

*Comunicación y lobbies: las redes sociales como herramientas de comunicación de los grupos de interés: el caso de Facebook*  
*Communication and lobbies: social networks as tools for lobby communication: the case of Facebook*

*Andrea Moreno Cabanillas*  
Universidad de Málaga, Málaga, España

*Aritz Gorostiza Cerviño*  
Universidad de Málaga, Málaga, España

**Resumen**

Hoy en día, tanto la población más joven como la población más adulta utilizan a diario los llamados medios sociales. Debido a esto, no solo son las empresas las que los emplean para incrementar sus ventas o tener presencia de marca, también son una gran herramienta digital utilizada por los grupos de interés. Suponen, por tanto, un aliado en las estrategias de estos lobbies facilitando sus actividades en la esfera pública a través de una mayor visibilidad e influencia, no solo en su público sino también en la prensa ya que les permite llegar donde quieren o lanzar el mensaje que les interesa. Esta investigación busca conocer el alcance de Facebook en la gestión estratégica de la comunicación llevada a cabo por los lobbies con mayor financiación empleada en actividades del Registro de Transparencia de la Unión Europea. Para ello, se va a seleccionar la muestra a partir de los grupos de interés inscritos en el registro. Con el objetivo de conocer que tipo de producción y utilización llevan a cabo de su comunicación, se va a realizar un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de sus perfiles en la red social Facebook.

**Palabras clave**

Lobbies; redes sociales, Facebook, discurso, Unión Europea.