internacionales.

En la tabla 13 se incluyen los datos relativos a la dirección pública profesional.

Tabla 13. Cambio climático. Indicador “Dirección pública profesional”

Variable	Cambio climático					
	DIRECCIÓN PÚBLICA PROFESIONAL					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Quién es el directivo responsable de políticas internacionales?	-	-	-	-	-	-
¿Qué presupuesto tiene concedido?	-	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Aunque en la mayoría de ayuntamientos se observa un cierto interés por lo relacionado con el cambio climático, es cierto que en ninguno se dice expresamente en sus sitios webs que tengan un presupuesto para este asunto, ni tampoco incorporan a sus plantillas a un directivo responsable de políticas internacionales especializado en cambio climático. Es probable que en ayuntamientos de menor entidad (Badajoz o Mérida) no se disponga de recursos para disponer de personal cualificado especializado en la materia, pero sí resulta más sorprendente que en las otras ciudades con mayores presupuestos no se haya contemplado esta posibilidad. La ausencia de profesionales dedicados a este tema, así como la ya mencionada ausencia de un planteamiento estratégico, habitual también en otros ámbitos (Bueno y Gallego Cosme, 2021), complican la mejora en la correcta comunicación del cambio climático en las webs municipales analizadas.

En la tabla 14 se analiza la labor del gabinete de comunicación en relación al cambio climático.

Tabla 14. Cambio climático. Indicador “Gabinete de comunicación”

Variable	Cambio climático					
	GABINETE DE COMUNICACIÓN					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Existe un área dedicada a cambio climático?	No	Sí	No	No	No	No
¿En qué idiomas?	-	Portugués	-	-	-	-
¿En qué idiomas se publica en redes sociales?	-	Portugués	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Al igual que ocurría con el indicador anterior, casi ninguna ciudad contempla una especialización en la comunicación en relación al cambio climático. Solo en el caso de Lisboa existe un área del gabinete de comunicación que se dedica a comunicar el cambio climático, si bien lo hace solo en portugués (es un logro que lo hagan así de forma específica, pero quizás se podrían plantear realizar toda la comunicación institucional también en inglés u otros idiomas).

Por último, a continuación se exponen los resultados relacionados con los indicadores sobre la Agenda 2030 – Indicadores urbanos.

Tabla 15. Agenda 2030 – Indicadores urbanos. Indicador “Indicadores urbanos”

Variable	Agenda 2030 – Indicadores urbanos					
	INDICADORES URBANOS					
	Badajoz	Lisboa	Medellín	Mérida	Monterrey	Porto
¿Qué narrativa de Agenda 2030 se extiende por la ciudad?	-	Carta Estratégica/ Cómo hacer de Lisboa una ciudad ambientalmente sostenible y energéticamente eficiente	El capítulo II del Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 Medellín Futuro desarrollo la estrategia municipal en relación a los ODS	-	-	Cumbre de Oporto mayo 2021
¿Qué planes de acción se han desarrollado?	-	Compromiso Lisboa Capital Verde	-	-	Concienciación ecológica, cuidado del entorno	Cumbre de Oporto mayo 2021
¿Qué objetivos de cambio climático son prioritarios?	-	-	Incluyen estrategias para todos los ODS	-	Varios	Derechos sociales principales objetivos de la agenda 2030 de la cumbre de Oporto mayo 2021

Fuente: elaboración propia a partir de los sitios webs de las ciudades analizadas

Las ciudades de mayor importancia sí incluyen contenidos en relación a la Agenda 2030 y lo incluyen en su narrativa comunicativa institucional, a través de sus planes estratégicos (Lisboa y Medellín) o mediante la celebración de encuentros al respecto (Oporto). Lisboa ha llevado a cabo acciones como su compromiso para que Lisboa sea una “capital verde”. Monterrey también desarrolla acciones sobre concienciación ecológica y cuidado del entorno, donde se tratan distintos ODS. Los ayuntamientos que se marquen estos ODS como prioridad mejorarán su responsabilidad social corporativa/institucional, así como su diplomacia pública.

## 4. Conclusiones

En general, en las ciudades estudiadas se observa un interés por la diplomacia pública y su relación con el cambio climático, de modo que se plantean acciones para poder alcanzar los ODS. Sin embargo, al igual que ocurre en otros aspectos y disciplinas, no se observa la comunicación de una estrategia claramente definida al respecto, ya que no es desempeñada por profesionales, siendo posible que se deba a una limitación de recursos en las ciudades pequeñas, pero que no tendría esa justificación en las ciudades mayores.

En cuanto a las preguntas iniciales de investigación y las hipótesis relacionadas, sí se puede decir que se cumple la hipótesis inicial que planteaba la existencia de una actividad comunicativa en relación a la política internacional (salvo Monterrey), en concreto centrándose en las características intrínsecas de cada municipio (comercio, turismo, etc.). En dicha actividad suele participar el alcalde, recibiendo a embajadores, emisarios y grupos extranjeros. En esa actividad es relevante la pertenencia de los municipios a distintas redes de actividad junto a otras ciudades, lo que genera sinergias y oportunidades (todas están hermanadas con otras ciudades y varias participan en programas especializados).

Sobre si existe una estrategia de marca y comunicación de la misma para posicionarse internacionalmente y la hipótesis afirmativa de partida, todas las ciudades se preocupan por su marca ciudad, pero no se extrae del análisis que exista un plan “oficial” de promoción internacional, aunque sí una cierta estrategia de generación de marca. Por tanto, la hipótesis se cumple, pero solo parcialmente.

En referencia a si se comunica la cultura municipal globalmente y la hipótesis de que las ciudades apuestan por su internacionalización online, también en la cultura, sí se hace, ya que en todas las ciudades hay actividades culturales consolidadas que se comunican a través de la web y, por tanto, son accesibles tanto para el público local, como para el nacional e internacional.

En relación a qué se comunica respecto al cambio climático y a la hipótesis de partida que afirma que las ciudades comunican a través de sus webs sus políticas referidas al cambio climático, se puede afirmar que no todas las ciudades muestran interés en dicha comunicación (solo Badajoz, Lisboa y Medellín y algo Monterrey). Además, no existe en ninguna una dirección pública profesional relacionada con el cambio climático y solo Lisboa incluye área específica de su gabinete de comunicación que se ocupa de ello.

Y sobre la información presente en las webs sobre la Agenda 2030 y la hipótesis que plantea que las ciudades incluyen información sobre dicha Agenda, se concluye que solo los ayuntamientos de mayor población e importancia económica incluyen contenidos en relación a la Agenda 2030 y los tratan en su narrativa comunicativa institucional. Los ODS deberían estar presentes en el día a día de la comunicación de todos los municipios, ya que no se



requiere de una gran inversión en recursos, siendo más una cuestión de voluntad política.

Hay que añadir que este estudio tiene algunas limitaciones inherentes a toda investigación. La primera por el propio carácter mutable del soporte, ya que el estudio se realizó a partir de los datos disponibles en los sitios webs institucionales de los municipios, y resulta probable que algunas informaciones sean efímeras y, por tanto, no hayan estado disponibles en el momento del análisis, no apareciendo entre los resultados. No obstante, lo habitual es que la mayor parte de la información se mantenga archivada en la propia web y, por tanto, sí haya sido accesible. Relacionado con el acceso, es posible que algunos datos no encontrados sí estén disponibles en el sitio web, pero, derivado de la propia arquitectura web, los investigadores no hayan sido capaces de encontrar la información por no encontrarse en las rutas o canales de acceso habituales.

Otra circunstancia que limita algo el estudio es que las fechas del análisis coincidieron con un momento en el que algunas webs daban todavía mucha información relacionada con la pandemia mundial, por lo que se daba prioridad a esos contenidos en detrimento de otros, resultando más difícil el acceso a la información de interés relacionada con el objeto de estudio.

## 5. Bibliografía

Alonso González, M. (2020). Tiempo y medio ambiente como ejes noticiosos en los informativos de TVE. Antena 3 y Telecinco. *Miguel Hernández Communication Journal*, 11 (2), 315-336. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcej.v11i0.337>

Bueno, A. y Gallego Cosme, M.J. (2021). La diplomacia de defensa de España en Iberoamérica: ¿una estrategia de poder blando? *Methodos. revista de ciencias sociales*, 9(1), 27-44. <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v9i1.435>

Calvo-Rubio, L.M., y Ufarte-Ruiz, M.J. (2021). Megaciudades iberoamericanas en los medios internacionales. Protagonismo global y cambio climático. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12 (1), 29-44. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000020>

Cerdá Bertomeu, M.J. (2018): Arquitectura de Marcas Destino y Cobranding de Marcas Turísticas: Enfoques de Gobernanza Territorial. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 12(2): 43-59. DOI: <https://doi.org/10.17979/rotur.2018.12.2.3452>

Cerdá Bertomeu, M.J. (2020). Políticas públicas para el marketing territorial y la diplomacia pública. En B. Aldeguer Cerdá y G. Pastor Albadalejo (Dir.), *Democracia, Gobierno y Administración Pública contemporánea* (pp. 302-323). Tecnos.

Colón de Carvajal Fibla, B. (2022). Red INNPULSO: la red de ciudades españolas comprometidas con la ciencia y la innovación. *Revista técnica especializada en administración local y justicia municipal*, 4.

Compte-Pujol, M.; De Urquijo, B. y Matilla, K. (2016) La investigación en marcas de territorio y diplomacia pública en España. Un estudio bibliométrico de las revistas científicas españolas especializadas en Comunicación indexadas en Latindex (1980-2016). *Anales de Documentación*, 19(2), nº 2. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.19.2.255741>

Fernández-Falero, M. R., Trabadela-Robles, J., Garcés-Botacio, I., y Ruano-López, S. (2017). Comunicación política de los ayuntamientos a través de sus webs. Caso de Extremadura. *El profesional de la información*, 26(3), 404-410. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.06>

Fernández-Gómez, E., Segado-Boj, F., Díaz-Campo, J., & Manfredi-Sánchez, J. (2019). El aprendizaje de la transparencia y la rendición de cuentas de los ayuntamientos españoles. *Revista del CLAD. Reforma y democracia*, 75, 175-200.

Fernández-Reyes, R.; Teso-Alonso, G., y Piñuel-Raigada, J. (2013). Propuestas de soluciones en la comunicación del cambio climático. *Razón y Palabra*, 84, 22-47.

Guilló, M. y Mancebo-Aracil, J.F. (2017). Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales. *Miguel Hernández Communication Journal*, 8, 413-434. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v0i8.198>

Herrero-Gutiérrez, F.J.; Martínez-Vallvey, F.; Tapia-Frade, A.; Rey-García, P.; y Cabezeulo-Lorenzo, F. (2017). Transparencia en el sector público a través de salas de prensa online. Gestión de recursos colectivos y su información en webs municipales. *El profesional de la información*, 26 (3), 421-429. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.08>

INE, Instituto Nacional de Estadística (2021a). Población por capitales de provincia y sexo. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2911> (consultado el 15/02/2022)

INE, Instituto Nacional de Estadística (2021b). Población por municipios. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2859> (consultado el 17/02/2022)

Jiménez-Gómez, I. y Martín-Sosa-Rodríguez, S. (2021). Cobertura en la prensa europea de la adaptación de las ciudades a las olas de calor y al cambio climático. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 45-63. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM000024>

Manfredi-Sánchez, Juan-Luis (2020a). El cosmopolitismo urbano: la ciudad ante el orden

postliberal. Relaciones internacionales: *Revista académica cuatrimestral de publicación electrónica*, 44, 29-43. <https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2020.44.002>

Manfredi-Sánchez, Juan-Luis (2020b). Globalization and power: the consolidation of international communication as a discipline. Review article. *El profesional de la información*, v. 29, n. 1, e290111. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.11>

Manfredi-Sánchez, J.; Pizarro, M.; Espiñeira-Guirao, T., y Brown, R. (2021). Ciudades globales, Agenda 2030 y cambio climático como. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 11-12. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000027>

Pizarro, M. (2019). *Diplomacia Pública y Marca Ciudad como estrategias de comunicación global*. Austral Comunicación, 8 (1), 5-7. <https://doi.org/10.26422/aucom.2019.0801.piz>

Ponce Adame, E. y Sánchez Gutiérrez, G. (2021). La cooperación internacional de las ciudades y los gobiernos locales a la luz de la Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo: diez años de dinamismo. *Revista española de desarrollo y cooperación*, 47, 123-132. Disponible en: <https://www.ucm.es/iudesarrolloycooperacion/file/%20n-47>

Pumain D. (2021). From networks of cities to systems of cities. En Rozenblat C.; Neal Z. *Handbook of Cities and Networks*. (pp.16-40). Edward Elgar Publisher.

Sidorenko, P. y Garrido, P. (2021). Comunicación y publicidad del turismo sostenible en la construcción de la marca ciudad. El caso de la certificación internacional 'Biosphere Tourism' en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12 (1), 15-28. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000015>.

Strong Cities Network (2022). About. Disponible en: <https://strongcitiesnetwork.org/en/about/> (consultado el 11/03/2022)

Teso-Alonso, G., y Lozano Ascencio, C. (2022). La comunicación online del Cambio Climático en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 65-87. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1531>

Trabadela-Robles, J.; Ruano-López, S.; y Fernández-Falero, M.R. (2021). La imagen del cambio climático a través de los bancos de imágenes comerciales. En D. Álvarez Rivas e I. Jiménez Gómez (Ed.), *Comunicación del cambio climático* (pp. 46-59). Fragua.



Licencia Creative Commons  
Miguel Hernández Communication Journal  
mhjournal.org

**Cómo citar este texto:**

Soledad Ruano-López, M-Rosario Fernández-Falero, Javier Trabadelo-Robles (2022): La comunicación institucional online de la diplomacia pública de una selección de ciudades de Iberoamérica: Lisboa, Oporto, Monterrey, Medellín, Badajoz y Mérida, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 13 (2), pp. 195 a 204 Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v13i.1694