

**Marta Riera López**  
Técnico de Auditoría  
Sindicatura de Cuentas del Principado de Asturias

## OCEX y Redes Sociales: ¿Necesidad o Reto?

RESUMEN/ABSTRACT:

El objeto del presente artículo será abordar cómo, desde la creación del primer Órgano de Control Externo (en adelante OCEX) en España (Navarra, 1980 antecedente en la edad media) ha evolucionado la comunicación de éstos con uno de sus destinatarios principales, el ciudadano.

En aras de perseguir el objetivo de la transparencia, tanto los OCEX como el resto de instituciones de control a nivel nacional e internacional han ido experimentando cambios en la divulgación de sus conclusiones, informes y recomendaciones. No obstante, en la actualidad y a pesar de que el 'idioma' del siglo XXI es el marcado por las redes sociales y aquello que no tiene un "me gusta", no es "hashtag" o no es "retuiteado" no existe, persiste una clara reticencia por parte de ciertos órganos a subirse al barco de dichas redes. Por ello, se realizará una reflexión sobre si nuestras instituciones están presentes en este nuevo escenario, o no.

The purpose of this article is to address how, since the creation of the first External Control Authority (hereinafter OCEX) in Spain (Navarra 1980, history in 1935) the communication between the OCEX and one of its main targets, the citizen, has evolved.

In order to pursue such transparency, OCEX and other control institutions both nationally and internationally have tested changes in the dissemination of its findings, reports and recommendations. However, at present, despite the fact that the 'language' of the XXI century is marked by social networks and that which does not have a "like", or "hashtag" or "tweeted" does not exist, certain authorities are still reluctant to get on board with such networks. Therefore, there will be a reflection on whether our institutions are present in this new scenario, or not.

REDES SOCIALES, NUEVAS TECNOLOGÍAS, TRANSPARENCIA, CIUDADANO  
SOCIAL NETWORKS, NEW TECHNOLOGIES, TRANSPARENT, CITIZEN

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:



## INTRODUCCIÓN. LOS ÓRGANOS DE CONTROL ESPAÑOLES

Para el desarrollo de las labores de fiscalización de cuentas y gestión económica del Estado y del sector público nos encontramos en España con un modelo descentralizado.

Por un lado, y equiparándose a los órganos colegiados italianos y franceses existe el Tribunal de Cuentas quien se encarga de ejercer las funciones de fiscalización externa, permanente y consuntiva de la actividad económico-financiera del sector público y el enjuiciamiento de la responsabilidad contable en que incurran quienes tengan a su cargo el manejo de caudales o efectos públicos.

En segundo lugar, similar al modelo regional de los Länder alemanes encontramos trece órganos autonómicos de control externo (en adelante OCEX) que, ejercen las funciones de auditoría y se encargan de fiscalizar el sector público autonómico y velar por su adecuación a los principios de legalidad, eficacia y eficiencia así como ejercer todas aquellas competencias que le sean delegadas por el Tribunal de Cuentas. Todas estas instituciones de control publican sus informes en las correspondientes páginas web corporativas.

## DESTINATARIO EMINENTE, EL CIUDADANO

Recoge Erbiti Zabalza (2003) una reflexión realizada por Luis Ordoki, secretario general de la Cámara de Comptos de Navarra, “en una sociedad democrática las entidades superiores de fiscalización y control no pueden vivir, como ha ocurrido en ocasiones, de espaldas a los ciudadanos que son quienes con sus impuestos hacen posible la existencia y funcionamiento del sector público. Deben, por el contrario, abrirse a ellos procurando hacerles llegar las conclusiones y recomendaciones

de sus informes y siendo receptivos a sus demandas y preocupaciones en esta materia de control económico-financiero de los fondos públicos”.

Si bien es cierto que la gran mayoría de las leyes de creación no incluyen preceptos que expresamente pongan de manifiesto la obligación legal de qué, dónde y cómo difundir información, también lo es que en diferentes normativas, estudios, códigos... se hace referencia al ciudadano como usuario de información pública, en concreto, y entre otros se encuentran: Principios Contables Públicos, Normas Internacionales de las Entidades Fiscalizadoras (Principio séptimo y octavo), Código de Buenas Prácticas de Transparencia Fiscal, Siete Principios de la vida pública (Informe Nolan) (1996).

## EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIVULGACIÓN DE INFORMES

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de individuos u organizaciones conectados por diádas que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, laborales... entre otras.

Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, LinkedIn, Pinterest, MySpace... son solo una muestra reducida del gran número de redes sociales a las que cualquier interesado puede acceder en la actualidad.

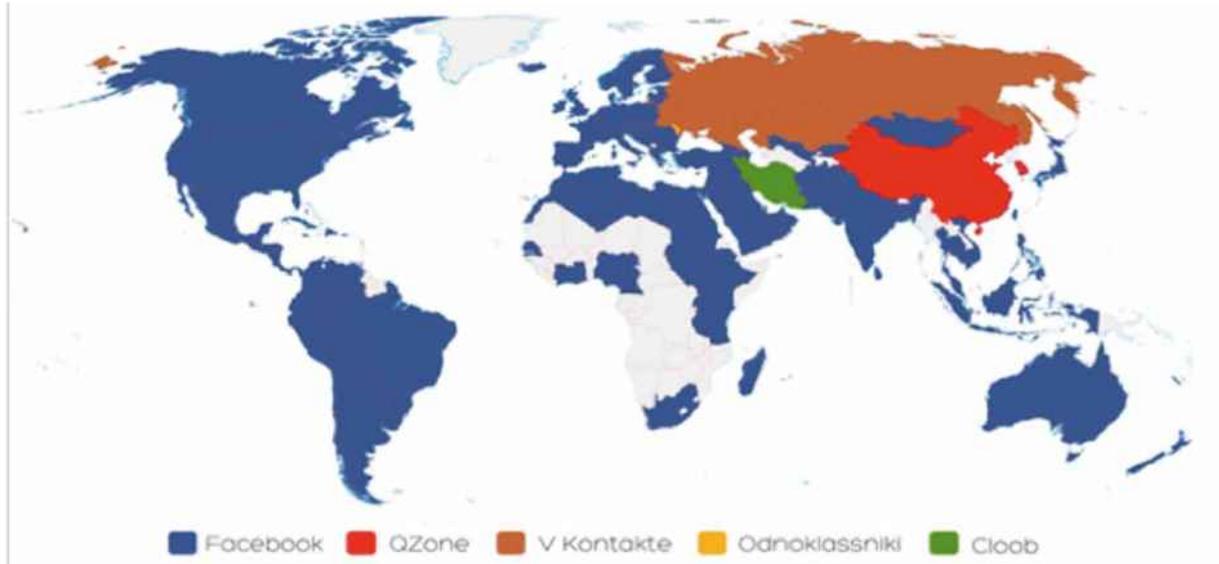
El Centro de Investigaciones Sociológicas (2013) recoge en un avance de uno de sus últimos estudios publicado en mayo 2013 que el 68% de los encuestados han utilizado Internet en los últimos 12 meses, conectándose con frecuencia semanal la práctica totalidad de los mismos y siendo usuarios de redes sociales el 59% de estos.

Nielsen (2012) ha publicado un estudio en el que analiza el éxito y el crecimiento de las redes sociales en Internet donde se recoge lo siguiente: “Tres de las diez páginas más visitadas del mundo podemos considerarlas social media (Facebook, Youtube y Wikipedia), y la humanidad dedicada, actualmente, 100 millones de horas a redes sociales y blogs. Un 22% del tiempo online total”.

Nielsen analiza qué porcentaje de internautas son, además, usuarios de redes sociales y cuánto tiempo les dedican. Aunque ambos datos no correlacionan-no hay necesariamente un porcentaje mayor de usuarios de redes sociales en los países que más horas les dedican-si nos ofrecen una perspectiva interesante sobre cómo los social media están revolucionando qué entendemos por Internet.

Las cifras no dejan lugar a dudas, el 75% de los internautas en España usan redes sociales, alcanzando los 15 millones de usuarios en España de Facebook y existiendo una estimación de unos 5 millones de usuarios de Twitter.

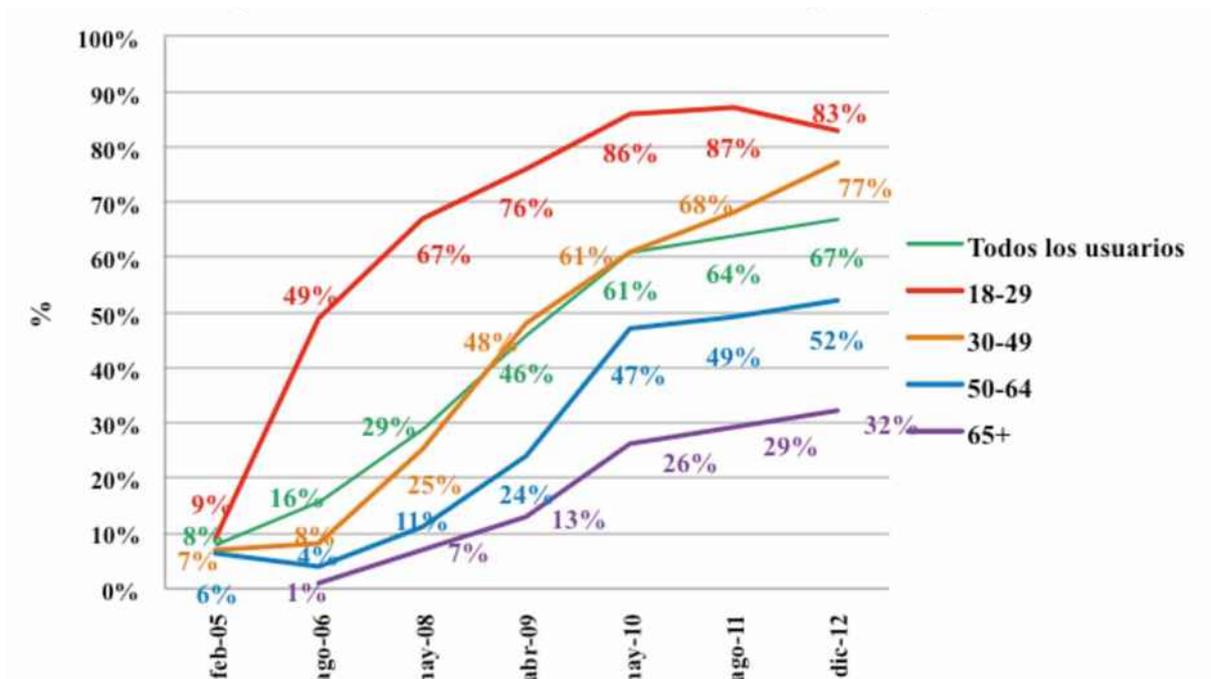
World Map of Social Networks  
December 2012



Fuente: Blog de Vincenzo Cosenza.

La edad tampoco es excusa, ya que el grupo que más crece es el de los 30-49 años seguido del rango 50-64 años a pesar de que continúe siendo el grupo mayoritario el de jóvenes entre 18 y 29 años.

Comparativa del uso de las redes sociales por rangos de edad



Fuente: Pew Research Center's Internet & American Life Project Surveys. 2005-2012

## EL PAPEL DE LOS ÓRGANOS DE CONTROL EXTERNO EN LA TRANSPARENCIA

Parece evidente decir que los OCEX deberían erigir a los ciudadanos como uno de los destinatarios principales de su información; no obstante, en la práctica son las instituciones, en España los parlamentos regionales, los receptores principales.

Así lo refleja el *Estudio Comparativo del Control Externo del Sector Público en Europa* (2007) donde consta en referencia a los destinatarios de los informes de auditoría y en concreto respecto al acceso de los ciudadanos a dichos informes lo siguiente:

### Unión Europea

- España: el contenido de los informes llega al público a través de los boletines oficiales, la página web de cada uno de los OCEX y, a través de los medios de comunicación (notas de prensa).
- Francia: el sistema francés de control externo no considera como destinatario 'principal' a los ciudadanos, no obstante, tampoco restringe el posible acceso de los mismos a la información que previa solicitud podrán disponer en formato CD o a través del servidor de las jurisdicciones financieras las resoluciones sobre las cuentas y los informes de observaciones definitivas. A pesar de ello, Court Des Comptes tiene cuenta de Facebook y Twitter de manera que la divulgación de la información se realiza de forma más sencilla, comprensible y accesible para el ciudadano de a pie, dejando a un lado la consideración del mismo como "destinatario prioritario" o no.
- Países Bajos: las entidades fiscalizadoras publican sus informes autónomamente e incluso en ellos una nota de prensa. Además de las copias impresas, cada vez más informes se publican en Internet estando el gran público informado por los medios de comunicación ya que en las ciudades más grandes los periódicos, radios y televisiones asisten regularmente a las ruedas de prensa convocadas por la cámara de cuentas o el comité de auditoría.
- Portugal: una vez las entidades interesadas hayan sido informadas, las secciones regionales podrán (que no deberán) difundir sus informes a través de cualquier medio de comunicación.
- Reino Unido: los informes realizados en Inglaterra son públicos y el acceso a ellos es libre. En concreto, la *National Audit Office* tiene implantado el modelo 3.0 (que será comentado más

adelante) de manera eficaz mediante el cual difunde, a través de las cuentas de Facebook, Twitter, Google Plus, Youtube, RSS toda aquella información que considera puede ser de interés.

### EE.UU:

De un lado, *U.S. Government Accountability Office* (en adelante GAO) es una agencia independiente que trabaja para el Congreso teniendo como 'superior jerárquico' al Contralor de los Estados Unidos. En el ámbito privado, la *U.S. Securities and Exchange Commission* (en adelante SEC), es una agencia independiente del gobierno de los Estados Unidos que tiene como responsabilidad principal hacer cumplir las leyes federales y regular la industria de valores, los mercados financieros, bolsas de valores, opciones...

### Australia:

The *Australian National Audit Office*, en adelante ANAO, es un organismo del sector público que apoya al Auditor General de Australia.

Además, la ANAO juega un papel de liderazgo en la mejora de la administración pública y la capacidad de auditoría en Australia y en el extranjero mediante la publicación de información, tales como mejores guías de práctica y la implementación de personal con experiencia para auditar instituciones en Indonesia y Papua Nueva Guinea.

### Nueva Zelanda:

*Controller and Auditor General*, organización que en colaboración estrecha con la "Oficina del Auditor General" es la encargada del desarrollo de las labores de control en diferentes ámbitos entre los cuales se encuentra la contabilidad y auditoría.

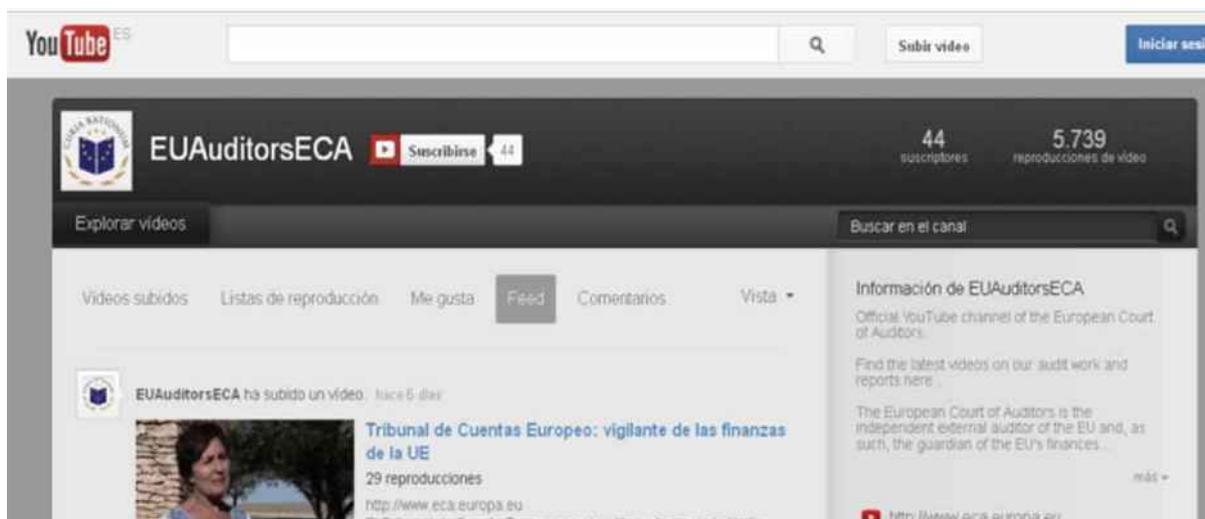
Tienen accesibles para todos los interesados todos los informes y publicaciones realizadas desde el año 1989. Las organizaciones de Francia, Reino Unido, EE.UU, Australia, Nueva Zelanda, son solo una pequeña muestra de los Órganos de Control Fiscalizadores que a nivel internacional tienen implantados y son usuarios de diferentes redes sociales gracias a las cuales divulgan aquella información que consideran de interés para el ciudadano de una manera más sencilla, accesible, comprensible, transparente y eficaz.

## LAS CUATRO ETAPAS DE INMERSIÓN EN LAS REDES SOCIALES

Existen cuatro modelos o etapas de asunción o inmersión en las redes sociales, con el objeto de que los OCEX puedan realizar la implantación de las mismas de manera paulatina e ir avanzando a medida que los cimientos se encuentren asentados.

• Modelo 1.0 Red Social Dirigida  
Seguidores en Twitter, *fanpages* en Facebook... en estos casos existe una relación social unidireccional, no siendo posible una interacción entre el emisor de la información y el receptor de la misma.

La institución limitaría su participación a la emisión de información publicándose no solamente los informes sino también trabajos en curso, ponencias y congresos en los que participe la plantilla de la organización, trasladados en los trabajos de campo, etc.



• Modelo 2.0 Red Social No Dirigida.  
Amistades en Facebook, participantes en un evento, coautores en un artículo científico... existe bidireccionalidad y por tanto se establece una relación social recí-

proca permitiendo al receptor de la información opinar sobre el mismo. Se implanta con esto la figura prosumidora del ciudadano, no solamente recibe información sino que también la genera.



• Modelo 3.0 *Community Management + Feedback*  
Un *community manager* es la persona responsable de mantener, incrementar y, en cierta forma, defender las relaciones de la organización en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades e intereses de los ciudadanos. El gran dilema de las instituciones que tienen activa presencia en las redes sociales es externalizar el servicio o que sea asumido por un miembro de la alta dirección, que pueda representar y moderar los eventuales debates. La primera de las soluciones exige grandes conocimientos del sector así como habilidades y experiencia muy difícil de encontrar.

El ciudadano continúa en el papel “prosumidor” adquirido en el modelo 2.0 pero, comienza a existir *feedback* con la organización, es decir, la institución guiada por su *community manager* puede realizar modificaciones en su planificación o trabajo a partir de las propuestas realizadas y reacciones sufridas por los ciudadanos. Un paso más allá, dentro del propio modelo 3.0, sería incorporar blogs de auditores o *newsletters* dentro del *feedback* entre las instituciones y los ciudadanos.



La imagen adjunta muestra el mensaje enviado por la NAO a la autora inmediatamente después de hacerse seguidora de la institución en la red social Twitter

- Modelo 4.0 Brainstorming ciudadano

El modelo 3.0 es una realidad tangible ya adoptada por las organizaciones de diversa índole internacional, pero, ¿Cual debería ser el siguiente paso?

Los ciudadanos deben ser incorporados en el proceso, desde la etapa de planificación del trabajo, para lo cual podrían ser creados foros ciudadanos, ya sea en los barrios o distritos, donde los ciudadanos podrán expresar cualquier propuesta, sugerencia, pregunta o preocupación. Así la figura prosumidora del ciudadano, y por lo tanto, la retroalimentación existente con la organización comenzaría mucho antes que en la actualidad, conllevando a su vez un mayor grado de eficacia, eficiencia y transparencia en el desarrollo del trabajo a realizar.

### CONCLUSIONES: ADAPTARSE O MORIR

Parafraseando a H.W. Chesbrough... “La mayoría de las innovaciones fracasan. Quien no innova desaparece”.

No faltará quien piense que, en cumplimiento del principio de sigilo profesional recogido en los Principios y Normas de Auditoría del Sector Público de los Órganos de Control, no sería ética la divulgación de los informes, recomendaciones, conclusiones, ponencias o cualquier otro tipo de información por estos medios. También hay que tener presente la necesidad de mantener una neutralidad y equilibrio en las eventuales opiniones emitidas por los auditores.

Por otro lado, pensarán otros, que la innovación siempre conlleva futuros problemas que deberán ser solventados y siempre podremos ‘subirnos al carro’ cuando las cosas ya se encuentren asentadas, estandarizadas y difundidas. Esta cómoda posición olvida el debate tan comentado, la supresión de los OCEX los cuales, no deberían limitar sus actuaciones a la publicación de informes sino que tienen que ser los encargados de crear opinión y velar por la legitimidad de las actuaciones.

A mayor abundamiento, encontramos la reducción dramática de los lectores de prensa diaria, que en concreto,

en el primer trimestre del ejercicio 2012, se ha visto reducido en términos absolutos, con respecto al ejercicio anterior (del Top 9 de periódicos nacionales) en 345.000 el número de lectores de prensa diaria alcanzando por tanto un dato relevante, tan solo el 15% de la población es lectora diaria de prensa en contraposición al 32% de la población que es usuaria de Facebook y 10% usuaria de twitter y que se conectan a dichas redes diariamente.

Tan solo 18 años después de la puesta en funcionamiento de la primera red social “classmates” por Randy Conrads, encontramos una cifra, ya comentada, y que no da lugar a dudas, existen 945 millones de usuarios de redes sociales en el mundo.

Está más que reconocida la influencia de las redes sociales a nivel social, económico, cultural y político; teniendo una relevante importancia en acontecimientos bursátiles, campañas políticas, eventos sociales....

En base a esto, y siguiendo la estela de organizaciones e instituciones a nivel internacional como la *National Audit Office, U.S. Government Accountability Office (GAO), The Australian National Audit Office (ANAO), Controller and Auditor-General of New Zealand, el Tribunal de Cuentas Europeo (ECA)*, que tienen implantado el uso y explotación de las redes sociales para la difusión de información, surge la siguiente pregunta, ¿Qué temen los OCEX? Es una apuesta segura.

Estas nuevas herramientas dan a los Órganos de Control la capacidad de respuesta inmediata ante la publicación de aspectos que puedan afectar a la reputación sin que dicha respuesta deba ser valorada, retocada o reeditada por los medios. Las viejas notas de prensa de los gabinetes de comunicación pueden ser desterradas y sustituidas por el uso eficiente de las redes sociales.

Como ejemplo de una eficiente y provechosa implantación del modelo 3.0 encontramos en Reino Unido la *National Audit Office* en la cual, al igual que en otras organizaciones a nivel internacional, a través de sus redes sociales de cabecera (Twitter, Facebook, Flickr, Google Plus, Youtube y RSS) se procede a la divulgación de cuanta información es considerada como relevante o de posible interés para el ciudadano:

- Canales YouTube
- Publicaciones recientes y trabajos en proceso
- Podcasts

... y un largo etc que irá acompañando de un constante *feedback* entre el ciudadano y la organización fomentada por ésta última mediante la continua demanda de sugerencias y peticiones.

Sin embargo, en España, al igual que en otros países latinos debemos superar los lógicos prejuicios de una generación de

dirigentes que ve en las redes sociales más riesgos que ventajas. Los OCEX, acostumbrados solo a emitir sin tener que escuchar o justificar sus conclusiones y recomendaciones evitan la presencia en las redes sociales adoptando una cómoda posición que no sobrevivirá pues la gran revolución 'social media' pone en un mismo plano al emisor y al receptor del mensaje.

Hoy no cabe reputación al margen de una presencia activa en las redes sociales mediante una adecuada planificación y una buena estrategia de comunicación e interacción.

Keep in touch



## BIBLIOGRAFÍA

**Erbiti Zabalza, F.** (2003). "La comunicación: asignatura pendiente de las instituciones de control". Auditoría Pública, nº 30, págs. 4-13.

Instituto Nacional de Administraciones Públicas (INAP). (1996). "Normas de conducta para la Vida Pública (Informe Nolan)".

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). (2013). Estudio números 2.987.

**Nielsen.** (2012). "Social Media Report 2012: Social Media Comes of Age". Consultado en <http://www.nielsen.com/us/en/reports.html>

**Gómez Plaza, I.** (2012). "Estadística: Usuarios de redes sociales en España 2012". Concepto 05, Enero 2012.

**Cosenza, V.** (2012). "World Map of Social Networks". Consultado en <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

**Brenner, J; Duggan, M.** (2013). "The Demographics of Social Media Users". Consultado en: <http://www.pewinternet.org/topics/Social-Networking.aspx?typeFilter=5>.

**Hampton, K.N; Goulet, L; Rainie, L; Purcell, K.** (2011). "How people's trust, personal relationships, and civic and political involvement are connected to their use of social networking sites and other technologies". Consultado en: <http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>

Organización Europea de las Instituciones Regionales de Control Externo del Sector Público (EURORAI). (2007). "Las instituciones regionales de Control Externo del Sector Público en Europa".

Comisión de Coordinación de los Órganos Públicos de Control Externo. (1992). Principios y normas de auditoría del Sector Público. Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana.

**Barea Tejeiro, J.** (2004). "La necesidad de transparencia en la gestión pública". Auditoría Pública, nº 33, págs. 13-24.

**Castro Pérez, J.M.** (2009). "Administración transparente: valor para el ciudadano". El Blog de José Manuel Castro, publicado 20/4/2009.

International Monetary Fund. (2007). "Code of good practices on Fiscal Transparency". Consultado en: <http://www.imf.org/external/index.htm>.

**Kopits, G. y Craig, J.** (1998). "Transparency in government operations". International Monetary Fund, Occasional paper 158.

**Navas Vázquez, R.** (2005). "Transparencia y responsabilidad en la gestión pública". Auditoría Pública, nº 37, págs. 25-34.

Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores (INTOSAI). (2010). "Normas Internacionales de las Entidades Fiscalizadoras Superiores (ISSAI). Principios de transparencia y rendición de cuentas".