

# Herramientas interactivas y participación ciudadana en los ayuntamientos españoles

 [institucional.us.es/ambitos/](http://institucional.us.es/ambitos/)

19/1/2013

**Dr. Beatriz Catalina García**  
Universidad Rey Juan Carlos  
[beatriz.catalina@urjc.es](mailto:beatriz.catalina@urjc.es)

**Dr. Antonio García Jiménez**  
Universidad Rey Juan Carlos  
[antonio.garcia@urjc.es](mailto:antonio.garcia@urjc.es)

## Resumen

Los ayuntamientos, como instituciones más cercanas al conjunto social, mantienen el compromiso de ofrecer canales de participación e implicación del ciudadano en el desarrollo de los municipios. Internet aporta una vía para conseguir este objetivo con una asombrosa eficacia, desconocida hasta su irrupción en la cotidianeidad. Las herramientas disponibles en la Red pueden resultar muy útiles para el mantenimiento constante y fluido de una relación comunicacional entre administradores públicos y ciudadanía. Este trabajo ofrece un análisis cuantitativo cuyo fin es comprobar si las citadas herramientas son parte integrante y básica en las páginas webs oficiales de los ayuntamientos de España.



## Palabras clave

Interactividad, ayuntamientos, participación ciudadana, herramientas de Internet.

## Abstract

City councils, as institutions closer to the people, maintain the commitment to offer channels for the citizens to participate and get involved in the municipalities' development. Internet provides a way to achieve this goal with remarkable efficiency, unknown until its burst into the everyday life. Network tools can be very useful to maintain a constant and fluid communication between government administrators and citizens. This report shows a quantitative analysis in order to check whether these tools are part of the basic official websites of the city councils in Spain.

## Keywords

Interactivity, municipalities, citizen participation, Internet tools.

## 1. INTRODUCCIÓN

En este texto se presentan los resultados más relevantes del estudio realizado para determinar el nivel de interactividad de los sitios y páginas web de los ayuntamientos en España. Son dos los objetivos últimos: intentar clarificar, por un lado, si los ayuntamientos aplican en sus webs oficiales las herramientas adecuadas para incentivar la participación ciudadana; y, por otro, comprobar si la cantidad de dichos instrumentos y herramientas es proporcionalmente directa al nivel de población; es decir, a mayor número de habitantes en un municipio, más oportunidades existen para establecer comunicación entre el ayuntamiento y el ciudadano.

Este análisis se acompaña de la cuantificación de aquellas herramientas digitales que incitan a la comunicación entre ciudadanía y administración municipal. También se ha tomado en consideración los elementos innovadores que, fomentando la interactividad, permiten que los actores de este contexto comunicativo no queden prefijados en los roles estereotipados y, en cierto modo, anacrónicos, de emisor y receptor.

## 2. PARTICIPACIÓN, INTERNET Y OPEN GOVERNMENT

ÁMBITOS

2013

nº 22

La irrupción de Internet y su aplicación en las administraciones públicas han supuesto la aparición de una vía en la que se salvan los límites temporales y espaciales, se elimina la burocracia y se incentiva una mayor implicación del individuo en los diferentes ámbitos. Un fenómeno que constituye un principio básico en el desarrollo de una democracia representativa como la que se establece en el sistema político español.

Ya ha quedado constatado que, en los tiempos actuales, los ayuntamientos conforman los entes más modestos de toda la estructura orgánica pública en varios aspectos: en sus fondos económicos, en su cantidad poblacional y en su capacidad legislativa. Este hecho no va en consonancia con la paulatina y cada vez mayor asunción de competencias, ni con la identificación de los ciudadanos hacia la institución, más estrecha que con otras administraciones. Sin embargo, la participación ciudadana y el denominado *Open Government* no deben ni pueden encontrar trabas en los problemas económicos y competenciales que tienen actualmente los ayuntamientos, sino todo lo contrario. El uso de Internet aumenta la posibilidad de participar reduciendo los costes que suponen la implicación activa de los ciudadanos en un Gobierno Abierto, al menos, “de usuarios habilidosos y experimentados, incluso en ausencia de motivaciones políticas”(Borge et. al., 2012:739).

La democracia actual no puede concebirse sin una participación activa de todos. La prueba está en un grado de insatisfacción cada vez mayor de los ciudadanos por este sistema que se traduce, entre otros fenómenos, en una alta abstención en las consultas populares y en una escasa afiliación política y social en los diferentes colectivos.

No se pone en tela de juicio la preocupación de los distintos gobiernos y administraciones públicas sobre esta desidia e insatisfacción ciudadana. El Libro Blanco de la Gobernanza Europea (2001) (1) es un ejemplo de ello que pretende ofrecer pautas para una buena gestión, tales como el desarrollo de la transparencia, la coherencia, la eficacia, la apertura a la participación, la rendición de cuentas y la asunción de responsabilidades.

En algunos de estos elementos, el propio sistema democrático ofrece instrumentos garantes para su efectividad, es el caso de la transparencia, la rendición de cuentas o la asunción de responsabilidades. Sin embargo, la participación ciudadana ha tenido poco recorrido, tal y como se puede mostrar en las diferentes clasificaciones que se han establecido al respecto en la cronología de la literatura científica. Desde la propuesta por Arnstein (1969) hasta otras más recientes, como la sugerida en el año 2000 por *International Association for Public Participation* (IAP2), la implicación ciudadana se sitúa en los niveles más básicos. En el caso de Arnstein se englobaría, en el mejor de los casos, en un nivel intermedio, en el “plano de la participación simbólica”, por el cual se permite a la ciudadanía escuchar, tener voz e incluso que ésta sea escuchada; muy distante a lo que se espera de una verdadera y efectiva participación –“plano del poder ciudadano”-, por la que el individuo toma decisiones mediante mecanismos de negociación y de acuerdo. En la clasificación de IAP2 (por este orden: información, consulta, implicación, colaboración y delegación), la actual participación se vendría a situar en un grado consultor con discretas conquistas hacia la implicación.

La delegación, el punto cumbre de la participación, supone una plena identificación del ciudadano con la administración pública y, dentro de ésta, con el ayuntamiento. Al constituir el organismo más próximo, está potencialmente capacitado para ofrecer posibilidades que logren esa seña identificativa de la ciudadanía.

Todo ello puede ser propiciado por las nuevas tecnologías y por el *Open Government* que, como apunta Linares (2010:51), “tiene que ver más con una actitud y una forma de entender el rol que se debe jugar que con una forma concreta de practicarlo”. Por esto, la comunicación con el ciudadano puede ser potenciada a través de la web, pero no con una página sin más, disponible en la Red. Internet aporta unos recursos, unas herramientas hasta ahora impensables en otras formas de comunicación. Ofrece, asimismo, la posibilidad de plantear mensajes públicos, restringidos y personales, sin limitaciones espaciales y/o temporales.

Si planteamos una relación directa de la participación con la implicación de los ciudadanos en la formulación, ejecución y supervisión de las políticas públicas, Internet facilita esta labor, pero por si solo es imposible. Si nos ceñimos a los datos aportados por Nielsen (2006), el 10 por ciento de los usuarios de Internet produce contenidos (*User Generated Date* o UGC), el 90 por ciento restantes –a los que el autor denomina “Lurckers” –

solo consumen esos contenidos. Encontramos, de este modo, que el acceso a un Gobierno Abierto de los ciudadanos se limita a una mera teoría. Una cuestión que se acentúa con la tesis de la normalización apuntada por Margolis y Resnick (2000), quienes consideran que, tras las expectativas que en un principio creó Internet, la actividad se ha ido normalizando y los individuos hacen en Internet lo que hacían ya presencialmente; en este sentido, "Internet no moviliza a gente nueva, sino que refuerza a los que ya participaban en política". Igualmente, en directa relación, se destaca la teoría de la movilización y del refuerzo desarrollada por Norris (2001) quien asegura que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son utilizadas preferentemente por aquellos ciudadanos y grupos sociales ya activamente implicados en los asuntos públicos.

Es evidente que, puesto en práctica de modo efectivo, el *Open Government* fortalece la democracia pero, para ello, es preciso un cambio de conductas bidireccional (de administradores y de ciudadanos) y que tienen que ver con el ámbito cultural, con la forma de ejecutar políticas, con la organización y con las formas de relacionarse.

Sería deseable que el punto de partida para el logro de ese cambio de conductas provenga de la propia administración pública y, en el caso que nos ocupa en este estudio, de los ayuntamientos y de los responsables políticos municipales quienes deben tener en cuenta lo que Surowiecki (2004) denominó "Sabiduría de multitudes" o lo que Lévy (2004) consideró como "La inteligencia colectiva". En otras palabras, la toma de conciencia por parte de los administradores de la capacidad que tienen los ciudadanos para proponer, e incluso desarrollar políticas activas.

El ciberespacio se puede constituir como un marco idóneo para establecer esa comunicación y facilitar que la ciudadanía sea partícipe, en la medida máxima posible, de la gestión local. Pero, si bien es un instrumento adecuado, es recomendable que se utilice correctamente para llegar al mayor número de usuarios, que éstos tomen parte activa y no sean solo meros oyentes que no opinan, ni demandan ni intervienen. Hay que plantearse que el uso de Internet puede aumentar las actividades de participación, potenciando la movilización de individuos y la creación de grupos nuevos, tal y como señalan Delly Carpini (2000:348) o Ward et. al. (2003), en evidente contraposición a la ya mencionada teoría de la normalización.

Por otra parte, cada vez es más importante y profundo el papel que juega el ciudadano-usuario ante el desarrollo de cualquier administración pública. Para ello, sería razonable que la administración municipal no se planteara únicamente la página web como una forma de cubrir el derecho de opinión de los ciudadanos; sino, y quizá más importante, para lograr esta democratización como un servicio del cual se provee a sí misma la propia organización administrativa, para intentar corregir errores que pueden cometer los gestores públicos en el desempeño de su trabajo y para que éste sea desarrollado con el máximo consenso ciudadano posible. En la comunicación web, el ciudadano no es únicamente un interlocutor, sino que se convierte en un descubridor y, en algunos casos, en un inventor.

Salvo algunas voces discordantes, como la de Sartori (1987), o moderadamente reticentes, como la de Todt (2004) y Subirats (2001), la mayoría de los estudiosos considera imprescindible la implicación social en el ámbito municipal. Como punto previo, Chaín, Muñoz Cañavate y Más Bleda (2008) centran su investigación en cómo el desarrollo orgánico del ayuntamiento ha contribuido a incrementar la relación con los vecinos. Aseguran que el nuevo modelo administrativo local sigue siendo burocrático, si bien con una mayor flexibilización de las relaciones entre sus diferentes áreas. Al fin y al cabo, esta realidad implica un mejor funcionamiento, en un modelo de ayuntamiento cada vez más complejo que, por otra parte, evidencia un aumento en las aplicaciones on line. Mientras, autores como Baldersheim y Øgård (2008) defienden el carácter social que se debe imprimir a la participación, en detrimento del rasgo político que esta pueda poseer.

Sádaba (2010) atribuye la brecha digital a otras diferenciaciones sociales, educacionales, económicas o culturales, las cuales, en un mundo globalizado, han sido motivo de separación y marginación. Más cercano a nuestro ámbito de estudio, Voces-Merayo y Codina (2009), refiriéndose a Internet, destacan la importancia de la participación ciudadana en el desarrollo social, y aseguran, asimismo, que el éxito de una página web estriba en conocer al usuario, saber los perfiles que puede adoptar y satisfacer sus demandas, en definitiva "implementar una sede web útil, usable y accesible".

Para conseguir estos objetivos, comunes también en otras investigaciones, Pineda de Alcázar (2009) se centra en la estructura que, en su opinión, facilita un espacio para las relaciones horizontales con consecuencias a largo plazo. Del mismo modo, López del Ramo (2010) relaciona estrechamente arquitectura y navegación, siendo, en su opinión, el primer concepto un antecedente del segundo.

### 3. INTERACTIVIDAD EN LA WEB MUNICIPAL

Consideramos que en una página institucional no se deben descartar, al menos en un principio, ninguna de las fórmulas disponibles para fomentar la participación ciudadana en la comunicación por Internet. En este sentido, y como primer punto, el foro y el chat incentivan la implicación del ciudadano. Otra posibilidad se encuentra en el correo electrónico que, igual que los recursos anteriores, facilita al usuario la exposición de ideas.

Una cuarta modalidad de comunicación es la encuesta, que admite dos opciones: de acuerdo a la terminología expuesta por Rost (2006:19), si la respuesta es cerrada, el receptor se limita a “hacer un clic” para mandar su opinión, por lo que nos encontramos en una “interactuación selectiva” donde, en contraposición a la “comunicativa”, la respuesta es abierta y el usuario contesta con sus propias palabras. Otra herramienta destacable es la e-administración que está siendo eje de múltiples políticas para el fomento y la potenciación de nuevas tecnologías, no solo en el ámbito local, sino a otros niveles más importantes territorialmente, desde el autonómico hasta el europeo. Igualmente es objeto constante de literatura científica que intenta aportar métodos de eficacia, tanto económicos como instrumentales.

En este contexto, hay que remarcar la distinción que realiza Subirats (2012:77) entre e-democracy y e-administración. Con el primer término se refiere a “la forma concreta de operar el sistema o régimen político y las relaciones entre instituciones y administrativa”; mientras que la e-administración es definida por el autor como “el intento de aplicar las TIC en el campo más específico de las políticas públicas y, sobre todo, de su gestión”.

Sobre la capacidad de interactuar que aporta la e-administración y a su usabilidad, Prieto (2010:22) asegura que su eficacia está limitada a su *grado de completitud*: a mayor elevación de este, en más ocasiones se evitará recurrir a otros servicios, “como tener que personarse al final del proceso”. Por ello, la e-administración debe ser considerada como un gestor de servicios administrativos que se desarrollan en el entorno de las TIC. En otras palabras, y como establecen Rocha et. al (2011:546), “no es simplemente traspasar a medios electrónicos los procedimientos clásicos basados en papel, ni de utilizar las TIC como apoyo al trabajo”.

No cabe duda de que la e-administración facilita un gran número de servicios al ciudadano sin encontrarse con el obstáculo de la distancia física. También reconocemos la interactividad que entraña. Pero se trata únicamente de rellenar espacios que son prefijados por el ayuntamiento, por lo que sigue habiendo un emisor y un receptor claramente definidos.

Otras dos herramientas que pueden ser aplicables para incitar a la participación ciudadana en la web son las que vamos a denominar, respectivamente, *Fotografías* y *Textos*, en los cuales se incluyen materiales con sendos formatos aportados por los usuarios que enriquecen el contenido de la web y que aluden a aspectos que tienen que ver con el municipio correspondiente. Se trata de un elemento clave en los Contenidos Generados por el Usuario (UGC), propios de la Web 2.0, pero que, en este caso, se puede aplicar la descripción aportada por Dans (2007:6): “una manera de organizar el contenido o enriquecerlo o de generar ideas para empresas –en nuestro caso, los ayuntamientos- dispuestas a escucharlos”.

Por último, comprobaremos si existen alternativas novedosas dentro de las páginas webs que potencien esta interactividad plena y que se englobarán en el apartado que denominaremos *Otros*, las cuales serán propuestas por el ayuntamiento o por el ciudadano bajo el objetivo de promover la interactividad y la comunicación entre ambos o de los propios ciudadanos entre sí.

Siguiendo una perspectiva positivista, la participación social puede ser objetivamente cuantificable en diferentes aspectos y numerosos ámbitos. La complicación reside en la medición de la eficacia que caracteriza a las propuestas y recursos, los cuales deben –o sería deseable- que incitaran a una implicación activa del individuo. La literatura científica sobre la medición de la interactividad es muy amplia, moldeándose y, en algunos casos,

perfeccionándose a los modelos aquí expuestos. Sin embargo, hemos optado por la terminología que proponen Bordewick y Van Kaan (1986:22) al considerarla básica y adecuada para poder llevar a cabo una adaptación a nuestras expectativas. Ambos autores realizan una cuádruple división para establecer unos determinados grados que miden las posibilidades de participación en los medios de comunicación tradicionales. El análisis que realizamos de las páginas webs municipales utilizará los mismos términos pero con los contenidos que requieren las nuevas tecnologías.

## 4. METODOLOGÍA

### 4.1. Preguntas y objetivos

El análisis de datos recogidos se realiza al objeto de dar respuesta a las siguientes cuestiones:

A) El grado en que los ayuntamientos de España apuestan por las TIC. Sus páginas web oficiales no solo deberían servir de *escaparate* a la gestión de los representantes políticos municipales, sino presentarse como cauce de participación social y de vía para entablar una relación comunicacional directa entre los gestores públicos locales y los ciudadanos y de éstos entre sí. Esta disyuntiva será contestada con la ya reseñada cuantificación de las herramientas de participación disponibles en las web de los ayuntamientos y dirigidas, fundamentalmente, a sus vecinos.

B) Aunque el acceso a Internet está condicionado básicamente por edad, ingresos, educación y ocupación, hay otras variables sociodemográficas que también inciden en la profundización de la brecha digital en nuestro país. Nos referimos al tamaño del municipio (2). Existe escasa investigación en torno a este factor, por lo que se tomará como uno de los puntos referenciales de nuestro estudio para comprobar si también afecta a la disponibilidad de herramientas participativas en las web oficiales. Si bien es cierto que, en esta cuestión, un elemento clave es la voluntad política de los gestores y administrativos públicos, una mayor cuantificación de la demanda –ya sea expresa o tácita- ejercida por la población, supondrá más presión para que el ayuntamiento adopte medidas que permitan la interactividad. Por otra parte, debemos tener en cuenta que, a pesar de que la participación por Internet reduce notablemente los costes con respecto al entorno off line, sí es cierto que el mantenimiento y actualización de una página web requiere una serie de equipamientos materiales y dotaciones personales con cierto grado de cualificación que no todas las administraciones locales pueden sufragar. En esta línea, resulta lógico plantearse que, a medida que el ayuntamiento represente a más masa poblacional, estará en mejores condiciones para ofrecer mayor cantidad de recursos que incentiven la participación ciudadana.

C) Se observará cuáles son el tipo de herramientas disponibles en las web con el fin de poderlas englobar en función de su potencialidad para incentivar la participación ciudadana.

Antes de terminar este epígrafe, es obligado matizar una cuestión: bien es cierto que en la actualidad no se puede tratar la interactividad sin dejar de mencionar las redes sociales, nuestro objeto de estudio son las páginas institucionales de los ayuntamientos por lo que nuestra investigación se centra exclusivamente en las fórmulas y herramientas ubicadas en dichas páginas y que son propuestas a los ciudadanos para comunicarse con el ayuntamiento y entre ellos.

### 4.2. Niveles de interactividad y recursos

Como ya hemos mencionado anteriormente, establecemos una cuádruple clasificación adaptando la tabla elaborada por Bordewick y Van Kaan (1986) a nuestro objeto de estudio, es decir, las páginas municipales y los recursos que éstas aportan para incentivar la interactividad. De esta forma, proponemos cuatro niveles de sitios web:

– *Nivel I o de Transmisión*. Engloba aquellas páginas que no permiten ningún tipo de participación por parte del usuario; solo puede clicar y leer los diferentes contenidos de los enlaces.

– *Nivel II o de Consulta*. Introduce ya algunas pautas básicas con las que el usuario interactúa, pero solo entra en relación con el ayuntamiento. En este sentido, englobamos los buzones de sugerencias a través de correos electrónicos, y/o los trámites relacionados con la e-administración. En esta última herramienta se incluyen todas

las gestiones burocráticas que el ciudadano puede efectuar a través de Internet, sin necesidad de personarse físicamente en la sede administrativa, en este caso concreto, en la casa consistorial o en sus delegaciones municipales. Tanto este recurso como el correo electrónico conforman herramientas que, aunque incitan a la participación, no cambian el contenido de la web.

– *Nivel III Conversacional.* La página da un salto importante en la interactividad. Ya no solo hay una relación comunicacional entre el ayuntamiento y los usuarios, sino también de estos entre sí. A ello se añade el cambio en el contenido de la página que aportan a través de sus contribuciones textuales o audiovisuales. Este avance en la participación interactiva del usuario se consigue gracias al empleo de alguna de estas herramientas: encuestas, foros, chats, fotografías, textos o los denominados 'otros', los cuales englobarán aquellas propuestas distintas de las anteriormente señaladas pero que, igualmente, inciten a la participación y a la identificación del ciudadano con la página de su ayuntamiento.

– *Nivel IV de Registro.* Consideramos que, actualmente, es la forma más avanzada para conseguir la implicación del usuario en la página porque es quien contribuye, en gran medida, a su propio diseño en función de sus necesidades, intereses y demandas. Es muy posible que el ayuntamiento proponga contenidos, pero es el usuario quien elabora su propia web priorizando aquellos que vaya a consultar más frecuentemente. También englobaremos en este nivel las páginas que pongan a disposición del usuario todos los recursos posibles en una web de estas características.

### **4.3. Determinación de la muestra**

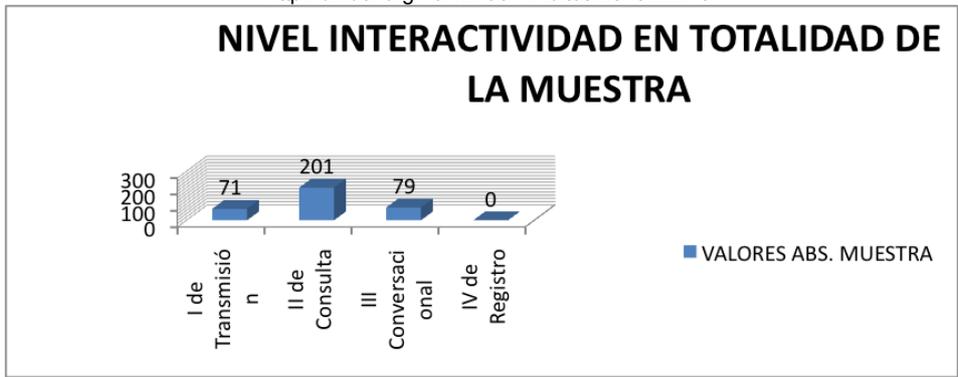
El universo de nuestro estudio está compuesto por 4.673 municipios (incluidas capitales de provincia) que disponen de página web oficial, según una exhaustiva observación que se ha realizado a través de los diferentes buscadores disponibles en Internet. Esta cifra nos proporciona un primer resultado: poco más de la mitad de los 8.112 ayuntamientos que hay en España (57,6%) disponen de página web municipal. El 42,4% restante, es decir, 3.439 localidades, no ha realizado hasta 2010 una apuesta por su inclusión oficial en Internet.

Con el universo seleccionado, se eligió una muestra compuesta por 351 páginas webs municipales. La particularidad de la cifra obedece a la provocada selección de las 51 capitales de provincia, por entender que pueden servir como referente al resto de los municipios de su entorno. Las otras 300 unidades fueron obtenidas entre el resto de los municipios y teniendo como base los niveles poblacionales que marca el Instituto Nacional de Estadística. La selección de los municipios no obedeció a una aleatoriedad pura, sino relativa. Con esto se intenta ser equitativo en lo que respecta a las provincias, si bien hay algunas diputaciones provinciales que han apostado seriamente para que todos sus municipios dispongan de página web municipal. Por ello, sin las leves modificaciones que se plantean en la muestra, nos encontraríamos una gran cantidad de municipios pertenecientes, por ejemplo, a Burgos, Palencia, Barcelona, Lérida y otras provincias más, en menoscabo de su representatividad poblacional.

En cualquier caso, se trabaja con una muestra aleatoria simple, dada la lógica selección entre provincias, producto de nuestra observación en los distintos buscadores que ofrece Internet. En este contexto, el porcentaje de error en los resultados será de + 5,5 %; un índice que, aunque se considera permisible, se podría reducir sensiblemente si, en el cálculo de los resultados, realizáramos un muestreo estratificado con medidas ponderadas, dando un valor mayor a las circunscripciones provinciales cuyas diputaciones han puesto en marcha iniciativas para que todos sus municipios dispusieran en la Red de una página web. No obstante, los resultados no variarían de forma notable; además, la intención final de este estudio es comprobar las tendencias generales en la apuesta de los ayuntamientos por incentivar la interactividad.

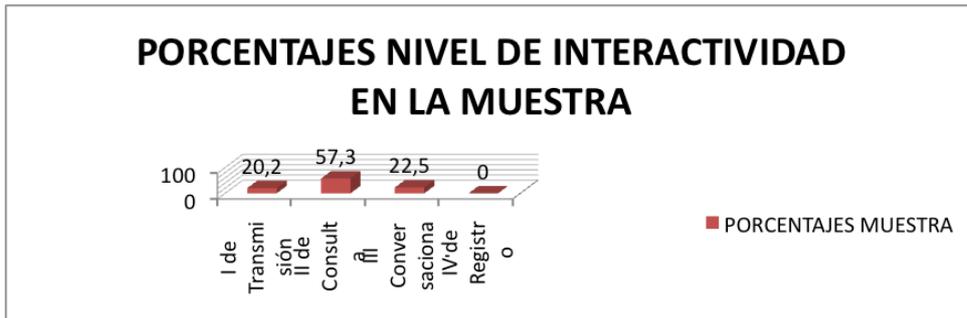
## **5. RESULTADOS**

Tras el análisis de las 351 páginas seleccionadas, se ha comprobado que no existen niveles satisfactorios de la interactividad en las webs municipales (figs. 1 y 2). Ninguno de los ayuntamientos analizados alcanza una plena interactividad; hay todavía una gran cantidad de ellos que se limita a la simple transmisión de datos, y el grueso de los municipios aporta los recursos mínimos de interactividad: el correo electrónico y/o la e-administración.



Nivel de interactividad en totalidad de la muestra. Elaboración propia

Fig.2

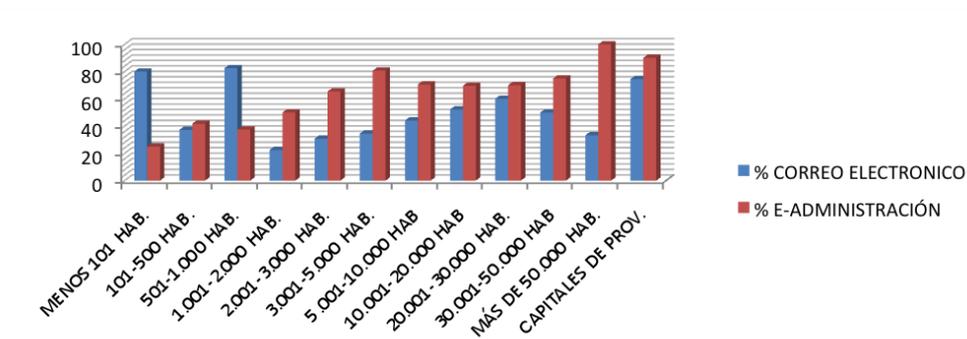


Porcentaje del nivel de interactividad en la muestra. Elaboración propia

La intención de este estudio es, como ya comentábamos en líneas anteriores, observar si las dimensiones poblacionales afectan a la cantidad de herramientas participativas. Lo más habitual es que el correo electrónico y la e-administración sean efectivos en las páginas, pero el volumen de estos instrumentos para la interactividad es independiente al nivel poblacional (Figs.3, 4 y 5).

#### 5.1. Nivel de Consulta. Disponibilidad de correo electrónico y de e-administración

Fig.3



Porcentaje de correo electrónico y e-administración en función de la población. Elaboración propia

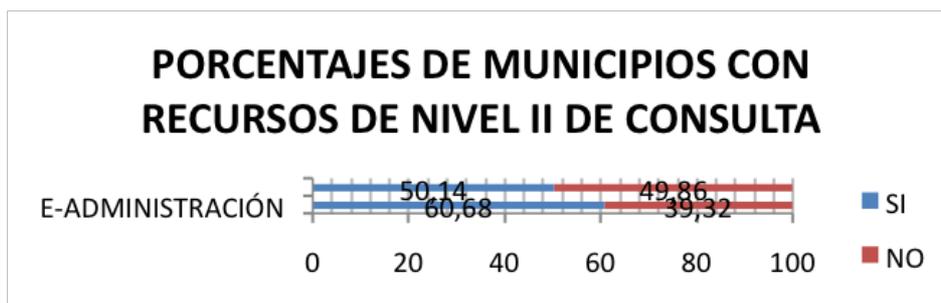
El correo electrónico y la e-administración han sido englobados en el nivel II de Consulta por entender que, aunque sirven para la implicación ciudadana en la gestión pública, no cambian la web ni generan contenidos en ella. No la enriquecen ni contribuyen a su mantenimiento y actualización.

Fig.4



Cuantificación de municipios que disponen o no de correo electrónico y de e-administración. Elaboración propia

Fig. 5



Porcentaje de municipios que disponen o no de correo electrónico y de e-administración. Elaboración propia

Como se puede observar, mientras que el porcentaje de municipios es prácticamente igual entre aquellos que disponen de correo electrónico y los que no; en el caso de la e-administración las cantidades varían sensiblemente, siendo algo más de un 60% los que ofrecen este recurso a los usuarios.

Bien es cierto que las proporciones de la utilización de la e-administración tienen un trazado ascendente en función del número de población, llegando a la totalidad en los municipios con más de 50.000 habitantes. Aunque esta ascensión no es lineal ya que encontramos algunas depresiones en las localidades entre 5.001 y 30.000 habitantes, pero estas son muy sensibles.

Sin embargo, la efectividad del correo es mucho más irregular. Es destacable el mayor índice de respuesta que se ha obtenido en los municipios con menos de 101 y los de 501 a 1.000 habitantes, superando con creces la media total: en torno al 48% de los 351 municipios analizados. Este hecho demuestra un dato importante: no existe una proporción directa entre el incremento del índice poblacional con la utilización de los recursos interactivos que han sido englobados en el nivel II de Consulta.

## 5.2. Nivel Conversacional. Disponibilidad del resto de recursos participativos

El nivel III de interactividad (o Conversacional) agrupa a menos de una cuarta parte de los municipios analizados; tan solo 79 tiene alguna de las herramientas propuestas para provocar una participación más activa de los usuarios. En un desglose de dichas herramientas (figs. 6, 7 y 8), se demuestra que la apuesta por estas en las páginas web es extremadamente baja y que el índice poblacional no influye en modo alguno a su incremento.

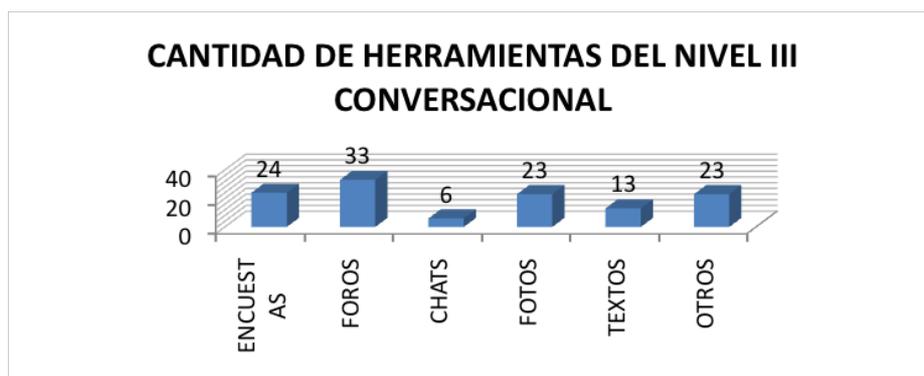
Fig. 6

	ENCUESTAS	FOROS	CHATS	FOTOS	TEXTOS	OTROS
<b>Menos de 100 habit.</b>	1	3	0	2	1	3
<b>101-500</b>	1	9	1	3	1	4
<b>501-1000</b>	1	3	3	5	5	2

<b>1001-2000</b>	2	3	1	2	2	1
<b>2001-3000</b>	4	2	0	3	0	1
<b>3001-5000</b>	3	3	0	2	2	1
<b>5001-10.000</b>	0	0	0	0	0	1
<b>10.0001-20.000</b>	2	1	0	1	1	1
<b>20.001- 30.000</b>	1	2	0	2	0	2
<b>30.001-50.000</b>	1	2	0	2	0	2
<b>Más de 50.000</b>	0	1	0	0	0	6
<b>Capitales de provincia</b>	7	5	1	2	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>33</b>	<b>6</b>	<b>23</b>	<b>13</b>	<b>23</b>
<b>% TOTAL</b>	<b>6,8</b>	<b>9,4</b>	<b>1,7</b>	<b>6,5</b>	<b>3,7</b>	<b>6,5</b>

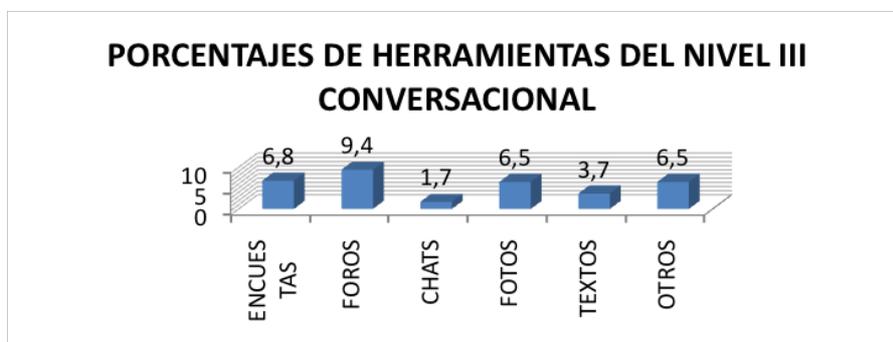
Disponibilidad de herramientas del nivel III de interactividad en función del tamaño de los municipios.  
Elaboración propia

Fig. 7



Cantidad total en la muestra de herramientas del nivel III de Interactividad. Elaboración propia

Fig.8

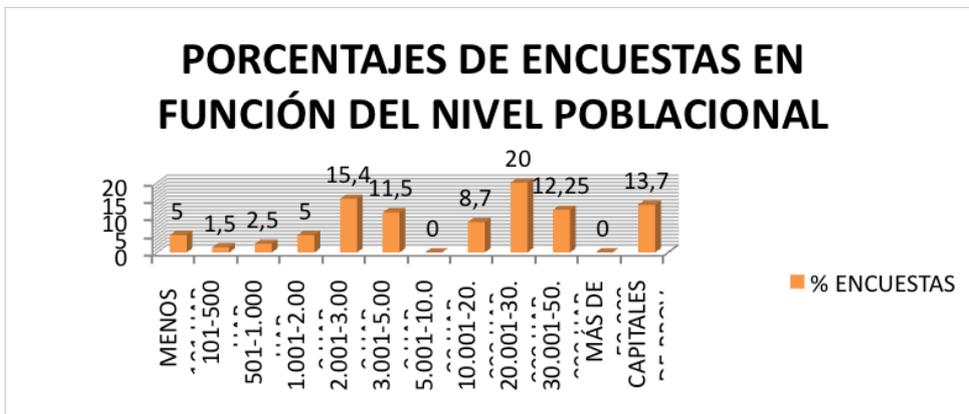


Porcentajes en la muestra de municipios con disponibilidad de herramientas del nivel III de Interactividad.  
Elaboración propia

En un estudio más pormenorizado del empleo de estas herramientas, observamos, en primer lugar, que los ciudadanos son invitados a participar en encuestas sobre desarrollo y cuestiones sobre el municipio, Apenas alcanza el 7 por ciento de la muestra y, en un desglose en función de la población (Fig. 9) se evidencia que el polígono de unión de todos los valores no conforma una línea ascendente.

Los mayores niveles de participación en encuestas, se localizan entre los 2.001 y 3.000 habitantes; y, después, en municipios cuyo índice poblacional oscila en la franja de 20.001 y 30.000. De cualquier modo, los resultados no son muy altos, alcanzando, en el mejor de los casos, a un 20 sobre 100 municipios que sí proponen encuestas a sus ciudadanos.

Fig.9



Cantidad porcentual de disponibilidad de la herramienta de encuestas en función del tamaño de los municipios. Elaboración propia

En segundo lugar, nos encontramos cifras y líneas muy similares en la utilización de los foros y la inclusión de fotografías enviadas por los ciudadanos, tal y como se refleja en los dos siguientes gráficos (Fig. 10 y 11). En estos recursos y en los posteriores se vuelve a confirmar que el nivel de población no se corresponde, de forma proporcional, con la disponibilidad de cada uno de los recursos aportados en la web municipal. En otras palabras, el nivel poblacional no se puede considerar como factor básico para la inclusión de estas herramientas, potenciadoras de la interactividad.

Los niveles más altos de ambos gráficos se encuentran en los municipios entre 30.001 y 50.000; y, aun en esta franja, tanto fotos como imágenes solo son recursos de participación para los ciudadanos en una cuarta parte de las localidades estudiadas.

Fig.10

### PORCENTAJES DE FOROS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL

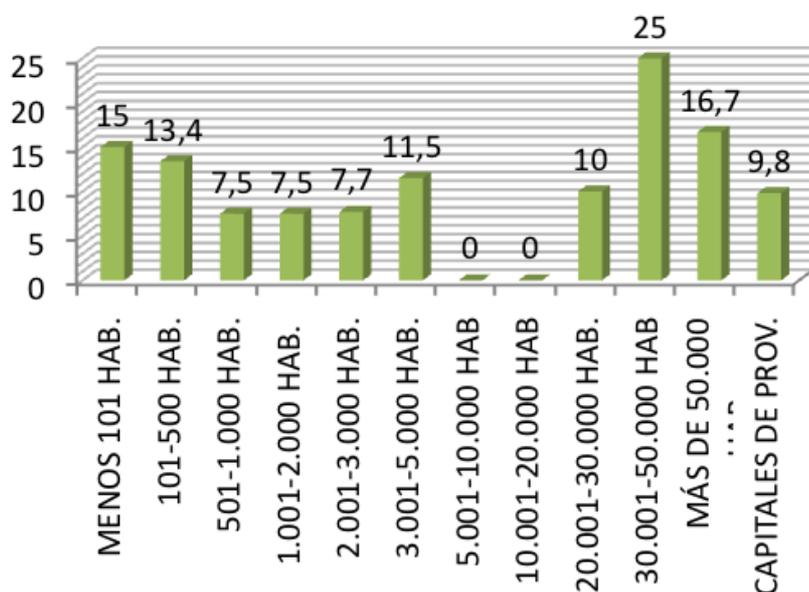
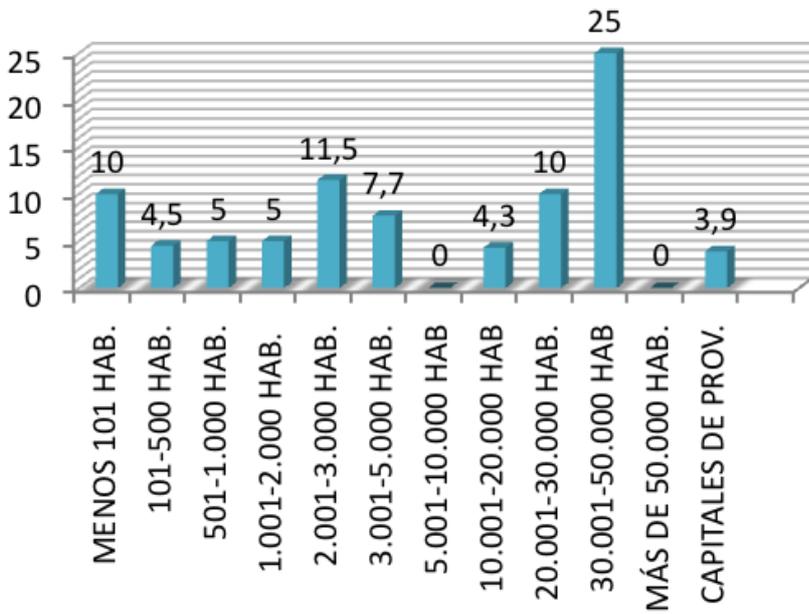


Fig.11  
**PORCENTAJES DE FOTOGRAFÍAS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL**



Cantidades porcentuales de foros y fotografías en función del tamaño de los municipios. Elaboración propia.

En este mismo punto se hallan los porcentajes de municipios que propician la inclusión de textos alegóricos al municipio que son creados por los ciudadanos, a saber: referencias históricas, anécdotas, costumbres, folclore etc. (Fig.12). Este recurso es más utilizado en las poblaciones pequeñas que oscilan entre los 500 y los 1.000 habitantes; y, en contraposición, ninguno de los grandes municipios estudiados con más de 20.000 vecinos censados puede incorporar este tipo de textos.

Paralelamente, el usuario dispone de excepcionales oportunidades para participar en un chat: solo seis de las localidades que componen la muestra disponen de este recurso, localizándose la mayor parte en pequeños municipios con una franja poblacional situada entre los 500 y los 1.000 habitantes. Es destacable observar que, entre los municipios analizados con poblaciones que oscilan de los 2.001 a los 50.000 habitantes, no se ha hallado ninguno que ofrezca un chat para establecer una relación comunicacional entre ciudadanos. (Fig. 13).

Fig. 12  
**PORCENTAJE DE TEXTOS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL.**

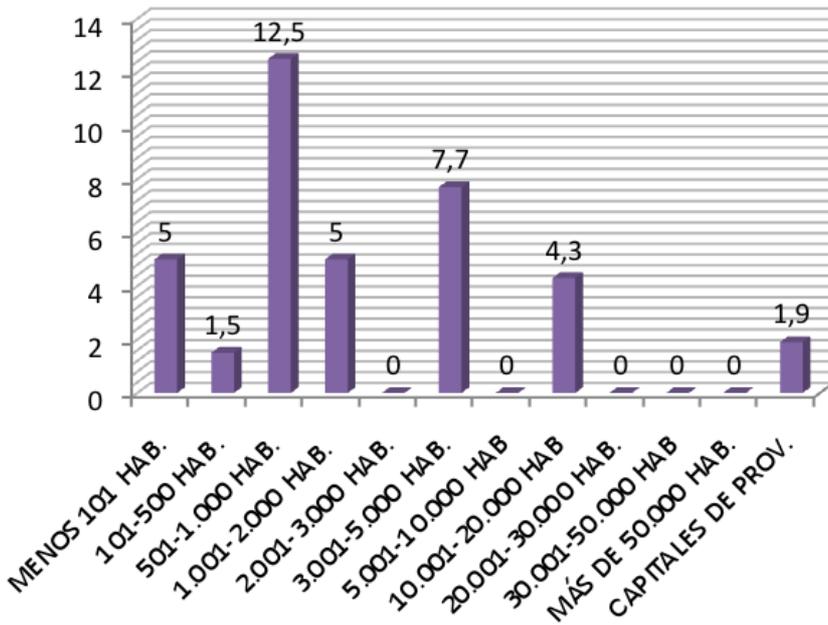
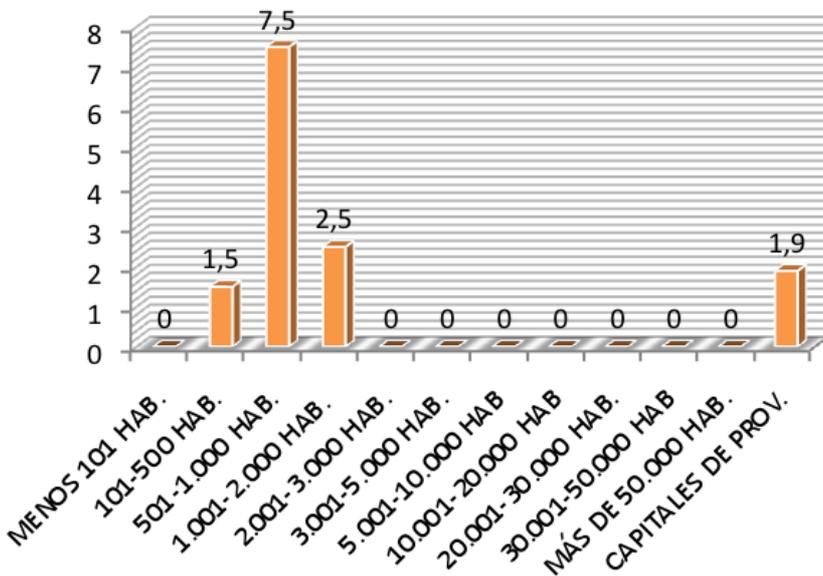


Fig. 13  
**PORCENTAJES DE CHATS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL**



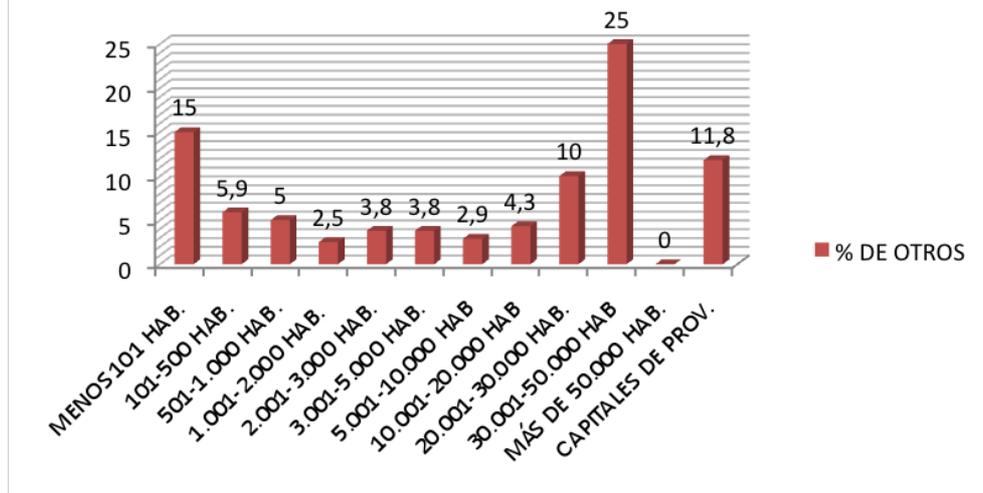
Cantidades porcentuales de textos y chats en función del tamaño de los municipios. Elaboración propia.

5.2.1. *Detalle pormenorizado de Otros recursos. Ejemplos ilustrativos*

En último término, se observan unos porcentajes mayores en las herramientas denominadas *Otros* (Fig. 14). Pero las cuantificaciones obtenidas no se pueden hacer corresponder con el resto: mientras que en las primeras estamos hablando de recursos concretos; en *Otros* se ha incluido un perfil de opciones para la interacción mucho más generalizado.

Fig. 14

## PORCENTAJES DE OTROS RECURSOS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL



Cantidades porcentuales de herramientas innovadoras en función del tamaño de los municipios. Elaboración propia

En resumen, podemos aseverar que los ayuntamientos no se mueven en función de su mayor o menor tamaño poblacional para proponer elementos de participación ciudadana a través de un medio tan directo como es Internet. Entre estos tres tipos de recursos, se observa que la apuesta por los chats es muy escasa; no llega ni a 2 puntos de media; mientras que la más alta es la referente a herramientas innovadoras con una media de 7,5 sobre las 351 localidades de la muestra.

Dichas herramientas se han integrado en la clasificación de *Otros*, por dos razones básicas. De un lado constituyen fórmulas novedosas que fomentan enormemente la implicación y la identificación del usuario con la página de su ayuntamiento, a la vez que resultan muy útiles y participativas si son gestionadas correcta y adecuadamente.

En segundo lugar, su carácter innovador y el marchamo que en este estudio se ha dado con la etiqueta de *Otros*, responde a su destacado aspecto diferenciador con el resto de herramientas clásicas y habituales que se pueden encontrar en cualquier página interactiva de la Word Wide Web: correo, foros, chats, envío de imágenes...

Un ejemplo de ello se ha encontrado en la página web de Guadalajara (<http://www.guadalajara.es/es/>) con un novedoso vínculo que se esconde tras una particular denominación "Enwada" ([http://enwada.es/wiki/P%C3%A1gina\\_Principal](http://enwada.es/wiki/P%C3%A1gina_Principal) ). Se trata de un proyecto de difusión cultural promovido por el ayuntamiento de esta localidad y financiado con fondos europeos del Plan Avanza (Fig. 15). Aporta una valiosa herramienta cultural porque funciona con un sistema similar a la popular Wikipedia. En este caso, los usuarios pueden aportar artículos referidos a todo lo que tiene que ver con la ciudad. La temática es numerosa y se divide en grandes áreas: *Marco General, Estructura Urbana, Instituciones Locales, Política y Gobierno, Economía y Sociedad, Ciencia y Cultura, Historia y Periodos Históricos*.

Todos los artículos son sometidos a revisión por un grupo de editores, los cuales comprueban la pertinencia y corrección de los escritos enviados por los usuarios de forma voluntaria y desinteresada. Igualmente, se pueden enviar correcciones o ampliaciones de lo ya publicado con otros textos, pero también con imágenes, gráficos, planos o mapas.

Fig. 15

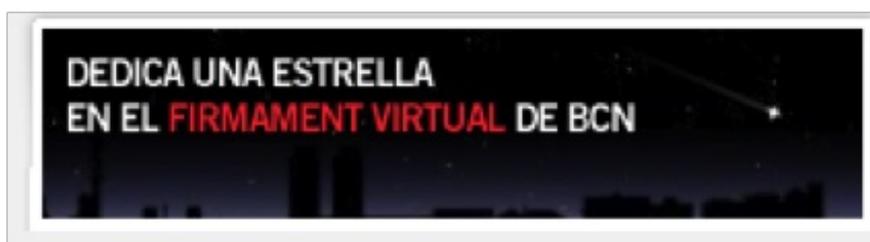


Captura de imagen de la sección on line Enwada. Fuente: Web oficial del ayuntamiento de Guadalajara.

Otro modo para conseguir este objetivo es el propuesto por el ayuntamiento de Barcelona ([www.bcn.cat](http://www.bcn.cat)). Se trata de una herramienta algo más prosaica que la descrita de Guadalajara pero con una efectividad similar. Su denominación ilustra plenamente a su contenido: *Dedica una estrella en el firmamento virtual de Barcelona* (Fig.16). El usuario puede escribir un mensaje a un ser querido que será añadido a una nueva estrella que se genera en una pantalla en la cual se simula un cielo plagado de astros en una noche despejada. El destinatario del mensaje recibe un aviso en su correo electrónico con un vínculo añadido que enlaza directamente con la web institucional de Barcelona para que, de este modo, pueda ver su dedicatoria.

Desde luego no deja de ser un original método que, al menos, induce a nuevos usuarios a visitar la página, a abrirla y es posible que, después, suscite más interés y quieran indagar y profundizar en su contenido. La emisión y redirección de las páginas es un recurso que no hemos tenido en cuenta en nuestro estudio ya que no podemos calibrar al detalle su efectividad y, además, en muchos casos, hemos visto que no funciona y genera error al intentar emplearlo. Se trata de un enlace que se expone en algunas secciones informativas de determinadas páginas y que posibilita su reenvío a otros usuarios que, por diversas circunstancias, puedan también estar interesados en ese contenido.

Fig. 16



Captura de imagen de la sección on line del *Firmamento Virtual*. Fuente: Web oficial del ayuntamiento de Barcelona.

## 6. ESTUDIOS DE CASO. MADRIGAL DE LA VERA (3) Y DE VALDEMANCO

Tras esta visión generalizada, podemos llegar a la conclusión de que la apuesta por la participación en las web que hacen los ayuntamientos es todavía muy baja. Como ya hemos comentado anteriormente, es muy ilustrativo que ninguno de los 351 municipios analizados alcance el mayor grado de interactividad que hemos propuesto, el IV de Registro. Solo hay dos ayuntamientos que se acercan a este grado: el de Madrigal de la Vera (1815 habitantes), en la provincia de Cáceres; y Valdemanco (972 habitantes), en la Comunidad Autónoma de Madrid.

La web de Madrigal de la Vera dispone de todos los recursos propuestos a excepción de una sección dedicada encuestas que resulta un tanto extraño después de la firme apuesta que se ha hecho por la participación en

esta página. No obstante, las opciones ofertadas al usuario son totalmente efectivas, con un cuidado mantenimiento y conservando los filtros adecuados para que no se desvirtúe el objetivo principal, que es la implicación saludable y constructiva de los usuarios para colaborar en el desarrollo del municipio en sus diferentes ámbitos.

Incluso el chat, el recurso individual menos aplicado en las web municipales, ha conseguido su finalidad: un verdadero centro de comunicación entre los vecinos que debaten sobre asuntos en los que tienen interés común; incluso se pueden habilitar conversaciones privadas entre un número restringido de internautas.

Como aspecto diferenciador en la aplicación de recursos participativos, la web de Madrigal de la Vera dispone de un tablón de anuncios para la compra-venta de bienes muebles e inmuebles entre particulares. Una opción que, no obstante, es aportada por otras localidades analizadas, como son Monreal del Campo, en Teruel; la zaragozana de Purujosa; o Montán, en Castellón.

El acceso a todos estos recursos que presenta Madrigal de la Vera es rápido, factor que contribuye a su éxito, además es fácil empezar a participar en cualquiera de estas opciones ya que solo se necesita un identificador y una dirección de correo electrónico efectiva. Otro elemento que trae consigo la gran aceptación ciudadana es la ordenación en la página web. Su ubicación es cómoda gracias a una cuidada estructura de la disposición de los contenidos.

Por otra parte, nos encontramos con uno de los casos más peculiares y únicos entre los municipios consultados en este estudio con una población inferior a los 1.000 habitantes. A pesar de sus reducidas dimensiones, el ayuntamiento de Valdemanco tiene dos web oficiales. Una de ellas cedida por la Comunidad de Madrid ([www.valdemanco.es](http://www.valdemanco.es)) y la otra realizada y diseñada por el área técnica municipal ([www.valdemanco.org](http://www.valdemanco.org)). Las estructuras de ambas páginas son completamente diferentes, aunque desde la elaborada en la propia localidad hay un vínculo para acceder a la de la administración regional. Al ser ambas oficiales, hemos considerado conveniente analizar los instrumentos de participación que se ofertan en cada una de ellas.

La interactividad dista mucho entre una y otra. En la cedida por la Comunidad el nivel es I de transmisión, no existe ni tan siquiera una dirección de correo electrónico que nos indique dónde tenemos que dirigirnos para hacer nuestras consultas al ayuntamiento. Los contenidos son propuestos por el consistorio pero es la administración regional quien se encarga de incluirlos y *volcarlos* en la página web. Existen algunos recursos para la e-administración, pero se trata únicamente de vínculos para la tramitación de gestiones en organismos autonómicos.

El caso de [www.valdemanco.org](http://www.valdemanco.org) es bien distinto (Fig.17). El nivel de interactividad es de un III conversacional y con proyecto de ser IV de registro para que sean los propios ciudadanos los que contribuyan a elaborar la página. Estrenada en noviembre del 2009, dispone en la actualidad, entre otras herramientas, de un foro bien diseñado que, desde el primer momento, lleva incorporado un filtro: *El administrador revisará todos los mensajes antes de publicarlos*. De este modo, se evitan juicios malsonantes y críticas destructivas, siempre teniendo en cuenta la buena fe del administrador que no utilizará el filtro para su interés particular, político o de cualquier otro ámbito. También se obtiene respuesta de la dirección de correo electrónico que refleja en la página.

Fig. 17



Captura de imagen de la página web *participativa* del ayuntamiento de Valdemanco. Fuente: ayuntamiento de Valdemanco

## 7. CONCLUSIONES

Tras examinar detallada y exhaustivamente la muestra planteada, podemos obtener una conclusión principal que posteriormente iremos desglosando en próximas líneas con otros argumentos explicativos: los ayuntamientos que sí disponen de página en la Red no tienen como finalidad prioritaria entablar una relación comunicacional con el ciudadano, ni tampoco ésta se incrementa en función del nivel poblacional. Una actitud que puede resultar preocupante ya que las nuevas tecnologías y, en concreto, Internet, ofrecen la posibilidad de establecer una relación intemporal con las administraciones públicas y, a la vez, continuamente actualizada, globalizadora pero personalizada; y, por último, eficaz y absolutamente interactiva en su más alto grado que, en definitiva, es el propósito final de este estudio. Los argumentos que nos llevan a obtener esta conclusión son los siguientes.

I. A la cuestión referente al desarrollo de las TIC en los ayuntamientos y por la apuesta que éstos hacen en sus páginas oficiales para potenciar la participación, obtenemos los siguientes resultados:

a. De las 8.112 localidades registradas en el territorio español, poco más de la mitad (57,6%) dispone de una web oficial.

b. A pesar del desarrollo de las nuevas tecnologías y la gran cantidad de proyectos económicos para su puesta en marcha, existe aún una considerable y preocupante cantidad de páginas webs de los ayuntamientos que no son interactivas porque no se ofrecen al usuario los recursos y herramientas básicas para alcanzar este rasgo. Los ciudadanos, por lo general, no pueden participar en la elaboración y mantenimiento de la web. La información es unilateral: solo planteada por la administración pública municipal.

II. Al planteamiento establecido entre una posible relación proporcional entre el tamaño del municipio y la cantidad de recursos para la participación, concluimos:

a. No existe una relación directa entre el número de habitantes y la cantidad de recursos disponibles en la web para los ciudadanos. En otras palabras, no hay mayor número de herramientas que inciten a la interactividad en los municipios más grandes.

III. En referencia al tipo de herramientas utilizadas en las páginas del estudio y clasificadas en función de su potencialidad para fomentar la participación, se obtiene:

a. No se ha encontrado ninguna localidad de las planteadas en la muestra que alcanza el máximo nivel de interactividad propuesto, el IV de Registro.

b. La gran mayoría de las web oficiales de ayuntamientos se engloban en el nivel II de Consulta: 201 de los 351

municipios analizados, lo que corresponde a un 57,2% del total de la muestra. Es decir, los únicos recursos de los que disponen para la participación vecinal son la administración en línea y/o un correo electrónico.

c. Hay una apuesta sensiblemente mayor por la administración en línea (60,68 %) que por la habilitación de un correo electrónico (50,14 %).

d. El resto de los municipios, los otros 150 analizados en la muestra se reparten entre el nivel I de Transmisión (20,2 %) y el Conversacional (22,5 %). En consecuencia, una quinta parte de las páginas no incitan a la interactividad.

e. El mínimo porcentaje de municipios que alcanza el nivel III Conversacional se agrava con la escasez de recursos que presentan. Exceptuando el correo electrónico y la e-administración, la media del resto de herramientas se sitúa en solo un 6,22% del total analizado, siendo los foros los más utilizados, con un 10,34, mientras que los chats apenas superan el 1%; es decir, solo cuatro municipios analizados disponen de este recurso para que los usuarios puedan interactuar entre ellos. Las herramientas que implican la inclusión de textos y fotos se sitúan en torno al 7%.

f. Resulta destacable observar que las páginas de municipios cuya franja se sitúa tan solo entre los 501 y 1.000 habitantes sobresalen con respecto a los demás en cuanto al uso de herramientas como el chat o la inclusión de fotografías. Gracias a ellos, la media de estos recursos prácticamente se duplica.

g. Igualmente, es escaso el número de municipios que proponen herramientas de interactividad innovadoras y que hemos englobado en la denominación de *Otros*. El porcentaje de media es de un 7,5%, lo que corresponde a 24 municipios de los 351 analizados. De ellos, una gran cantidad corresponde a una de las franjas poblacionales más altas: la situada entre los 30.001 y los 50.000 habitantes.

El estudio de las páginas web oficiales puede ser objeto de otras líneas de investigación relacionadas con la conducta del usuario y el empleo que realiza de las herramientas participativas. De igual modo, se puede determinar un perfil sociodemográfico y cultural del ciudadano que habitualmente se implica en la oferta propuesta desde la web. En paralelo y tomando como referencia al ayuntamiento y sus gestores, sería plausible comprobar su grado de voluntad política para fomentar la participación ciudadana a través de la Red. Y, por otro lado, analizar la apuesta que realizan por medio de otras vías que ofrece el ciberespacio, como es el caso de las diferentes redes sociales. En definitiva, se trata de buscar fórmulas y mecanismos para incentivar una mejora bidireccional de las actitudes, tanto de usuarios como de administradores, y que tomen plena conciencia de la importancia que tiene la participación activa en el desarrollo de un municipio y de las posibilidades que, para este fin, aporta Internet.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNSTEIN, S.R.: "A Leader of Citizen Participation" . *Journal of the American Institute of Planners (JAIP)* , vol. 35 (1969), pp. 216-224.

BALDERSHEIN, H.; Øgård, M.: "Innovation in E-government: Analysis of municipal web pages in the Nordic countries", *Information Polity*, vol. 3/4 (2008) nº 13, pp. 125-137.

BORDEWIJCK, J.; VAN KAAAN S. "Towards a new classification of tele-information service", *Intermedia*, vol. 14 (1986) nº 1.

BORGE, R.; CARDENAL, A.S.; MALPICA, C.: "El impacto de Internet en la participación política: revisando el papel del interés político", *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, vol. 188 (julio-agosto 2012), pp. 733-750.

CHAÍN, C.; MUÑOZ, A.; MAS, A.: "La gestión de información en las sedes web de los ayuntamientos españoles", *Revista Española de Documentación Científica*, (2008) nº 31, pp. 612-638

CORREA, L.F. (2008). La Web 2.0. *Colombia Universia* [en línea]. [Consulta: 5 enero 2012].  
<http://mkt0.universiablogs.net/lcorrea>

DANS, E. (2007). La empresa y la web 2.0. *Harvard Deusto. Marketing & Ventas* [pdf]. Ediciones Deusto, mayo-junio 2007 [Consulta: 8 diciembre 2012]. [http://profesores.ie.edu/enrique\\_dans/download/web20-HDMV.pdf](http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/web20-HDMV.pdf)

DELLI CARPINI, M.X.: "Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment". *Political Comuncation*, vol. 17 (2000), nº 4, pp. 341-349.

LÉVY, P. Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio. *Biblioteca Virtual en Saúde* [en pdf]. 2004 [Consulta: 8 diciembre 2012].

<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>

LINARES, J.: Las 10 claves para entender la colaboración en el modelo *Open Government*. En CALDERÓN, C; LORENZO, S (2010): *Open Government. Gobierno Abierto*. Argon Editores. Jaen, pp. 51-74.

LÓPEZ DEL RAMO, J: "Características estructurales de la web y su incidencia en la usabilidad. Análisis del caso en los portales municipales de la comunidad de Madrid", *Scire*, vol.16, (2010), nº 1, pp. 43-50.

MARGOLIS, M; RESNICK D. (2000): *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution"*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA, ISBN: 9780761913313

NIELSEN, J. Participation Inequality: Encouraging More Users To Contribute. *Jakob Nielsen's Alertbox* [en línea]. 9 octubre 2006 [Consulta: 8 diciembre 2006]. [http://www.useit.com/alertbox/participation\\_inequality.html](http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html)

NORRIS, P. (2001). *Digital divide. Civic engagement, information poverty and the Internet worldwide*. Cambridge University Press. UK: Cambridge, ISBN: 0521002230

PINEDA DE ALCÁZAR, M. "El papel de Internet como un Nuevo medio de comunicación social en la era digital", *Hipertextos* (2010), "nº 6. [Consulta: 23 diciembre 2012]. <http://www.gmjei.com/journal/index.php/hip-text/article/view/189/0>

Prieto P.R.: "Diseño de la interacción en la web como ventanilla de la administración pública. Caso de estudio: ayuntamientos de la Comunidad de Madrid", *Scire*, vol.16, (2010), nº 1, pp. 93-120.

ROCHA, R; COBO, A; ALONSO, M. "Administración electrónica en las universidades públicas españolas", *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 34, (octubre-diciembre 2011), pp. 545-562.

ROS-MARTÍN, M. "Filtrado de la información en la Web: Basado en contenido, colaborativo y social", *Biblioteca 2.0* [en línea]. 5 junio 2008. [Consulta 23 enero 2012]. <http://comunidad20.sedic.es/?p=160>

Rost, A. (2006), *La interactividad en el periódico digital*. Tesis. Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. [Consulta 6 octubre 2011].

<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf?sequence=1>

SADABA, Ch.. El perfil del Usuario de Internet en España. *Intervención psicosocial*, vol. 19, 2010 nº 1, pp 41-45.

SARTORI, G. (1987). *The theory of democracy revisited*. Chatham House Publishers. Chatham, New Jersey. ISBN: 0934540462.

SUBIRATS, J.: "¿Qué democracia y qué Administración para la nueva época? Internet y la gestión pública", *Ekonomiaz*, nº 80 (mayo-agosto 2012), pp. 70-91.

\_\_\_\_\_.: Nuevos mecanismos participativos y democracia: promesas y amenazas. En FONT, J.(2001): *Ciudadanos y decisiones públicas*. Ariel Ciencia Política, Barcelona, pp. 33-42.

SUROWIECKI, J. (2004): *Cien mejor que uno: la sabiduría de la multitud o por qué la mayoría siempre es más inteligente que la minoría*. Barcelona, Urano, ISBN: 9788479535919

TODT, O. Potencialidades y riesgo de la participación. En *Jornadas de Ciencia, Tecnología y Sustentabilidad*. El Escorial, Madrid, julio 2004. [Consulta 27 enero 2012].

VOCES-MERAYO, R. y CODINA, LI. "Web móvil y su implantación en la administración local española", *El Profesional de la Información*, vol. 18, (2009), nº 2, pp. 211-217.

WARD, S; GIBSON, R.K.; LUSOLI, W: "Online Participation and Mobilization in Britain: Hype, hope and reality", *Parliamentary Affairs*, vol.56, (2003), nº 4, pp. 652-668.

ZAPPEN, J. P.; HARRISON, T. M.; WATSON, D. A new paradigm for designing e-government: web 2.0 and experience design, En *International Conference on Digital Government Research*. (2008). ACM International Conference Proceeding Series, Montreal, pp.17-26.

### **Breve semblanza biográfica de los autores:**

Beatriz Catalina García. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Rey Juan Carlos (2011). Profesora Visitante de la Universidad Rey Juan Carlos. Es Docente en materias relacionadas con Radio, Documentación e Investigación. Ha publicado en revistas de comunicación y en varias compilaciones. Actualmente, participa en el Proyecto Nacional de I+D+I "Análisis de uso y consumo de medios y redes sociales en Internet entre los adolescentes españoles. Características y prácticas de riesgo".

Antonio García Jiménez. Profesor Titular del Área de Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos. En la actualidad es el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Es docente en materias relacionadas con internet y sociedad, así como con Documentación. Ha participado y dirigido diferentes proyectos de investigación relacionados con Internet (usos y riesgos en adolescentes, sistemas de información y género) y con la generación automática del lenguaje.

---

(1) Comisión Europea (2001). *La gobernanza europea – Un Libro Blanco*. [COM (2001) 428 final – Diario Oficial C 287 de 12/10/2001]

(2) Datos aportados por el CIS en su Estudio 2736 realizado entre octubre y noviembre del 2007 sobre los usos políticos de Internet en España.

(3) La fecha de consulta de esta página es de enero del 2012. Sin embargo, en una revisión posterior, realizada en noviembre del mismo año, la página se encuentra en proceso de construcción para el desarrollo de un nuevo diseño. Fuentes del propio Ayuntamiento nos han confirmado que en breve será terminada toda su arquitectura para ofrecer los mismos contenidos a los usuarios.

---

*Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.22, año 2013, primer semestre.*