

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS DE MADRID
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Estudio sobre la interactividad en
las web de los Ayuntamientos de
España**

Beatriz Catalina García

Director: **Prof. Dr. Antonio García Jiménez**
TESIS DOCTORAL
Fuenlabrada 2.011

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

1. Presentación

El origen de este estudio se halla en mi experiencia profesional con más de dos décadas de dedicación al periodismo local que me ha llevado a mantener un contacto directo con los Ayuntamientos, principalmente en lo que atañe a su papel político.

Durante este tiempo, he podido comprobar que, al menos en teoría, todos los representantes políticos municipales, sin distinción ideológica y/o partidista, llevan a cabo su tarea en torno a la consecución y a la incitación de una mayor implicación ciudadana en el desarrollo del municipio. Toda su labor dedicada a la elaboración de proyectos se prologa por una oratoria en la que se pide la participación del vecino para su puesta en marcha. Igualmente, cuando se consuman la mayoría de las iniciativas, se asegura que es fruto de la propia demanda social.

Bien es cierto que uno de los marchamos que caracteriza a los Ayuntamientos, en relación con otras administraciones públicas, es su cercanía con los ciudadanos, los cuales son también conscientes de esta aseveración. Pero la cuestión es si, tanto la propia ciudadanía como los responsables políticos, lo ponen en práctica y, entre todos, son capaces de lograr el desarrollo de un municipio con la participación conjunta.

Una de las frases más célebres de Montaigne puede ser perfectamente extrapolable a esta coparticipación: *La palabra es mitad de quien la pronuncia, mitad de quien la escucha*; y ésa es, realmente, la línea que preconizan los Ayuntamientos durante esta etapa de la actual era democrática.

Pero lo que sí se pone en tela de juicio de forma generalizada es si esta máxima se lleva a la práctica. En otras palabras, si los ciudadanos se convierten en verdaderos copartícipes de la gestión municipal.

Es ya sabido que las nuevas tecnologías y, concretamente, Internet, marcan un antes y un después en la implicación del individuo en todos los ámbitos. La globalización de la comunicación ya no está en manos de unos pocos. Salvando las dificultades de la denominada brecha digital, todos nos podemos comunicar con todos, independientemente de las dimensiones espacial y temporal.

Con la Red es más factible estar más cerca de la democracia directa ya que, hasta ahora, en los tiempos actuales, solo era posible en pequeños entornos rurales o tribales donde todos comparten una misma gestión. Los Ayuntamientos pueden utilizar esta herramienta para llevar realmente a la práctica esa máxima que sus políticos proclaman insistentemente sobre la necesidad de que el ciudadano se implique en el desarrollo municipal.

El vertiginoso desarrollo de las nuevas tecnologías en todos los niveles sociales, unido a mi experiencia profesional en el periodismo local, aludida al principio, me indujo a plantearme si efectivamente Internet es aprovechado, tanto por los responsables

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

políticos municipales como por los ciudadanos, para conseguir esa ansiada participación que unos insisten en ofrecer y otros no dejan de demandar.

Desde la aplicación generalizada de Internet en la gestión pública, independientemente de su territorialidad, se ha producido una incesante investigación en todos los ámbitos. Uno de los aspectos más tratados se refiere a la llamada administración en línea que, efectivamente, supone un gran salto cualitativo a la hora de facilitar la relación que se requiere para ciertas cuestiones entre organismo público y ciudadano. Uno de los obstáculos que se ha salvado con esta nueva herramienta, y que hasta ahora era impensable, es la obligada presencia física del ciudadano en el edificio público correspondiente, en nuestro caso, la casa consistorial.

Sin embargo, la administración en línea o la E-Administración, no proporciona una participación conjunta e integral para la gestión del municipio o del ámbito territorial pertinente. Existen otros recursos que, utilizados en otros espacios de Internet, sí que pueden lograr una comunicación entre el Ayuntamiento y el ciudadano algo más fluida que hasta hace unos años. Son recursos generalizados y utilizados habitualmente por los usuarios de Internet, independientemente de su edad, nivel educacional o de cualquier otro parámetro. Me refiero a los ya sobradamente conocidos chats, correos electrónicos y foros, entre otros.

Y precisamente por esa profusión, considero que pueden ser unas vías efectivas y válidas para ser usadas no solo en la comunicación entre individuos, sino entre éstos y las organizaciones públicas municipales, teniendo en cuenta lo que ya he mencionado anteriormente, que son éstas las administraciones más cercanas al ciudadano.

Sobre esta materia, la labor investigadora ha sido escasa, y prácticamente nula si se refiere, de forma generalizada, a todos los Ayuntamientos del ámbito español. Éste es uno de los aspectos que pretendo aportar como innovador y como base para otras investigaciones. Sí que existen algunos tratados, que ya expondremos en el transcurso de esta tesis, pero que se refieren a un solo municipio o a un determinado conjunto de municipios en particular y encaminados principalmente a la relación de gestión y burocrática entre el Ayuntamiento y el ciudadano, aunque pueden servir como punto de arranque o marco de referencia para el presente estudio.

Mi intención es ofrecer una panorámica modesta, pero lo más profunda posible, sobre la existencia o inexistencia, además de la efectividad o no, de estos recursos; habituales en otros sitios de Internet y que, por tanto, no constituyen elementos identificadores y propios de una página oficial perteneciente a una institución pública, pero que pueden resultar enriquecedores para el tipo de comunicación que se planteará en esta tesis. No obstante, la llamada E-Administración también interesa por cuanto que es otro modo de comunicación entre el Ayuntamiento y el ciudadano a través de la web.

Por tanto, este estudio pretende aportar una pequeña colaboración para conseguir que la interacción social se alce como uno de los elementos básicos en la consolidación de los Ayuntamientos democráticos; que el individuo sea considerado como un factor fundamental en el proceso participativo que debe regir el avance de los municipios, y que no solo se le tenga en cuenta para su concurrencia a las elecciones. Concluyo esta

presentación con un pensamiento de la filósofa María Zambrano (1958) que puede resumir mi interés por la elaboración de esta tesis: *Si se hubiera de definir la democracia podría hacerse diciendo que es la sociedad en la cual no solo es permitido, sino exigido, el ser persona.*

2. Delimitación del objeto de estudio

2.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

La cuestión que nos planteamos para la realización de este trabajo es si los Ayuntamientos de España fomentan la interactividad a través de recursos incluidos en su página web institucional.

Consideramos que la irrupción y desarrollo de Internet ha sido un hito sin parangón en la historia de la comunicación. Una vía hasta ahora desconocida en la que se salvan los límites temporales y espaciales, hecho que ha ido marcando no solo la cotidianidad de los ciudadanos, sino también los ámbitos económicos, sociales y políticos desde los más bajos estamentos hasta las más altas esferas.

En los límites políticos encontramos en Internet una herramienta que puede posibilitar una profunda transformación en el significado que, en la Era Contemporánea y hasta la actualidad, se da a la democracia. Se trata, por tanto, de un concepto que, gracias a las nuevas tecnologías, puede adquirir un nuevo significado, el cual debe girar en torno una participación ciudadana lo más amplia posible y no solo como una implicación representativa.

Por ello, creemos interesante calibrar y valorar si los Ayuntamientos, como administraciones públicas de menor territorialidad y, por esta razón, calificadas por numerosos analistas como las más cercanas a la ciudadanía, fomentan este marchamo a través de una inigualable herramienta como la que aporta Internet.

La pregunta de investigación será, por tanto, en sentido directo ¿los Ayuntamientos impulsan la interactividad en su página web a través de múltiples recursos? Una cuestión que, solo en su enunciado, se abordan las bases en las que se debe sustentar esta tesis, con términos sumamente elocuentes para ello, a saber: impulso de nuevas tecnologías, Ayuntamientos, ciudadanos (o usuarios) y, por último Internet, incluyendo los recursos que aporta ésta última.

El impulso de las nuevas tecnologías requiere, como para cualquier iniciativa de carácter social -en el sentido más amplio del concepto-, la apuesta firme y efectiva de administraciones públicas; no solo con inversiones económicas, sino con planes eficaces para salvar graves obstáculos que pueden frenar la implantación de las llamadas TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en la cotidianidad del mayor número de individuos.

La llamada brecha digital es una consecuencia de la globalización que no se resuelve solo con fondos económicos, sino con el objetivo de que *la información sea*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

conocimiento, un principio extraído del pensamiento filosófico de Mario Bunge. La intención de este fin, por tanto, es la aplicación de los desarrollos científicos y tecnológicos en la sociedad global, con el objetivo de que la brecha digital no agrave el resto de brechas ya existentes y que se han convertido en un mal endémico con una muy difícil solución.

Como en el resto de problemas globalizados, las administraciones públicas tienen mucho que decir y hacer, independientemente de su nivel territorial. 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 el referido a 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, en distinto grado pero más estrecha, que con otras administraciones.

Precisamente, por este último punto, por la identificación ciudadana, el Ayuntamiento es un elemento clave en el acercamiento de las nuevas tecnologías a la sociedad en general a través de iniciativas y programas que aporten esa señal de correlación entre el sujeto –individual o colectivo– y la administración local.

Bien es cierto que su limitación legisladora y, sobre todo, su exigua capacidad económica requieren del apoyo de otras administraciones con mayor nivel territorial que incentiven la potenciación de las nuevas tecnologías. Esta cuestión, intrínseca a nuestra pregunta de investigación, será también planteada y analizada en el transcurso de este estudio.

La participación ciudadana debe ser sustentada en la persona, tanto física como jurídica, tanto en el individuo como en el tejido social. Con la llegada de los nuevos medios y de los actuales sistemas organizativos, la comunicación no puede ser entendida bajo el enfoque de unos papeles impuestos e inamovibles de emisor y receptor. Para el eficaz funcionamiento de la comunicación en cualquier ámbito, principalmente en las nuevas tecnologías, el ciudadano se convierte, no solo en receptor de iniciativas planteadas por administraciones públicas, sino en proponente y emisor de ideas que redunden en un avance social; en concreto y siguiendo la línea que vamos a marcar en esta tesis, en el desarrollo del municipio en todos sus ámbitos.

Con las nuevas tecnologías, los estereotipados roles de emisor y receptor han quedado absolutamente desdibujados. La web es la clara muestra de ello y, por extensión, constituye, o al menos sería lo deseable, una nueva forma de comunicación más directa, incluso más personal, entre los actores que se plantean en este estudio: las administraciones locales y los ciudadanos vinculados, de alguna forma, con un determinado municipio.

Retomando los términos antes descritos, es por ello que 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 la posibilidad de plantear mensajes públicos, restringidos y personales sin limitaciones espaciales y/o temporales.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Una amplia vía por la que discurren numerosos ‘trenes’ de comunicación y que requieren, inexcusablemente, una inicial apuesta de la administración, pero seguida inmediatamente por un compromiso de ésta y también del ciudadano para que la comunicación sea fluida, eficaz y sustancial, a la vez que permita objetivos cuyos fines sean el beneficio y avance de la sociedad en su conjunto.

2.2. HIPÓTESIS, PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS

El inicio de la investigación partirá, por tanto, de la siguiente hipótesis: los Ayuntamientos de España aprovechan la web oficial para la comunicación y para interactuar con sus ciudadanos

Este extremo obliga a plantear una serie de reflexiones que ofrezcan una respuesta generalizada y afirmativa para corroborar la hipótesis; o, en caso contrario, en qué medida se incentiva la interactividad en las web de los Ayuntamientos a través de los recursos disponibles en sus páginas oficiales.

Para poder desentrañar esa cuestión será preciso, en primer lugar, observar los porcentajes totales entre los municipios que disponen o no de página. Los resultados nos aportarán una primera valoración de la apuesta por las nuevas tecnologías que marcan la organización de las administraciones públicas locales.

Una vez realizado este tramo, se debe proceder a observar, entre los que sí tienen web, cuáles responden a parámetros participativos con herramientas, novedosas o no, dentro de la Red, que inciten a la participación de los ciudadanos y que éstos hagan un efectivo uso de las mismas.

Esta observación será reflejada con valores cuantitativos que demuestren la posible interactividad y que aporten a la página un marchamo, una identidad de actividad y actualización que posibilite la implicación de los ciudadanos en la gestión del municipio bajo el aprovechamiento y la funcionalidad que ofrece Internet.

2.3. OBJETO DE ESTUDIO

Será una visión de los recursos disponibles en las páginas web de los Ayuntamientos de España para fomentar la interactividad, independientemente de las razones que les impulse a ello, ya sean estratégicas de cara a las convocatorias de elecciones, ya sea en un afán no tan lucrativo y ‘moralmente democrático’ para incentivar la implicación de toda la ciudadanía en el desarrollo de la localidad.

De este modo, la materia específica de la tesis serán las propias webs municipales, primero observando de forma cuantitativa si éstas existen, y viendo, después de modo cualitativo, desde el punto de vista de su eficacia, los recursos disponibles en ellas.

Por otra parte, el enfoque desde el que se va a abordar este análisis será la imagen que los Ayuntamientos españoles reflejan a los usuarios a través de sus páginas en Internet,

planteando si éstas son meros ‘escaparates’ de la administración municipal, o si, por el contrario, pretenden que la web constituya una vía de comunicación cuasi directa y recíproca de los representantes políticos y administrativos hacia sus ciudadanos, por medio de recursos que inciten a la participación.

Por ello, consideramos oportuno, conveniente y adecuado estudiar los municipios en función de su nivel poblacional, ya que se entiende que esta comunicación ciudadanos-Ayuntamiento es proporcional a la magnitud del municipio en cuanto a número de habitantes se refiere.

Una vez analizada esa variable y comprobar la existencia o no de la web, profundizaremos en las herramientas, instrumentos o recursos disponibles en la página. Estos elementos serán los que marquen los distintos niveles de interactividad: desde el más bajo, en el que nos encontramos con el anteriormente aludido ‘escaparate’ del Ayuntamiento; hasta el mayor grado interactivo, en el que se evidencie una gran participación del usuario, tanto a nivel individual como colectivo, lo que supondrá que hay una voluntad para que el ciudadano se implique en el desarrollo de su localidad

3. Corpus

El corpus de esta investigación comprende una muestra de 351 páginas web correspondientes a otros tantos Ayuntamientos de España. El rasgo tan peculiar de la cifra seleccionada obedece a una razón: en primer lugar, son 300 municipios que, en el ámbito estadístico, se considera una cantidad suficientemente representativa en función del universo planteado en el objeto de estudio. A ellos se suman las dos ciudades autónomas de Melilla y Ceuta y las 49 capitales de provincia, por entender que éstas últimas pueden servir como modelo y marco de referencia a localidades que se agrupan en su misma circunscripción territorial.

La división que se hará responde al nivel poblacional de cada uno de ellos, ateniéndonos a los parámetros oficiales que marca el Instituto Nacional de Estadística; y, dentro de cada uno de estos grupos, realizaremos una selección para poder ofrecer la mayor ecuanimidad cuantitativa de todas las adscripciones provinciales.

Como paso previo a dicha selección, se hará una búsqueda exhaustiva por Internet y a través de dos motores de búsqueda, Google y Yahoo, de cuáles son, entre los 8.112 municipios que existen en el Estado español, los que tienen página web y los que no. De esta forma, podremos completar la primera base de la tesis: el porcentaje de municipios que optan por esta herramienta.

Pero el eje vertebrador del estudio no es la existencia o no de web, sino su contenido, teniendo siempre en cuenta la incitación al ciudadano para su participación. Por ello, procederemos a una minuciosa observación de las páginas seleccionadas que partirá de la base de sus características generales, principalmente si entrañan una labor de mantenimiento que responda a una actualización constante de la información y estructura disponibles en la muestra escogida.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

La observación que realizaremos profundizará y hará mayor énfasis en los recursos y herramientas que potencien la participación del ciudadano y, por extensión, la interactividad entre éste y el Ayuntamiento.

Para la selección de dichos recursos y herramientas nos basaremos en estudios ya realizados y en nuestra propia búsqueda con el fin de exponer una detallada clasificación de todos los que actualmente se integran en Internet y que son utilizados, en mayor o menor medida, por el usuario de la Red.

Esta clasificación se llevará a cabo ateniéndonos a diversos niveles de medición y teniendo en cuenta referencias y divisiones elaboradas por numerosos autores que también han hecho de la interactividad uno de los pilares básicos para sus respectivos estudios. Entre todos ellos, seleccionaremos aquéllos que más se ajusten a nuestro análisis teniendo siempre en cuenta que nuestra prioridad es calibrar el grado de interactividad entre Ayuntamientos y ciudadanos.

Antes de terminar este apartado, creemos que es esencial señalar una matización que, no por obvia, deja de ser importante: cualquier estudio que gire en torno a Internet puede quedar desfasado en un plazo de tiempo relativamente corto debido a los incesantes cambios que experimentan las nuevas tecnologías. Es por ello que, en la elaboración del análisis de esta tesis, plasmaremos el momento en que son analizados cada uno de los elementos de la muestra con el fin de situarlos en su justa medida temporal.

4. Fundamentos teóricos

4.1. PRELIMINARES

Este apartado se dividirá en tres partes correspondientes a otros tantos elementos, por considerarse los pilares básicos en la realización de este análisis: la administración municipal, los usuarios y, por supuesto, la interactividad. Serán cuestiones tratadas por separado en los primeros capítulos de esta tesis.

De los tres ejes marcados, hay una ingente cantidad de documentación que seleccionaremos en función de la utilidad para nuestro estudio. De este modo, hablaremos de los Ayuntamientos, como gestores de servicios y su relación con el ciudadano; de los usuarios en referencia a su empleo de las nuevas tecnologías; y, por último, de la interactividad, referida a su aplicación a las administraciones públicas.

No obstante, los estudios que se van a señalar no son excluyentes con el resto de los apartados, debido a que las tres cuestiones que vamos a abordar están íntimamente relacionadas entre sí. Por tanto, haremos un desglose de forma no lineal y pudiendo ser extrapolado cada uno de los asuntos desde un punto hasta los otros dos.

4.2. ESTUDIOS RELACIONADOS CON EL AYUNTAMIENTO

Desde el ámbito histórico, los más de 30 años de democracia que originan el actual sistema de los Ayuntamientos españoles, con sus cambios estructurales y orgánicos, han servido para plantearse diversos análisis, centrados, por una parte, en el ámbito político; y, por otra, en su rasgo administrativo. De igual forma, el marco jurídico ha sido, también, eje de diversas investigaciones con el mismo objeto: las administraciones locales.

El campo que nos compete para esta tesis es el comunicacional y, dentro de éste, la faceta de interacción entre el Ayuntamiento y el ciudadano. No obstante, esta vía entronca directamente con el resto de las señaladas: con el ámbito jurídico, el político y el organizativo-burocrático. Por esta razón, debemos tratar este actor, la administración local, en todas las facetas mencionadas.

La trayectoria de los vigentes Ayuntamientos ha sido un camino repleto de obstáculos y dificultades que en la actualidad todavía persisten. De hecho, hubo que esperar más de un lustro para que se estableciera una legislación dedicada íntegramente a los Ayuntamientos. Igualmente, hay autores, como Parada (2000) que veinte años después de la instauración de los Ayuntamientos democráticos, observan carencias e incluso contradicciones en la legislación vigente, e incluso en el propio concepto de municipio y de la entidad que éste tiene con respecto a otras entidades del Estado.

Si los problemas comienzan desde la base, se complica mucho más en una de las finalidades de los Ayuntamientos que planteamos en este estudio: su relación con la ciudadanía. Salvo algunas voces discordantes como la de Sartori (1987) o moderadamente reticentes como la de Todt (2003) o Subirats (2007), la mayoría de estudiosos consideran imprescindible la implicación social en el ámbito municipal. Castells (1985) fue uno de los precursores en nuestro país de esta defensa de la participación evitando lo que denomina *automatización del Estado respecto de los ciudadanos*. Esteve y Borja (1985) planteaban actitudes similares a la de Castells; una línea que se ha seguido en los sucesivos años y que incluso Pineda Nebot (2004) alude taxativamente al *derecho de todos los ciudadanos a participar* a través de dos vías estrechamente relacionadas entre sí: *la democracia directa y la democracia representativa*.

La participación ciudadana, por tanto, es un hecho beneficioso para la gestión del Ayuntamiento y el desarrollo del municipio, tal y como se ha expuesto en éstas y otras investigaciones. Una vez salvada esta disyuntiva, los análisis sobre el asunto se han centrado fundamentalmente en cómo debe ser desarrollada y cuáles son los mecanismos que la administración debe aportar para su potenciación.

Como punto previo, autores como Baldersheim y Øgård (2008) señalan el carácter que debe imprimir a la participación, o bien política o bien social, defendiendo esta última en detrimento de la primera para que contribuya a fomentar lo que denominan *el capital social entre los ciudadanos*. Chaín, Muñoz Cañavate y Más Bleda (2008) centran su investigación en el desarrollo orgánico de los Ayuntamientos que ha contribuido a incrementar la relación con los vecinos. Aseguran que el nuevo modelo administrativo

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

local sigue siendo burocrático, pero con una flexibilización de las relaciones entre sus diferentes áreas, lo que ha contribuido a un mejor funcionamiento en un modelo de Ayuntamiento cada vez más complejo.

La participación del ciudadano se entiende en su doble faceta, tanto en la individual como la colectiva, siendo ésta última un nuevo foco de investigación para muchos autores. La utilidad del tejido social viene dada, según señalan autores como Brugué, Font y Gomá (2003) a partir de *una democracia participativa*, concepto vinculado con los términos antes aludidos y señalados posteriormente por Pineda Nebot sobre ‘democracia directa’ y ‘democracia representativa’. Urrutia señalaba ya, tiempo atrás, las bondades del agrupamiento, achacando los problemas sociales a *valores individualistas*. El mismo autor recuerda que las demandas conjuntas tienen, por lo general, más eco en los medios de comunicación que las individuales, hecho que repercute, según señala, en la gestión de las administraciones públicas *principalmente en las corporaciones locales*.

La falta de implicación ciudadana en las gestiones y problemas generados en su municipio o en su entorno territorial ha sido estudiada igualmente por autores como Puttnam (1993) o Font (2003). Este último asegura que el desinterés ciudadano tiene como resultado *el pesimismo y la conclusión de que su único rol es el de espectadores*.

En este sentido, y ateniéndose a los grados de participación, Subirats (2007) clasifica a los ciudadanos; desde el extremo más bajo, que encuadra a los que no quieren participar, hasta llegar a los que se movilizan pero solo en función de sus propios intereses. Esta división nos aporta una primera base que podrá ser extrapolada a los grados de interactividad que plantearemos en este estudio y vinculados a la relación Ayuntamiento-ciudadanía.

Pero es preciso plantearse cuál es la finalidad de la participación, cuyas consecuencias son, como señala Camarero (2003) una nueva comunicación *más dinámica, más participativa y más cercana*. Para Doval (2006) se trata de una nueva forma de control de la gestión política que promueven los representantes, a través de la interpelación directa, la exposición de demandas y las críticas constructivas que, en definitiva, son partes intrínsecas en la implicación social. En opinión de Dader y García Gutiérrez (2004) la participación fomenta la identidad del individuo como ciudadana o, en sus propias palabras, *incrementa la sensación de protagonismo*.

A partir de este punto, hay que tener en cuenta los medios que utilizan los Ayuntamientos para potenciar esa implicación social. Por supuesto, las nuevas tecnologías e Internet en particular aportan una vía de comunicación desconocida hasta su aplicación generalizada. La experiencia propia y la consulta a distintas administraciones locales han corroborado que los gabinetes de prensa, imagen y comunicación son los principales productores de los contenidos que se exponen en las web municipales.

Por esta razón, la labor que realizan los departamentos municipales debe ser destacada en este ámbito, observando, a través de diversas investigaciones sobre esta cuestión, cuál ha sido su evolución y su adaptación a esta nueva forma de comunicación.

Puig (2003) aporta una serie de condicionantes y sugerencias para una relación entre la administración y el individuo que redunde en un mejor y cada vez más eficaz servicio público. Sin embargo, no considera que el gabinete de prensa sea un elemento fundamental en la consecución de estos objetivos. En su opinión, *es una pieza más, importante en el mapa de la comunicación corporativa, pero no la principal.*

Pero sí que considera básicas otras herramientas propias de Internet, tanto es así que las encumbra hasta decir que *facilita todos los servicios con una comunicación directa y personalizada.* Gandía (2008) incide en otra ventaja: *La transparencia en la gestión política.*

4.3. ESTUDIOS RELACIONADOS CON EL USUARIO

Retomando la investigación de Puig (2003) para este apartado, consideramos muy elocuente una de las sugerencias que aporta para entender la importancia de valorar al individuo como socio en la gestión del municipio a través de su participación. El autor entiende la relación entre ambos actores como la *ciudadanización de la gestión municipal.*

Investigadores como Sánchez Bravo (2001) ven la implicación social del individuo como *uno de los mayores exponentes del desarrollo humano*, pero advierte que esta máxima debe ser fomentada de forma generalizada, hecho que ya se entronca con la denominada brecha digital y que Sádaba (2010) y otros autores atribuyen a otras diferenciaciones sociales, educacionales, económicas o culturales las cuales, en un mundo globalizado, han sido motivo de separación y marginación, hecho ya constatado anteriormente por Manuel Castells (2005) que, desde el punto de vista de la experiencia, asegura que la ‘divisoria digital’ está vinculada directamente con *la capacidad de aprender a aprender y a la capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende.*

Vista la importancia del ciudadano como parte fundamental en el desarrollo social, será preciso valorar su rol en las nuevas tecnologías, ya que deja de ser un sujeto pasivo para incidir en la propia creación y en los buenos resultados de la Red. De hecho, Voces-Merayo y Codina (2009) aseguran que el éxito de una página web estriba en conocer al propio usuario, saber los distintos perfiles que puede adoptar y contribuir a satisfacer sus demandas, en definitiva, *implementar una sede web útil usable y accesible.*

La heterogeneidad de los usuarios de la web ha sido también foco de investigación desde diversos enfoques. Desde un punto de vista cuantitativo y en función de las horas que el individuo permanece navegando por Internet, Estallo (2001) establece una doble clasificación definida entre *usuarios regulares y usuarios ocasionales.*

En un enfoque cualitativo se sitúan los estudios de Veen (2001) y de Castells (2005). Ambos aseguran que es imposible conocer en profundidad lo que el usuario valora y necesita de Internet. Ortega Santamaría (2004) ofrece una solución a esta cuestión: utilizar la propia Red para requerir al usuario datos acerca de sus demandas e inquietudes. Podría ser una alternativa pero que podría entrañar otro riesgo, la posible

vulneración del derecho a la intimidad. Bien es cierto que cada vez menos, pero, en ocasiones, el anonimato que aporta Internet no suscita al usuario la suficiente garantía de confidencialidad, despertando sus recelos a la hora de compartir rasgos y datos sobre su propia identidad. Es lo que, para Emilio del Peso (2004) supone una carencia de la *seguridad psicológica*. Es difícil demostrar a la mayoría de la población que Internet puede garantizar una completa discrecionalidad, pero hay que poner todo el empeño posible en esta tarea para conseguir la confianza del usuario y, por extensión, su participación porque, como asegura el último autor mencionado *si no se genera el convencimiento de que las medidas de seguridad empleadas son efectivas, de poco sirve que dichas medidas existan*.

Además del conocimiento del perfil social y la confianza que éste muestra ante Internet, la figura del usuario ha sido estudiada desde el punto de vista de sus demandas. En torno a este enfoque se aporta, entre otras, la investigación de Montero (2002) que hace especial énfasis en los diferentes formatos que adapta el contenido de la web; o la de Pineda de Alcázar (2009) que se centra en la estructura y, en su opinión, facilita un espacio para las relaciones horizontales con consecuencias a largo plazo que, aunque no define, sí que provocarán, según avisa, cambios en la comunicación y nuevas estructuras sociales y culturales.

Garnet (2002) concreta más en el contenido y ofrece algunas pautas para poder llegar a todos los sectores de la población y que define como *audiencias*, las cuales ya son más exigentes a la hora de demandar cantidad de información y que ésta aporte una aceptable dosis de calidad.

El conjunto de estas cuestiones son factores necesarios, pero no los únicos, para el éxito de una web. Sería deseable que este hecho se tuviera en cuenta por parte de las administraciones municipales si pretenden conseguir la implicación ciudadana a través de una herramienta cuya efectividad y capacidad de interacción era desconocida hasta ahora en otros medios.

Y decimos que no son los únicos elementos a considerar. Diversos estudios se han encomendado a la tarea de hallar modelos de diseños atractivos que despierten el interés del potencial usuario. Igualmente ha sido foco de atención la demarcación de una serie de pautas con el fin de que todos los individuos puedan acceder a la Red, independientemente de su capacidad física o sensorial.

Montero, junto a Martín Fernández, (2004) supeditan de forma directa el diseño a las necesidades y características del usuario, hecho corroborado por diversos investigadores, como López del Ramo (2010) que relaciona estrechamente *arquitectura y navegación*, siendo, en su opinión, el primer concepto un antecedente del segundo.

Años antes, Dursteler matizó que el diseño no tiene que ver con cuestiones estéticas, sino con su utilidad y efectividad (2003) y Norton (1999) ya aludía a modelos ergonómicos con una adecuada adaptación del modelo web al usuario que evite su desorientación y, *en consecuencia, la deserción del visitante de la página*. Unos principios que, con otros términos, pero similares sentidos y significados, exponen autores como Echeverría (1999), Royo (2003), entre muchos otros.

De igual modo, la accesibilidad también ha sido motivo de investigación. Borja y Castells (1997) ya aludían en su día a la apreciación que debe tener el creador en la diversidad cultural, hecho apoyado más adelante por Leal González y Gutiérrez García (2009), que añaden otros aspectos como los económico-sociales y culturales.

La legislación en los diversos niveles, principalmente en el europeo, ha sido prolífica en este tema y, paulatinamente, las páginas de administraciones públicas se van adaptando a esta normativa que, como afirma Pimienta (2009) deben basarse en *la educación, la ética y la participación*.

4.4. ESTUDIOS RELACIONADOS CON LA INTERACTIVIDAD E INTERNET

El motivo de limitar el campo de estas investigaciones es la ingente cantidad de estudios que se han realizado sobre todo lo relacionado con Internet y, en general, con las nuevas tecnologías. Por ello, nos centraremos fundamentalmente en aquellos que tienen que ver con lo que compete a esta tesis: la web aplicada a las administraciones públicas y, en concreto a las locales.

La formidable cantidad de aportaciones sobre el asunto empieza ya con la controversia para definir el término de ‘interactividad’, un término *maltratado*, como lo calificaba hace ya más de dos décadas Holtz-Bonneau (1986). A partir de este inicio, ya se intuye la polémica sobre el concepto, aunque lo que sí está claro para muchos autores es su importancia, como es el caso de Estebanell (2000), quien considera que interactividad es, o al menos sería lo deseable, una característica intrínseca de los multimedia, como es el caso de la propia Red.

Incluso, Solanilla (2002) contempla una clara diferenciación entre interactividad e interacción. La interactividad, además, es presentada en diversos estudios en función de su empleo. Así, Rost (2006) diferencia entre *interactividad selectiva y comunicativa*, siendo ésta última más compleja que la primera. Mientras que Jesús de Diego (2004) prefiere utilizar la denominación de información multidireccional. No obstante y debido a que esta cuestión no desviará el objetivo de este estudio, consideramos adecuada y perfectamente aceptable la relación directa entre ambos términos que marca la Real Academia Española (RAE).

Salvando este escollo, sí que debemos tener en cuenta este rasgo que imprime una identidad propia a Internet y que, ya hemos mencionado, fue señalado por Estebanell; pero no solo por este investigador. Orihuela (2002) realiza un análisis comparativo y asegura que su ausencia es permitida y puesta en práctica en los medios tradicionales, aunque esta afirmación no es compartida por otros investigadores como Melenchón (2008) que ya plantea la interactividad en medios como la televisión. Sin embargo, esta disyuntiva hay que contextualizarla temporalmente ya que, entre una y otra idea distan seis años, un plazo durante el cual los medios tradicionales, cadenas televisivas, emisoras de radio y publicaciones impresas, se introdujeron de lleno en las nuevas tecnologías digitalizando sus formatos y contenidos.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Pero una de las cuestiones en la que debemos poner especial énfasis para nuestro estudio es la aplicación de Internet como medio de masas y con posibilidades desconocidas hasta su irrupción en la vida cotidiana. Ballesta Pagán (2001) considera además que el ‘alma’ de los contenidos en Internet no es únicamente informativa, sino que “son transmisores de ideologías, hábitos y propuestas sociales y culturales; y, al mismo tiempo Sánchez Bravo (2001) observa la oportunidad de interconexiones sociales a *escala planetaria*.

Desde luego, las conclusiones de los diversos autores aquí expuestas, no son las únicas, pero sí que pueden ser empleadas como vía de referencia en el desarrollo de esta tesis. Son investigadores que han dedicado sus esfuerzos a la interactividad y, en lo que a nosotros nos incumbe, al desarrollo de ésta entre administración y ciudadanos. En definitiva, el tratamiento comunicacional tiene altos referentes en el mundo de la investigación, pero nuestro propósito es profundizar en todo aquello que tiene que ver con la relación Ayuntamiento-ciudadanos y la interactividad que se genera entre ambos.

Las situaciones hasta ahora expuestas aportan multitud de ventajas para el ámbito comunicacional, pero no son gratuitas. Un gran número de investigadores coinciden en señalar a las administraciones públicas como responsables de impulsar las nuevas tecnologías, pero con la colaboración del resto de la estructura social. Mientras que en opinión de Orihuela (2001) son los comunicadores los que deben desempeñar este principal rol de coparticipación, Interlandi (2001) generaliza esta tarea en *los actores de la sociedad civil*. En ese mismo año, Muñoz y Vivas ya consideran al documento electrónico como uno de los factores fundamentales *para el cambio que deben experimentar las administraciones públicas en su afán por adaptarse a la evolución y desarrollo social*.

Además de este esfuerzo, la respuesta no está siendo la misma en las distintas áreas geográficas mundiales. En el caso español, la trayectoria se ha acelerado en los últimos tiempos, pero hasta hace pocos años, otros países europeos con una situación socioeconómica similar a la de España, nos llevaban una sustancial ventaja en la aplicación cotidiana de las nuevas tecnologías, por no contar con el líder en este baremo: Estados Unidos.

Hace poco más de un lustro, Castells (2005), refiriéndose al ámbito de nuestro país, criticaba a las administraciones y los partidos políticos *que han confundido Internet con un tablón de anuncios*. Sin embargo, Chaín, Muñoz y Más (2008) tienen una visión más optimista y plantean que los Ayuntamientos ya empiezan a aplicar los sistemas on line para proporcionar *un servicio continuado a lo largo de todo el día*. Baumann (2007) va más allá y analiza el origen de las actitudes de los políticos y administradores públicos ante los medios de comunicación: *Necesitan los medios como el aire que respiran*. No obstante, este autor se refiere más a otros medios como la televisión.

Los que sí se centran de lleno en las razones que impulsan a estos actores para usar Internet son Font y Blanco (2004), que las clasifican en razones propias de la estructura de cada población, razones ideológicas de los partidos y líderes políticos; y, por último, razones instrumentales o de estrategia.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Pero, aparte de estas motivaciones, cabe preguntarse qué es lo que hace de Internet un medio eficaz y que despierte el interés de toda la comunidad política, social y económica. La respuesta se encuentra, básicamente, en el contenido de las web. Numerosos autores, como Pardo y Romaní, y también Cornellá (2007) hablaban de la saturación de información, denominándola *infoxicación*. Incluso antes, Sánchez Bravo (2001) consideraba que el uso de las TIC podría originar *una amalgama y superposición de las ideas de cada uno de los participantes [...] que puede conducir a un alejamiento de los sistemas de participación en el debate democrático*.

En cualquier caso, la utilización de las nuevas tecnologías aporta un acicate a la implicación del ciudadano que facilita y estrecha más la relación entre éste y el Ayuntamiento. Además, se consigue una mejora en la calidad de vida con recursos que, como la E-Administración, aportan una herramienta sumamente eficaz para la agilización de los trámites burocráticos y que, precisamente por esta cualidad, ha sido objeto de diversas investigaciones. Moya (2003) ensalza la administración pública en línea hasta tal punto que, según asegura, resulta básica para el *desarrollo y construcción de la Sociedad de la información*.

Sin embargo, la E-Administración necesita una serie de requisitos para conseguir la eficacia deseada, la cual se traduce en un grado óptimo de respuesta por parte del usuario y cuya valoración del servicio sea positiva y satisfactoria. Sobre este matiz, en el estudio que Prieto (2010) realizaba sobre la denominada ‘ventanilla única’ en el ámbito de los municipios de la Comunidad de Madrid, asegura que su usabilidad *está limitada por el grado de completitud que pueda alcanzar a través de la propia página web*.

La aplicación de las nuevas tecnologías en la gestión burocrática de un Ayuntamiento o de cualquier otra administración pública ha sido una constante en los diversos planes que se han planteado en todos los ámbitos territoriales, no solo locales o autonómicos, sino con un mayor grado de importancia, en el nacional y europeo, aunque el primero actúa conforme a directrices y proyectos marcos elaborados por el segundo.

Desde principios de la anterior década se han sucedido diversos proyectos avalados cada uno de ellos con importantes inversiones económicas pero, como ya se ha visto en informes de resultados elaborados tras la aplicación de esta iniciativa, no se consiguen al cien por ciento de los objetivos marcados y, por extensión, la E-Administración no ha llegado a la totalidad de los Ayuntamientos españoles.

Otro elemento que, debido a su impacto social, está siendo objeto de un gran cantidad de estudios es el que representa la denominada 2.0, por la cual se llevan a cabo una serie de intercambios comunicacionales entre diversas comunidades de usuarios que están, incluso, rompiendo los hábitos relacionales de los diversos miembros de la sociedad. Es, como afirman Fumero y Roca (2007) *la Red convertida en espacio social*. Dos años antes, Van Der Henst (2005) describe a la 2.0 como *una actitud*, término contrapuesto, en este caso, al de ‘tecnología’. Por su parte, Correa (2008) atribuye a la 2.0 *más cambios culturales que tecnológicos*; y Joel de Rosnay (2006) lo define como *un ecosistema informacional*.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

La importancia que se da a esta nueva vía no acaba ahí. Estudiosos como del Moral (2007) y Ros-Martín (2008) afirman que otra consecuencia se centra en la reelaboración de *sistemas de filtrado social* que proporciona al usuario una mayor capacidad de discernimiento. Incluso mucho antes, Candeira (2001) asegura que se puede convertir *en la memoria de toda una generación*.

Todos los estudios distan mucho de visiones pasadas mucho más pesimistas, como la de Haley (1998) que vaticinó en aquel entonces una *homogeneización* de los usuarios; o Cody y Joe (1997) que aseguran que la comunidad on line no produce una mayor socialización de los individuos: *los que son solitarios en el mundo real siguen siéndolo on-line*.

Por su parte Zappen, Harrison y Watson (2008) presentan las bondades que la 2.0 puede tener para las administraciones públicas porque, en su opinión, puede proporcionar el diseño de *servicios que satisfagan la demanda cada vez mayor de usuarios de experiencias útiles y enriquecedoras*. Pero esta aseveración no debe malinterpretarse porque de este modo, se podría acabar como ya aseguró Lessig años antes (1999), con un control de los gobiernos *haciendo acallar las voces que la Red hizo posible*.

Para la consecución de esta nueva herramienta de Internet, su creador, Tim O'Reilly, planteaba su uso basándose en la comunicación indiscriminada de los internautas: *Los usuarios son lo importante, son el valor*. Afirmación que, si hablamos de una vía de comunicación como es Internet, parece una perogrullada y, sin embargo, el propio O'Reilly (2008) asegura que empresas dedicadas a la Red *no entendieron en su día cuál era la finalidad que podría aportar la 2.0*.

En definitiva y salvando algunas opiniones, algunas de ellas obsoletas, los grandes estudiosos del tema coinciden en señalar que las nuevas herramientas aportadas por Internet, la administración en línea y la 2.0, constituyen un avance en la comunicación esencialmente enriquecedor tanto para los usuarios como para los entes públicos que se decidan a hacer un buen uso de ellas.

Una vez vistas las bondades que aporta Internet para la participación, es preciso ver cuáles son los niveles de implicación hacia las nuevas tecnologías. Como ocurre con el resto de las cuestiones relacionadas con este último ámbito, la baremación de la interactividad es objeto de abundante literatura científica. Entre los que interesan para este estudio, cabe reseñar la clasificación aportada por Bordewick y Van Kaan (2005) que, aunque se centran en los medios de comunicación en general, aportan una terminología adecuada a nuestro objeto de estudio: *Interactividad de Transmisión, de Consulta, Conversacional y de Registro*. La clasificación es gradual en función de la implicación del usuario en el medio de comunicación. Por otra parte, no es excluyente ya que el último de los niveles engloba a los anteriores y así sucesivamente.

Pero también es destacable la aportación que Regil (2001) realiza en este sentido, ya que se refiere exclusivamente a Internet, pero desde el punto de vista del diseño y la interfaz. En contraste, Salinas (1998), aunque se dedica al ámbito educacional, el valor que aporta es su observación en el propio usuario, en este caso en el alumno; y de este modo, clasifica la interactividad en cinco niveles, a saber: *No Intervención, Intervención*

Mental, Intervención en el ritmo de presentación, Intervención en el mensaje, y, por último, Intervención sobre periféricos.

Determinados aspectos de las mencionadas clasificaciones pueden ser extrapolables al objetivo de esta tesis. Por esta razón, serán marco de referencia a la división de los niveles de interactividad que se deberán desglosar para analizar la hipótesis que hemos planteado y referida a las páginas web municipales.

5. Metodología

Esta tesis pretende enfatizar en la importancia de la relación directa entre responsables políticos municipales y ciudadanos; en otras palabras, la interactividad que pueden ejercitar estos últimos para avanzar y dejar atrás su tradicional cualidad de usuarios pasivos. Para ello se hará, por un lado, una cuantificación que valore la apuesta de toda la comunidad que integra cada uno de los municipios españoles, tanto los ciudadanos como sus representantes, para estrechar lazos comunicacionales entre ambas partes a través de la Red y las herramientas que ésta ofrece.

Por otro lado, el estudio ofrecerá modelos y ejemplos prácticos de las vías más efectivas que se han observado en las diferentes web de la muestra, y cuyo logro haya sido conseguir esa relación comunicacional y participativa. Para todo ello, marcaremos una serie de pautas que se tendrán presentes en el proceso a seguir para esta investigación, y cuyo punto de referencia son los estudios ya mencionados anteriormente. Dichas pautas serán las siguientes:

- Diferenciación de los Ayuntamientos que apuestan por Internet de los que no tienen una página en la Red.
- Métodos que se siguen para la participación virtual de los ciudadanos.
- Mecanismos que favorecen su implicación.
- Comprobación sobre si existe una proporción directa entre el nivel de población de los municipios y la aplicación de las nuevas tecnologías a través de la creación y actualización de una eficaz página oficial del Ayuntamiento.
- Además de la cantidad de población, análisis de otros factores, que inciden en el municipio generador de página web: aspectos geográficos, administrativos, económicos, sociales...
- Funcionamiento de la E-Administración, del correo electrónico y del resto de los recursos en las páginas web analizadas.
- Contenidos que inciten a la navegación de la página web.
- Espacios destinados a entidades locales, valorando si se prioriza al tejido social o se da mayor protagonismo al usuario individual.
- Distintos niveles de interacción: Desde la información unilateral aportada exclusivamente por el Ayuntamiento hasta un último grado en el que el usuario es capaz de ser copartícipe de la página con multitud de mecanismos.
- Estudio sobre la forma de estructurar los contenidos: Enlaces y secciones para facilitar, en la medida de lo posible, el acceso a los ciudadanos.
- Resaltar alternativas novedosas que presentan determinadas web y que favorecen la interactividad.

- Finalmente, se propondrá una serie de dechados que sirvan a los Ayuntamientos para la creación de una página web municipal cuya intención es que sea ‘codiseñada’ por y para los ciudadanos.

En definitiva, este trabajo abordará, en primer lugar, un análisis teórico con tres vertientes que, si bien están diferenciadas, guardan relación entre sí: los Ayuntamientos, los usuarios y la interactividad. Dicho análisis servirá de base al planteamiento de un modelo que nos permita obtener una visión de los recursos y herramientas que los Ayuntamientos pueden proponer en sus páginas web para que los usuarios se comuniquen con la institución y, por extensión, entre ellos mismos. Es decir, que se genere una interactividad entre estos actores y que, desde este punto de vista, la página web municipal se pueda considerar efectiva.

El modelo de análisis se aplicará en una muestra que, en términos estadísticos, será representativa para poder obtener conclusiones a nuestra pregunta de investigación antes expuesta. Realizaremos la cuantificación oportuna y nos basaremos fundamentalmente en parámetros de índices poblacionales ya que, a priori, entendemos que cuanto mayor número de habitantes exista en un municipio, en mejores condiciones está su Ayuntamiento para plantear una página efectiva en los términos que antes hemos descrito: que invite a la participación del usuario. No obstante, ésta no será la única base para la medición: haremos un especial énfasis en las capitales de provincia por entender que pueden ser consideradas –también en Internet- como modelos y ejemplos referenciales para el resto de los municipios que comparten su mismo ámbito administrativo autonómico.

Una vez realizado este análisis, estaremos en condiciones de contestar a nuestra pregunta de investigación y profundizar en detalle cuales son los recursos más utilizados por los Ayuntamientos para poder interactuar con los usuarios en general y con los vecinos de su localidad, en particular. Incluso podremos plantear, igualmente, algunos métodos y modos que podrán ser empleados por las administraciones locales para establecer una comunicación fluida con el ciudadano a través de la página web.

6. Estructura

La presente investigación se dividirá en cinco partes claramente definidas y que en algunos de los casos, se clasificarán en los capítulos correspondientes. Todo ello completado con las conclusiones obtenidas del estudio y la bibliografía empleada para su desarrollo:

- 1) En el primer capítulo empezaremos a articular los elementos que se consideran básicos en la efectividad de este tipo de comunicación a través de Internet. En este primer desarrollo, la institución local, los Ayuntamientos de España, constituirán el eje discursivo. Para ello, se planteará la evolución de éstos durante sus más de tres décadas de existencia en el actual periodo democrático y los modos e instrumentos de comunicación empleados para implicar al ciudadano e incitarlo a su participación. Posteriormente, se incidirá en el empleo de las nuevas tecnologías por parte de las administraciones públicas.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- 2) El segundo elemento básico de nuestro estudio será expuesto en el siguiente capítulo. Se trata del usuario de Internet. Esta parte se centrará en la relación con el Ayuntamiento, sus demandas y su empleo de la Red, concretando este aspecto en su conexión con las páginas web de las administraciones públicas locales.
- 3) El último elemento, la interactividad e Internet aplicadas a los Ayuntamientos, será el eje central del capítulo tercero. Una cuestión abordada en una notable cantidad de investigaciones científicas; por ello, nos centraremos en dar unas nociones de carácter muy general para entrar, después, en su desarrollo y relación con el ámbito político, en las fórmulas para conseguir la interactividad y en los contenidos de web que podrían potenciar la participación del usuario. Se hará un inciso especial en la E-Administración, por ser uno de los recursos en los que se ha aplicado mayor número de esfuerzos económicos y políticos para su generalización en todas las administraciones públicas españolas y, en particular, en las instituciones locales.
- 4) El cuarto y quinto capítulo desarrollarán la investigación que llevaremos a cabo entre las páginas web de los Ayuntamientos de España. En primer lugar (capítulo 4), se planteará el modelo de análisis que se elegirá para una mayor profundización de nuestra investigación; mientras que después (capítulo 5) se desglosarán las características y recursos principales disponibles en las 351 páginas web que componen la muestra. Todas ellas serán divididas en función de su nivel poblacional y conforme a las variables oficiales que recomienda y emplea el Instituto Nacional de Estadística (INE). Extraeremos de estos parámetros una parte dedicada exclusivamente a las capitales de provincia por considerarlas marcos referenciales para el resto de los municipios que orbitan en sus respectivas administraciones territoriales.
- 5) Expondremos los resultados y las conclusiones obtenidas de nuestra investigación en los capítulos 6 y 7, respectivamente, aportando el uso que hacen los Ayuntamientos y usuarios de las diferentes recursos que ofrece Internet; y, como complemento, se enumerarán las pautas esenciales para la elaboración de una página web cuya efectividad para la participación sea una de sus señas de identidad.
- 6) Finalizaremos con la bibliografía empleada para este estudio.

EL AYUNTAMIENTO

CAPÍTULO 1

1. EL AYUNTAMIENTO

1.1. Evolución y descripción del municipio. Su situación actual en el orden administrativo de España. Competencias de los Ayuntamientos

El municipio es considerado la administración territorial con autonomía más pequeña y básica del territorio español y así se define en la ley de Bases de Régimen Local de 1985, vigente en la actualidad: *Son las entidades básicas de la organización territorial del Estado y cauces inmediatos de participación ciudadana en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con autonomía los intereses propios de las correspondientes colectividades* (art.1.1), *atribuyéndoles personalidad jurídica y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines* (art. 11).

Sin embargo, hay autores como Parada (2000:176) que ven ciertas contradicciones en esta definición: *La calificación del municipio como pieza básica del Estado solo estaría justificada si el municipio continuara siendo una estructura desconcentrada de la propia Administración del Estado, a través de la figura del Alcalde y de su doble condición de Jefe de la Administración municipal y de representante del Estado en el municipio, como ha ocurrido siempre entre nosotros y se mantiene todavía sin discusión en el municipalismo francés e italiano. Sin embargo, la Ley de Bases de Régimen Local de 1985 omite cualquier referencia al municipio como estructura, desconcentrada de la Administración del Estado, y al Alcalde como su representante en el término municipal.*

Y, efectivamente, la organización política de los municipios en nuestro actual sistema democrático tiene muy poco que ver con épocas anteriores. Incluso en los precedentes del constitucionalismo de 1812 se reconocía al alcalde, democráticamente elegido, una cantidad de atribuciones más numerosa que las actuales ya que, además del jefe del gobierno del municipio, se le consideraba como el representante del Estado en el ámbito local. Por ello, tenía competencias ahora impensables, como las militares y las judiciales.

La actual Constitución, vigente desde 1978, dedica tan solo cuatro artículos, integrados en el Título Octavo, que se refieren a la administración local. Sin embargo, únicamente tres de ellos, el 137, el 140 y el 142, están centrados de forma exclusiva en los municipios, mientras que el otro, el 141, describe la organización política y territorial de las provincias y las islas.

Esta cuantificación nos aporta ya una idea de la relegación de las administraciones municipales con respecto a las de mayor rango territorial. No en vano, el sistema español democrático se ha descrito como ‘Estado de las Autonomías’; e incluso en la misma Constitución se establece una dependencia económica de los municipios hacia las administraciones autonómica y nacional.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Aunque el artículo 137¹ contempla una expresa capacidad resolutoria para todas y cada una de las entidades administrativas, en el 142² se refleja una cierta subordinación económica de los Ayuntamientos hacia el Estado y la Comunidad; bien es cierto que estas dos últimas tienen la obligación de financiar a las municipales con el fin de que *tengan los medios suficientes* para su mantenimiento y pervivencia.

No obstante, las administraciones locales asumen, en el ámbito legislativo, una menor capacidad de decisión y potestativa que la que tenían en anteriores etapas constitucionales de nuestro país.

De hecho, en el artículo 147³ de la actual CE se define la legislación de las autonomías y su relación con el ámbito nacional; mientras que en el 148 y en el 149 se enumeran las materias que pueden y deben ser atendidas por la Comunidad y por el Estado. En ningún caso se habla de las administraciones municipales. Habrá que esperar hasta 1985, con la aprobación de la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local, para que exista una definición y se describan expresamente sus competencias.

Los Ayuntamientos, como el resto de las divisiones del Estado, se tuvieron que adaptar a una nueva realidad hasta ahora desconocida: una democracia con sufragio universal que, como el tiempo ha demostrado, se debe sostener sobre unos pilares fuertes. En este sentido, resultaba perentoria una ley que regulase a la administración local, con sus limitaciones, competencias y sus regímenes especiales.

A partir de ahí, sí tienen una identidad propia y personal claramente diferenciada de las otras administraciones. Es en esta ley donde se contempla de forma expresa la obligación de éstos a informar sobre su actividad y a hacer partícipes de ella a sus ciudadanos. En su artículo 69 del capítulo IV se declara expresamente que *las corporaciones locales facilitarán la más amplia información sobre su actividad y la participación de todos los ciudadanos en la vida local*. El artículo siguiente se refiere fundamentalmente a la posibilidad de acceder a documentos oficiales, tales como actas

¹ Art. 137 de la CE: *El Estado se organiza territorialmente en municipios, en provincias y en las Comunidades Autónomas que se constituyan. Todas estas entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses.*

² Art. 142 de la CE: *Las Haciendas locales deberán disponer de los medios suficientes para el desempeño de las funciones que la ley atribuye a las Corporaciones respectivas y se nutrirán fundamentalmente de tributos propios y de participación en los del Estado y de las Comunidades Autónomas.*

³ Art. 147 de la CE: 1. *Dentro de los términos de la presente Constitución, los Estatutos serán la norma institucional básica de cada Comunidad Autónoma y el Estado los reconocerá y amparará como parte integrante de su ordenamiento jurídico*". 2. *Los Estados de Autonomía deberán contener: a) la denominación de la Comunidad que mejor corresponda a su identidad histórica. b) La delimitación de su territorio. c) La denominación, organización y sede de las instituciones autónomas propias. d) Las competencias asumidas dentro del marco establecido en la Constitución y las bases para el traspaso de los servicios correspondientes a las mismas.* 3. *La reforma de los estatutos se ajustará al procedimiento establecido en los mismos y requerirá, en todo caso, la aprobación por las Cortes generales, mediante ley orgánica.*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

de plenos o documentos de archivos o en registros⁴, pero lo que nos interesa es la obligación expresa más abajo: la ley se refiere, en este caso, a la participación y la interactividad que se analiza en este estudio. Se trata del punto 3 en el artículo 70 bis: *Asimismo, las entidades locales y, especialmente, los municipios, deberán impulsar la utilización interactiva de las tecnologías de la información y la comunicación para facilitar la participación y la comunicación con los vecinos, para la presentación de documentos y para la realización de trámites administrativos, de encuestas y, en su caso, de consultas ciudadanas.*

Una cuestión que ya está articulada y legislada desde hace 25 años y que, a pesar de este tiempo, no todos los municipios tienen un acceso a las nuevas tecnologías para facilitar la participación y fomentar la interacción. Lo que vamos a probar en este estudio son los porcentajes de Ayuntamientos que apuestan por las nuevas tecnologías y cuáles son los mecanismos que ponen en marcha para favorecer la implicación del ciudadano en la gestión municipal.

En el anterior estudio que llevamos a cabo sobre la misma materia y con un campo de estudio limitado a la Comunidad de Madrid (*Análisis descriptivo sobre interactividad en páginas web de Ayuntamientos de Madrid*, realizado en el año 2006), se percibían muchas divergencias entre unos municipios y otros, una diferenciación que tenía como uno de sus orígenes básicos la cantidad de población registrada, cuyo número de habitantes era directamente proporcional al manejo de las nuevas tecnologías para mantener una relación fluida entre administración y ciudadanos.

Efectivamente y como decimos, hace más de veinte años que la ley promueve el fomento de esas nuevas tecnologías, pero lo hace de una forma aún muy vaga porque no se ocupa en absoluto de los medios que deben disponer los Ayuntamientos para conseguirlo y cuál es el nivel de interacción que debe alcanzar cada uno en función de su nivel poblacional. Hecho que sí se especifica en otros cauces de participación descritos en esta misma Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local.

A este respecto, nos encontramos en este mismo artículo una referencia para facilitar la iniciativa popular e incitar a ésta a que plantee propuestas y/o proyectos. En dicho artículo se especifica claramente cuáles son las proporciones que se deben dar para cada uno de los municipios en función de sus niveles censales⁵.

⁴ En el punto 3 del artículo 70 se hace referencia directa a este aspecto: Todos los ciudadanos tienen derecho a obtener copias y certificaciones acreditativas de los acuerdos de las corporaciones locales y sus antecedentes, así como a consultar los archivos y registros en los términos que disponga la legislación de desarrollo del artículo 105, párrafo b, de la Constitución. La denegación de este derecho, en todo cuanto afecte a la seguridad y defensa del Estado, la averiguación de los delitos o la intimidad de las personas, deberá verificarse mediante resolución motivada.

⁵ Artículo 70; punto 2 de la Ley reguladora de BRL: Los vecinos que gocen del derecho de sufragio activo en las elecciones municipales podrán ejercer la iniciativa popular, presentando propuestas de acuerdos o actuaciones o proyectos de reglamentos en materias de la competencia municipal. Dichas iniciativas deberán ir suscritas al menos por el siguiente porcentaje de vecinos del municipio: a) Hasta 5.000 habitantes, el 20 %. b) De 5.001 a 20.000 habitantes, el 15 %. c) A partir de 20.001 habitantes, el 10 %.

A pesar de que es un gran avance el que se dio hace 20 años para dar pie a la utilización de las nuevas tecnologías en los Ayuntamientos, el uso de Internet en nuestro país no fue popularizado hasta bien avanzada la década de los noventa. Pero, ¿realmente se ha seguido adelante con paso firme con el fin de conseguir que las nuevas tecnologías se implantaran en las administraciones locales para fomentar la participación ciudadana? Ésta será una de las incógnitas que intentamos aclarar en este trabajo.

1.2. Administración pública local en la España democrática

1.2.1. APUNTES SOBRE LA HISTORIA DEMOCRÁTICA EN LOS AYUNTAMIENTOS

Desde el principio de la democracia y con la creación de las nuevas instituciones locales se asienta en España la llamada “Política del Bienestar”, implantada desde hace décadas en el resto de Europa. Sin embargo y debido a múltiples circunstancias externas e internas (sociales básicamente), no se consolida en nuestro país hasta finales de los setenta y principios de los ochenta. España acababa de salir de una dictadura que trajo consigo, entre otras consecuencias, una cerrazón al progreso, ya que no había ni actitud por parte de los responsables de la política, ni una suficiente solvencia económica para poder afrontar nuevos retos.

Con la llegada de la democracia, la mentalidad cambia radicalmente. Llegan aires nuevos y España necesita apresurarse para poder competir con el resto de Europa y equipararse a su nivel. En este sentido, Bernecker y Maihold (2007:343) sostienen que *la sociedad vive un nivel de polarización política continua que no permite la comparación con los tiempos de consenso de la transición a la democracia*. Dos décadas antes, Pascual Esteve (1987:145) asegura que *la situación actual precisa de un replanteamiento de la demanda y de la necesidad social, a la vez que del desenvolvimiento de un modelo de bienestar que, asegurando la prestación de servicios públicos, pretenda que el ciudadano sea el gestor de sus necesidades, potenciando a la vez su autonomía y realización*.

Pero el cambio de actitud no solo correspondía a los representantes políticos, sino al resto de los ciudadanos, un escollo muy complicado de salvar si se tiene en cuenta la escasa mentalidad y la poca experiencia en la participación y en el desarrollo comunitario que tenía el ciudadano de entonces. Sin embargo, esta implicación social es necesaria, tal y como apuntó, A. Castells (1985) *no es posible dar contenido a una política de participación sin una perspectiva de una amplia y eficaz política social y tiene que evitarse la automatización del Estado respecto de los ciudadanos, convirtiéndose en un Estado paternalista y protector, que sería acompañado de un movimiento simplemente reivindicativo*. Una idea que, según han transcurrido los años, se ha profundizado más en las cuestiones relacionadas con la reivindicación y, de hecho, autores como Fraser (2008) hacen una distinción de la acción ciudadana frente a la política: *Nos enfrentamos a una nueva constelación. El discurso de la justicia social,*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

centrado en otro momento en la distribución, está ahora cada vez más dividido entre las reivindicaciones de la redistribución, por una parte, y las reivindicaciones del reconocimiento, por otra. Cada vez más, también, tienden a predominar las reivindicaciones del reconocimiento.

Tres décadas después de la instauración de los Ayuntamientos democráticos en España, se comprueba que éstos, como institución más cercana al ciudadano y como consecuencia de su asunción de competencias, han constituido un eje básico para la consolidación del Bienestar Social, el cual se sustenta en los siguientes pilares:

- Una redistribución equitativa de la renta y una progresiva superación para conseguir la igualdad de oportunidad para todos.
- Una potenciación de la participación de colectivos e individuos en la gestión y administración pública.

Ambos principios son parte integrante de la política que podrían llevar a cabo las administraciones públicas locales utilizando todos los medios que tengan disponibles, debidamente reforzados con la cooperación del resto de niveles administrativos de rango territorial superior (autonómico y nacional). Para ello, Pineda Nebot (2004) plantea tres principios: *Todos los ciudadanos tienen derecho a participar; la participación está dirigida por una combinación de reglas de democracia directa y de democracia representativa y se realiza a través de instituciones de funcionamiento regular cuyo régimen interno está determinado por los participantes; los recursos son distribuidos según un método objetivo basado en una combinación de criterios generales y de criterios técnicos.* Incluso mucho antes, Jordi Borja (1985: 225-247) ya proponía una serie de líneas de actuación: *El modelo de gestión de los Servicios del Bienestar ha de ser profundamente descentralizador.* Afirmación seguida por el ya citado Pascual Esteve (1985:156) que, a su juicio, *para conocer mejor la realidad del ciudadano, las corporaciones locales y en particular los Ayuntamientos, han de lograr el máximo protagonismo en el interior de una planificación general y de un marco de referencia general al conjunto del Estado y de cada comunidad autónoma.*

Incluso hay algunos autores que señalan a los Ayuntamientos como organismos creados para cubrir las necesidades sociales e individuales de la población. En este sentido, Carlos R. Alba (1997:18) afirma que para la administración local *el principio de libertad de algo (del poder central) pasó a ser libertad para hacer algo, de una definición negativa a otra positiva para atender las demandas de los ciudadanos. La idea de participación constituye la misma esencia de autonomía local, participación como meta y también como un medio para construir y reforzar la democracia.* Otro argumento para reconocer al Ayuntamiento como garante de servicio público se debe buscar en su cercanía al ciudadano. Son las administraciones públicas en contacto más directo y estrecho con la población y por esta razón, como aseguró José Allende (1988:102) refiriéndose al ámbito urbanístico *En el planeamiento urbano, al ser la escala de gestión y administración más próxima al mismo (Ayuntamiento), la participación pública resulta una inequívoca exigencia de toda democracia. La comunidad, pues, debe participar en el diseño y conformación de su entorno inmediato a través de los instrumentos que articula la democracia participativa, directa.*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

En fechas más recientes, Ana Yetano (2005) introduce unas pautas más concretas *Misión-Qué hacemos: Satisfacer las necesidades de nuestra comunidad. Principios-Qué valores respetamos: Calidad, transparencia, equidad, rendición de cuentas, eficiencia y eficacia. Visión-A dónde vamos: Lograr en 2020 ser una comunidad innovadora para sus habitantes. Estrategia-Cómo vamos: Mejorar la seguridad ciudadana, revitalizar el casco histórico, reducir el ruido en los vecindarios, incrementar el turismo.*

De la teoría se está pasando, de forma lenta pero inexorable, a los hechos. La administración local en España ya no es una delegación de la administración central. En los primeros años de la actual Constitución (aprobada el 6 de diciembre de 1978) al alcalde de un municipio no solo se le atribuía el gobierno político de los pueblos, también asumía funciones estatales en materia de orden público con competencias de autoridad militar y judicial. A medida que el Estado Constitucional se consolida, la acción del alcalde y de los ejecutivos locales se va diferenciando cada vez más del modo de gestión que caracteriza al Gobierno de la Nación.

Su labor se fundamenta en el servicio a los ciudadanos por encima incluso de la regularización del Ayuntamiento. Subirats (1997:412) sostiene, sobre esta cuestión, que *“el gobierno local, por encima de competencias reguladoras aún relevantes como la urbanística (ampliamente discutida por las instancias regionales), se caracteriza por la prestación de servicios. Servicios que son de carácter diario, directo y de base local. Son, por tanto, servicios que se prestan a diario a tal o cual persona específica. Se trata de servicios muy divisibles y que presentan grandes variaciones en la demanda. Variaciones que pueden ser de carácter personal, o pueden ser de calle, barrio o núcleo de población”*. Incluso estudios posteriores, como el de Vázquez Burguete, Gutiérrez Rodríguez y García Miguélez (2009) van más allá y no solo asumen las bondades de los servicios públicos por su número sino también y sobre todo, por su valoración cualitativa: *La calidad constituye el principal instrumento para la búsqueda del progreso de los servicios y de la competitividad, cada vez más presente en el ámbito público. Esto es, la calidad es el mecanismo más adecuado para contribuir a la mejora de los recursos humanos, la productividad y la adaptación de las necesidades sociales en una época de modernización y orientación al ciudadano en que viven los entes públicos”*.

En los más de treinta años de democracia en España, las administraciones locales no lo han tenido fácil. La transición de un estado unitario y centralista a una nación cuasi-federada, con múltiples delegaciones de competencias de las administraciones superiores a las inferiores, ha sido (y sigue siendo) un camino largo y complicado.

La asunción de responsabilidades por parte de los Ayuntamientos (o cabildos en el caso de las islas Canarias) tiene como consecuencia una gestión más directa de la administración local desde el punto de vista de ‘servicio público’, entendido este concepto como la capacidad que la institución tiene para atender la demanda ciudadana, es decir, ateniéndonos a la definición de Baena del Alcázar (1997: 315) *la pluralidad de entidades con personalidad propia que crea la administración municipal para atender a fines diversos.*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Sin embargo, la gestión de los Ayuntamientos no puede separar su faceta administrativa como gestora de servicios, de su faceta política y burocrática. Mintzberg (1983:186) señala que *cuando surgen un conjunto de tareas sencillas y repetitivas que tienen que ser realizadas precisa y consistentemente por seres humanos, la burocracia es la estructura más eficiente, incluso la única concebible*. Casellas ofrece posteriormente (2007) algunas claves que muestran esa identificación entre política, burocracia y gestión: *El objetivo primordial de la política local es el desarrollo de la base económica a través de la atracción de nuevas empresas y la promoción a escala nacional e internacional de los productos y servicios generados [...] los gobiernos locales se convierten en los agentes clave de la promoción económica local*.

1.2.2. DE BURÓCRATA IMPERSONAL A GESTOR DE SERVICIOS

Pero esta burocracia ha cambiado, ya no es un ente anónimo e impersonal, sino un organismo que fomenta la participación y potencia la identificación del ciudadano como miembro indiscutible y activamente preparado para incidir en el desarrollo del municipio y en la gestión de su administración local. Los Ayuntamientos, como entidad local con entidad jurídica propia, gozan de una autonomía administrativa y este hecho se pone de manifiesto en las burocracias municipales.

Chaín, Muñoz Cañavate y Más Bleda (2008:614) afirman, en este sentido, que *en las últimas décadas el proceso de modernización en el sector público no se ha centrado únicamente en los aspectos tecnológicos, sin los cuales, por otra parte, difícilmente se podrían haber puesto en marcha los nuevos instrumentos de interacción con ciudadanos, empresas y otras administraciones. El proceso de modernización también ha afectado a las propias estructuras organizativas, que, sin cambiar el modelo burocrático (que rige a las organizaciones por normas), sí que ha flexibilizado las relaciones entre los diferentes elementos del mismo*.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que los más de treinta años de Ayuntamientos democráticos suponen un periodo extremadamente largo para unificarlo y homogeneizar su desarrollo, gestión y características. Las circunstancias a las que se enfrentaron los primeros gobiernos locales no tienen nada que ver con las que se encuentran ahora, en torno a las cuales se limitan a crecer y consolidar lo ya obtenido.

En este sentido Subirats (1997:406) marca una línea divisoria en el año 1991 cuando se inicia la nueva y actual fase de gobierno local. El autor recuerda *los primeros Ayuntamientos democráticos que iniciaron su andadura en aquel marzo de 1979 tenían ante sí un enorme panorama de déficits y carencias a cubrir. Se trataba de cosas tan elementales como asfaltar calles, construir escuelas, abrir espacios para jóvenes o ancianos, o fomentar el deporte. Estos doce años significaron pues un continuado esfuerzo de construir, a nivel local, y con el apoyo desigual e inconstante de la administración estatal y posteriormente de la nueva administración autonómica, un aparato de obras y servicios para los ciudadanos*.

A partir de 1991, la consolidación y ampliación de competencias y responsabilidades serán los ejes en torno a los cuales girará la administración local, principalmente en su

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

faceta política, pero también en su función de gestor de servicios y de atención a las demandas ciudadanas. Subirats afirma que *en los noventa los municipios deberán afrontar problemas más cualitativos, intentando definir su papel diferencial, no solo en el ámbito comarcal o regional, sino también en el ámbito nacional y transnacional.*

No obstante, estamos viendo el inicio de una nueva etapa que puede fecharse a partir de 2003, aunque ya comenzó a modelar su base en el año 2000, cuando se aplica por primera vez un instrumento fundamental: la concesión de los Fondos Europeos para el Desarrollo Regional (FEDER), cuyo objetivo principal es paliar, e incluso suprimir, los desequilibrios territoriales en el ámbito nacional y europeo. Pero su aplicación deriva a otra consecuencia que en nuestro estudio es esencial: los FEDER aportan en la práctica a la administración local una autonomía económica y, por extensión, administrativa; una dimensión nunca conocida hasta el momento, ni en la actual era democrática ni en el pasado histórico de nuestro país.

A pesar de que el año 2000 fue inicio de cambio, hemos marcado el eje divisorio para una tercera etapa de la Democracia a partir de 2003, año de convocatoria de las séptimas elecciones municipales, cuando la administración local deja de ser la “hermana pequeña” de la autonómica y central para ser considerada –no solo en la teoría, sino también en la práctica- una administración que solo es inferior territorialmente, porque goza ya de la autonomía máxima que permiten los límites marcados por el Estado autonómico español.

El origen de esta evolución se encuentra también en la grave crisis económica que se vivió a principios de la Democracia y que incidió ostensiblemente en el poder adquisitivo de los ciudadanos. Por ello, su administración más cercana, la local, desempeñó un papel preponderante en la recuperación de una calidad de vida. Cravacuore (2002:2) detalla que, *entre los nuevos temas de la agenda municipal se cuentan el desarrollo sostenible, la regulación de los servicios públicos, la seguridad ciudadana y los vinculados al desarrollo económico local. Sin embargo, el mayor crecimiento se ha producido en el área social, generándose una verdadera resignificación de la función del gobierno local. [...] Actualmente el empleo, la juventud, la cultura, la discapacidad, la minoridad, la tercera edad, los problemas de género, la prevención de las acciones, la vivienda y aún la educación forman parte de la agenda de los gobiernos locales.* Incluso antes del actual desarrollo de los Ayuntamientos, Subirats (1997:408) ya lo señalaba con los siguientes términos: *Los municipios asumieron un papel de liderazgo, de protagonismo en la vida local, que propició el que aquellos responsables del gobierno municipal que se han mantenido en el cargo durante estos años hayan ido construyendo un cierto modelo de gobierno local omnicomprendido, más como respuesta a demandas indiferenciadas y siempre urgentes que procedían de la ciudadanía, que como expresión de una voluntad de protagonismo absoluto [...] con una sociedad civil que, ante los momentos de incertidumbre política y económica que atravesaba el país, optaba por ‘esperar y ver’ o por posturas similares.*

En la actualidad, Chaín, Muñoz y Más –antes aludidos- dividen el modelo administrativo en tres niveles: por un lado, el trato con las organizaciones externas pero que pertenecen a la misma estructura organizativa; por otro, la comunicación con

asociaciones y grupos de interés; y, por último, el trato con los medios de comunicación y ciudadanos.

1.3. Participación en el municipio

1.3.1. OBJETIVOS DE LOS AYUNTAMIENTOS PARA FAVORECER LA COMUNICACIÓN CIUDADANA

En las más de tres décadas de vida que tienen los Ayuntamientos representativos, los ciudadanos han conseguido una identificación parcial con sus respectivas administraciones municipales. Bien es cierto que en España existe una singular idiosincrasia que genera un cierto escepticismo, cuando no aversión, por todo lo que lleva el calificativo o la denominación de ‘político’.

Sin embargo, también hay que señalar que los treinta años no han transcurrido en vano y cada vez son más los ciudadanos que se implican en el plano social y político que les rodea, principalmente de su ámbito más cercano: en su municipio, concejo o, en definitiva, su entorno local. No obstante, aún no hay una cultura asociativa y, según datos estadísticos realizados por varios Ayuntamientos, tan solo un uno por ciento de la población participa activamente en el continuo desarrollo de su localidad. El 99 por ciento restante se limita a escuchar en un grado más o menos pasivo y, en el mejor de los casos, a votar cada cuatro años en las convocatorias de elecciones.

Precisamente por esta razón, por ser un grupo tan exageradamente numeroso, el Ayuntamiento y sus responsables públicos pueden tener en cuenta las nuevas tecnologías para acercar la administración local a este ingente grupo poblacional.

Las páginas web constituyen un recurso idóneo para establecer esa comunicación y facilitar que sean partícipes de la gestión local. Pero, si bien es una herramienta adecuada, debería ser utilizada 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.

El conocimiento profundo de los perfiles que integran una población municipal es uno de los primeros pasos que posibilitaría al Ayuntamiento conseguir ese deseable máximo aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

Ciertamente, el ya mencionado uno por ciento de ciudadanos que integran la red social de un municipio suelen tener una intensa capacidad interactiva, principalmente aquellos colectivos que han adquirido un cierto nivel de antigüedad y consolidación. Por ello, es muy notable la calidad en la recepción y emisión de información entre estas entidades y la administración pública municipal. De hecho, pensando en ellas, un gran porcentaje de Ayuntamientos con un índice de población medio o alto, disponen de los denominados Reglamentos de Participación Ciudadana que contemplan la creación de entes llamados generalmente Consejos Sectoriales. Se trata de órganos no vinculantes, pero sí consultivos que, aparte de los responsables de la administración, cuentan en su

composición con representantes de las asociaciones especializadas en el ámbito en torno al cual giran cada uno de estos Consejos.

La red social de cada municipio podría configurarse como uno de los objetivos del Ayuntamiento a la hora de confeccionar una web institucional. Estos colectivos pueden aportar una numerosa cantidad de ideas destinadas al desarrollo del municipio. Una de las aportaciones que la administración local puede hacer es la creación de un directorio en la misma página de Internet. De esta forma, cada uno de los colectivos se verá integrado en la web del Ayuntamiento y, por extensión, en la administración de su municipio. Incluso se puede ofrecer la posibilidad de que estas asociaciones expongan, además de su dirección postal y número de contacto, un enlace que lo vincule a su propia web. Con ello, además de ofrecer un servicio a la red social, la página institucional se enriquecerá con nuevo contenido. Se comprobará en el transcurso de este estudio si este criterio es aplicado en las distintas incursiones de los Ayuntamientos por Internet. Baldersheim y Øgård (2008:128) señalan que *por supuesto que la participación no tiene por qué ser de naturaleza política, pudiéndose centrar en la interacción social entre los individuos o grupos de la comunidad local, contribuyendo a fomentar el capital social entre los ciudadanos.*

Sería preciso que la administración no olvidara al 99 por ciento de la población restante, a los ciudadanos que no están vinculados a ningún colectivo o entidad de la red social. Se trata de un sector muy heterogéneo cuyo grado de variedad es directamente proporcional al número de habitantes.

A la elaboración de un censo y otros parámetros estadísticos, se pueden añadir la realización de trabajos de campo con el fin de poder analizar, de este modo, las afinidades, demandas, necesidades y posibilidades que tienen los ciudadanos para poderse comunicar con su Ayuntamiento, el cual estaría en condiciones, asimismo, de facilitar el acceso a Internet al mayor número de ciudadanos, independientemente de su condición social, cultural o económica.

1.3.2. ¿RECHAZO A LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA?

Pero antes de plantearse los modos de participación que pueden sustituir a la democracia directa, es preciso hacer alusión a voces discordantes que observan ciertos inconvenientes a que la ciudadanía se implique en la toma de decisiones de interés general.

Precisamente, Giovanni Sartori (1987) planteaba, hace más de dos décadas, una serie de aspectos negativos que comporta la participación. Y antes que él ya lo hicieron, (como recuerda Subirats 2007:37) Schumpeter (1942) y Plamenatz (1973). Entre estos aspectos debemos reseñar como los más frecuentes:

- La tendencia de la administración a centrarse en temas puntuales y particulares como consecuencia de la insistencia de ciertos sectores de ciudadanos y su participación en determinados asuntos, que son los que realmente les preocupan sin tener en cuenta, en muchas ocasiones, el interés general.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- Vinculado con el anterior, los ciudadanos reclaman que sus demandas sean cubiertas lo antes posible, en un corto plazo. La consecuencia de ello es que el desarrollo y los proyectos que requieren un medio y un largo plazo se quedan relegados, en el mejor de los casos, a segundos planos. Tanto este punto como el anterior son característicos de gobiernos populistas, como ocurrió con la llamada “política de bonos” en Argentina a finales de los ochenta con el presidente Raúl Alfonsín al frente. Una situación que alivió en unos pocos años la precaria situación económica de ese país pero que, posteriormente, le hizo caer en una profunda hiperinflación que obligó al presidente a dimitir seis meses antes de que cumpliera su mandato.
- Se produce una desfiguración de las entidades representantes, en este caso partidos políticos (aunque también se pueden integrar, en el ámbito nacional y económico, a los sindicatos). La participación se produce fundamentalmente a través de colectivos de distinto ámbito que ejercen como verdaderos grupos de presión. Para Subirats (2007:37) *se produce una erosión de la legitimidad y la autoridad de las instituciones representativas y de los partidos políticos, ya que implica una desconfianza sobre su capacidad de representación y defensa de los intereses generales y particulares*. Aunque también se puede decir que, más que una desconfianza, se produce en muchas ocasiones, un abuso de confianza que se trasluce en la ‘obligación’ de que los grupos representados en las instituciones solventen los problemas concretos y que, de forma particular, pueden plantear desde la ciudadanía, sin que ésta tenga en cuenta los medios que se disponen o que se utilizan, ni si estas necesidades responden al interés general.
- La toma de decisiones se complica porque se tienen en cuenta un mayor número de puntos de vista, de opiniones. Es preciso contar con más personas que se implican en la participación, por lo que la puesta en marcha de determinados proyectos e iniciativas se alarga en el tiempo y, por extensión, se encarece.

Otros autores, como Todt (2003), consideran que la implicación social debe ir acompañada de una serie de factores: *La participación ciudadana, incluso si está apoyada por la administración pública, no se genera automáticamente en una situación de igualdad entre todos sus integrantes. Existen varios criterios que definen un proceso participativo encaminado hacia un verdadero aprendizaje social. Esto es, una participación que no resulte ser una mera fachada o una manera de legitimación. La gran mayoría de los procesos participativos actuales no cumplen con todos estos criterios.*

Sin embargo y a pesar de estas voces discordantes, la participación es necesaria para un desarrollo acorde a las demandas sociales, las cuales deben ser expresadas por la ciudadanía a los representantes políticos y no por meras conjeturas de éstos últimos.

Por esta razón, sería recomendable buscar mecanismos democráticos cada vez más eficaces y accesibles para que la participación de los ciudadanos en la gestión pública sea cada vez más numerosa, directa, constante y permanente. En definitiva, que este tipo de participación directa e individualizada no se quede únicamente en la concurrencia de los electores a un esporádico referéndum.

Fishkin (1995:95 y ss) analizó algunos de los modos de participación más usuales en las administraciones regionales y locales, entre los que destacó los foros de debate, los

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

núcleos de intervención participativa o los consejos ciudadanos. Sin embargo, son modelos que, si bien calificarlos de obsoletos sería exagerado, sí resultan algo anacrónicos a inicios del siglo XXI; claramente insuficientes para tener un diagnóstico de los intereses y demandas y los puntos de vista que tienen los ciudadanos en todos los estamentos sociales. Las razones principales de esta actual insuficiencia en los modelos de participación detallados por Fishkin son:

- La complejidad creciente de las demandas ciudadanas como consecuencia de una exigencia cada vez mayor de la población al Estado de Bienestar.
- El aumento de los niveles educativos y culturales experimentados por los individuos en todos los sectores sociales durante las tres últimas décadas. Un crecimiento que sigue una proporción geométrica a lo largo de los años como consecuencia del vertiginoso camino por el que están discurriendo las nuevas tecnologías.
- Entroncada con la anterior, una tercera razón se encuentra en las facilidades, para todos los campos, aportadas por las nuevas tecnologías que pueden ser aprovechadas por la administración pública para conseguir la necesaria implicación de los individuos.

En junio de 1999 podemos encontrar un importante precedente del esfuerzo realizado por representantes políticos para conseguir la implicación de los ciudadanos en el desarrollo del país. Nos referimos a los miembros de la Comisión de Redes que en febrero de 1998 se constituyó en el Senado bajo la presidencia de Esteban González Pons.

Tres de los miembros de esta Comisión, Isidro Martínez Oblanca (PP), Félix Lavilla Martínez (PSOE) y Josep Varela i Serra (CIU) potenciaron la interactividad participando en el foro creado en la página del Senado. A pesar de estos intentos y al avance que paulatinamente se iba produciendo en el acceso a la Red, el socialista Lavilla lamentaba dos años después, en una entrevista publicada por el diario El Mundo con fecha del 28 de mayo de 2001, que la transmisión de datos por ordenador *iba aún a velocidad de tractor. Sin velocidad en el acceso a Internet se está perjudicando el desarrollo económico y social de nuestro país. Aunque sus esperanzas puestas en Internet iban más allá de lo que disponemos actualmente: La tecnología tiene que estar al servicio, siempre, de las personas; por lo tanto no me cabe duda de que el voto electrónico será una realidad en el futuro.*

1.3.3. INCREMENTO DE LA PARTICIPACIÓN SOCIAL CIUDADANA. IDENTIFICACIÓN CON SUS AYUNTAMIENTOS

Este cambio en los conceptos está trayendo, como consecuencia, una paulatina y cada vez mayor identificación de los ciudadanos con sus municipios. Una vinculación que se traduce en una mayor implicación de éstos en las políticas y en la administración local y pública. Una participación que se produce mayoritariamente a través de colectivos ya establecidos o a través de agrupaciones que pueden surgir espontáneamente para conseguir un fin determinado. Un ejemplo de ello es la proliferación en los últimos cuatro años de las denominadas ‘plataformas ciudadanas’.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Estas plataformas, bien actúan por su cuenta o bien pueden tener el respaldo de la administración pública; un apoyo que, en cualquier caso, no se erige como protagonista, sino como un empuje más para la defensa o lucha de unos intereses, cuya persecución es el *leit motiv* de esas entidades ciudadanas.

Nos encontramos ya con una marcada iniciativa social, con una verdadera preocupación e interés de la población por conseguir el avance y el desarrollo de su propia localidad. El vecino no solo protesta, sino que también recurre a otros métodos para conseguir objetivos sociales y servicios que le afecten de forma absolutamente directa, igual que afirmaba Yates (1976:101-130) *son servicios visibles y tangibles, en el sentido de que se 'nota' enseguida si se han realizado o no, si se ha recogido la basura, si el semáforo funciona o si el autobús llega a la parada.* Y posteriormente, Brugué, Font y Gomá (2003) concretan más la cuestión y enfatizan en el colectivismo: *Las asociaciones, en el mejor de los casos, pueden ser útiles para colaborar en la organización y la prestación de determinados servicios o como interlocutores con los que consultar determinados aspectos de la política local, pero nunca como actores que participan en los procesos decisionales. Las asociaciones únicamente pueden alcanzar este estadio de codecisión si partimos de un modelo de democracia participativa donde los ciudadanos y sus grupos pueden participar activamente en el día a día de las políticas municipales.*

Las nuevas tecnologías están ofreciendo una nueva plataforma para consolidar esta implicación ciudadana. Es muy probable que estemos en el origen de una nueva y cuarta etapa democrática en la cual Internet sea elemento fundamental para una eficaz participación social. No obstante, como comprobaremos en el transcurso de este estudio, para conseguir este fin se verá si las administraciones públicas incitan a la población en el uso del ordenador y al aprovechamiento de los múltiples recursos que aporta la Red.

Sería deseable que la participación ciudadana en la administración de su municipio no se limite a una consulta de su opinión cada cuatro años a través de las urnas. El ciudadano podría contar con instrumentos eficaces y fácilmente aplicables para conseguir una democracia concertada ya que, siguiendo a José Allende (1988-105) *la participación, no debe olvidarse, es abrirse a la democracia local. Significando bastante más que informar o limitarse a sacar la información pública en el tablón de anuncios del Ayuntamiento.* Sin embargo y a pesar de que ya hace más de dos décadas, reconocidos autores como el ahora aludido hablaban de la importancia participativa, estudios más recientes, como el realizado por Ajangiz y Blas (2008) constatan y coinciden en señalar que *las democracias realmente existentes —las democracias representativas— están perdiendo legitimidad por su progresivo distanciamiento de los procesos deliberativos y decisorios de la vida cotidiana de los y las ciudadanas.*

En la actualidad, uno de estos instrumentos que puede paliar esta situación y que cada vez está adquiriendo mayor consolidación se refiere al tejido social, entidades ciudadanas de diverso ámbito a las cuales la población, en líneas generales, está mostrando más confianza a su quehacer cotidiano que a la labor que desarrollan los partidos políticos y los sindicatos.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Una muestra de ello está en la baja militancia en estos dos últimos tipos de formaciones y en el aumento en municipios de diversa índole de nuevos partidos que solo tienen como ámbito político la propia territorialidad local que, sin ánimo alguno de nacionalismo, consideran necesario presentarse como alternativa (más que política, en el sentido administrativo y de gestión) a los partidos mayoritarios que, con frecuencia, actúan en todo el territorio nacional o, al menos, en una determinada Comunidad Autónoma. La pérdida de confianza en la movilización política se traduce en la abstención que se produce en la práctica totalidad de las convocatorias electorales. Los comicios municipales solían ser en las dos primeras décadas de la democracia los que atraían mayor cantidad de votos. Sin embargo, en los últimos años se está equiparando con el resto de elecciones que se celebran en nuestro país (europeas, generales y autonómicas, estas últimas, por lo general, coinciden en fecha con las municipales).

No obstante, existe un desinterés generalizado que se refleja en el bajo porcentaje de asociacionismo, y que, como hemos señalado, apenas un uno por ciento de los ciudadanos de un municipio se adhiere a algún tipo de colectivo social. Sepúlveda (2010) lo achaca, como factor básico, a que *la identidad de ciudadanía que formalmente se construye con el reconocimiento del estado, no aflora en la cotidianidad de las personas, más aún si consideramos el surgimiento de nuevas demandas identitarias que no necesariamente tienen que ver con un componente territorial y nacional*. Como antecedente, Víctor Urrutia (1988:121) atribuye esta inhibición de los ciudadanos ante los problemas sociales a *los valores individualistas que genera la sociedad de la opulencia en detrimento de las actitudes más participativas y públicas de los individuos*.

La participación ciudadana a través de lo que denominamos ‘sociedad civil’ o ‘tejido social’ es esencial en cualquier ámbito pero muy especialmente en la gestión local. No solo para el desarrollo de una determinada área territorial, también para consolidar una mayor identidad del individuo con el lugar (municipio) donde reside y lleva a cabo su vida cotidiana.

La potenciación de esta participación se debe dar a través de diferentes instrumentos. Urrutia señalaba ya en su tiempo la institucionalización como factor básico de estas organizaciones con elementos de mediación entre el ciudadano y el Ayuntamiento. En ningún caso se puede eludir ese vínculo entre intereses generales e intereses individuales, *cuando esto sucede –señala el autor- la vida política tiende a asegurarse más por la coerción que por el consenso* (1988:122).

En la postrimería del Franquismo y en el inicio de la democracia, la participación quedó fijada fundamentalmente en asociaciones ciudadanas, principalmente vecinales que intentaban sus primeras incursiones en la vida activa pública. En esta época, el número de colectivos crecía en proporción directa a la cantidad de conflictos sociales que se generaban.

Víctor Urrutia (1988:124) recuerda que *la presión política de estas asociaciones, incrementada por su conexión con las reivindicaciones más sentidas de sus respectivas comunidades y por su constante presencia de los medios de comunicación, repercutió*

decisivamente en la actitud de los otros agentes urbanos, principalmente en las corporaciones locales.

Sin embargo, en los dos primeros años de la democracia (desde 1977 hasta 1979, cuando se constituyeron los primeros Ayuntamientos elegidos popularmente) se produjo una cierta animadversión de los poderes públicos hacia el movimiento ciudadano. Esta situación no resultó muy halagüeña para la imagen que se tenía entre la opinión pública, en general, de los movimientos sociales, lo que impidió, en palabras del mismo autor (1988:125) *un posible engarce entre la democracia representativa y la democracia participativa.*

La participación es la pieza clave de la Democracia. No se puede concebir una institución democrática si no existe una implicación continua de los ciudadanos. Esta aseveración alcanza su máximo nivel entre las administraciones locales. Putnam (1993) aseguraba, en este sentido, que *la participación ciudadana ya no es un discurso cargado de retórica y utopía, sino es, ante todo, la mejor garantía para hacer funcionar la Democracia.* Y más adelante, Font (2003) demuestra la importancia que entraña la implicación ciudadana con las consecuencias que provocó su falta durante los primeros tiempos de las democracias occidentales: *Para la mayoría de las personas, la preocupación por los temas públicos suponía un tema secundario o al que, en cualquier caso, no consagraban mucho tiempo, y las únicas políticas existentes estaban plagadas de símbolos y simplificaciones que servían para ordenar la realidad. La reacción fue el pesimismo y la conclusión que, ante el desinterés ciudadano, su único rol político era el de espectadores.*

En el mundo actual, la administración local, como una de las piezas territoriales mínimas de la organización del Estado, ofrece el marco más adecuado para la participación. Tal y como nos llegó desde Grecia la democracia directa es imposible aplicarla en la mayoría de los actuales núcleos sociales y geográficos. Como alternativa, se puede recurrir a otros modos participativos en los cuales los ciudadanos tomen la palabra y contribuyan a la toma de decisiones.

La necesidad de participación en la vida política y social actual hasta unos límites inconcebibles para épocas anteriores se debe a múltiples factores expuestos por diversos autores. Uno de los más comunes es la solidez de las diversas asociaciones y colectivos que se constituyen fundamentalmente para luchar por un determinado fin. Hoy por hoy la práctica totalidad de la sociedad es consciente de que es improbable conseguir un objetivo concreto con luchas individuales y, por el contrario, han podido comprobar que resulta mucho más provechosa una única lucha de un grupo social.

Los grados de implicación ciudadana son numerosísimos, casi tantos como cantidad de individuos. No obstante, Joan Subirats (2007:38) clasifica a los ciudadanos en función de su interés por formar parte de las decisiones generales y, de este modo, diferencia entre:

- Ciudadanos que no quieren participar.
- Ciudadanos que, cuando participan, lo hacen de una forma muy inconstante.
- Los ciudadanos que están dispuestos a participar pero que son siempre los mismos.

- Los ciudadanos que se movilizan y pretenden participar, pero que solo se representan a ellos mismos y a sus intereses.

Sin embargo, hay un rasgo común en las cuatro divisiones de ciudadanos: todos son conscientes de la necesidad de la participación social. Sean ellos mismos u otros los que formen parte activa. Incluso los agrupados en la primera clasificación entienden que las decisiones no deben ser tomadas únicamente por los estamentos políticos y las administraciones públicas. Para Subirats este grupo considera *un proceso complicado y fatigante en el que se acaba convirtiendo cualquier toma de decisiones públicas*, pero ello no implica, en absoluto, que estén en contra de la participación.

Otro factor que resulta imprescindible para comprender el grado actual de implicación social es originado por el asincronismo que se produce entre, por una parte, la demanda y la mentalidad ciudadana derivada de su quehacer cotidiano y, por otra parte, el funcionamiento y organización que se desarrolla en las administraciones públicas. Una aceleración social que, según Font (2001:16), es mucho más evidente en los últimos 150 años. No obstante, el proceso político y social en las últimas décadas es lógicamente mucho más complejo que hace siglo y medio, ahora es cuando entra en juego una estructuración y organización adecuada para la lucha de las demandas sociales que podría ser potenciada y fomentada por las administraciones públicas.

1.4. Comunicación en Ayuntamientos

1.4.1. ACTORES

En la comunicación de instituciones municipales hay tres factores fundamentales para que, al menos, aunque no alcance la eficacia deseable, sí se produzca ésta en su mínima expresión. Nos referimos, por una parte, a los responsables del Ayuntamiento como máximos gestores de la política y la burocracia; por otra, a los funcionarios públicos y, por último, a la sociedad, la cual, en el ámbito que nos movemos, engloba, a su vez, al tejido social y a los ciudadanos, considerados éstos de forma individual.

Pero con estos factores no es suficiente para conseguir la comunicación. Es precisa una cierta predisposición de los tres, principalmente de los responsables del Ayuntamiento aunque, sin la voluntad de los otros dos, el mensaje será anulado.

Hay algunas facetas mínimas que deben tener cada uno de los implicados en la comunicación.

Los máximos responsables políticos y burocráticos del Ayuntamiento deben ser conscientes, no solo de la importancia, sino también de la necesidad de la comunicación, y para ello tendrían que sentar las bases que la haga posible. Unas bases tanto económicas, como tecnológicas y de personal.

Los funcionarios públicos y trabajadores municipales representan las manos ejecutoras de las decisiones tomadas por los responsables políticos y burocráticos. Además,

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

habitualmente proponen de forma continua aspectos que mejoren la comunicación ya que, en definitiva, este colectivo, dentro del Consistorio, es el que tiene un contacto más próximo con el ciudadano y, a su vez, conoce perfectamente el funcionamiento del Ayuntamiento (o al menos sería lo deseable).

Para que sea efectiva esta comunicación, la sociedad debe estar predispuesta, en la medida de sus posibilidades, a escuchar el mensaje del Ayuntamiento y a intervenir en la relación que se origina como consecuencia de su emisión. Un mensaje que tiene que ver, o bien con la utilización de servicios que proponen los responsables políticos y burocráticos, o bien como respuestas a las demandas de información que se expiden desde el Ayuntamiento. Nos encontramos aquí con los dos papeles que desempeña la institución municipal, en el primer caso (utilización de servicios) como órgano gestor administrativo; mientras que en el segundo supuesto, el Ayuntamiento (solicitante de propuestas) actúa como órgano representativo político de la ciudadanía.

La promoción de la participación ciudadana puede lograr una buena baza en el movimiento social, en los colectivos que funcionan en cada municipio. Pero no solo tienen que llevar a cabo esta función entre los miembros de esas entidades, sería conveniente también que implicaran al mayor número posible de ciudadanos que integran la población de un determinado núcleo local. Ello nos lleva a ver al usuario desde dos puntos de vista diferentes: por un lado, como ciudadano de a pie, un individuo anónimo y con un perfil muy generalizado; y, por otro, como entidad ciudadana que, además de su papel de intermediario entre vecino e institución, es también un receptor directo de los mensajes que se emiten desde la administración pública, en nuestro caso, desde el Ayuntamiento.

En definitiva, tenemos varios actores que intervienen en la comunicación institucional entre Ayuntamiento-ciudadano. Si esta relación comunicacional la concretizamos en Internet, nos encontramos con que los agentes se multiplican y, a su vez, cada uno de ellos se divide en otras categorías. Una clasificación inicial sería la siguiente:

- Ayuntamiento en su doble faceta: como órgano gestor administrativo y como representación política de los ciudadanos. En ambos casos la diferenciación no se corresponde con facetas exclusivas de diversos grupos de personas que trabajan en el Ayuntamiento. Tampoco se puede catalogar, como vamos a comprobar, como un trabajo en equipo en el que todos hacen todo. Es una estructura laboral que podríamos llamar mixta por existir en su seno una organización vertical (o jerarquizada) y una organización horizontal (o especializada). Nos encontramos, pues, con:
 - Políticos: que marcan la línea partidista en el seno del Ayuntamiento.
 - Administrativos y gestores: que entablan una comunicación con el ciudadano, basada en propuestas o requerimientos incluidos en los ámbitos de la burocracia o de la acción social (participación en eventos deportivos o culturales, subvenciones a colectivos desfavorecidos, expedición de documentos, empadronamientos, tasas impositivas, etc).
 - Departamento de informática: Si estamos hablando de Internet, sería recomendable la existencia en el consistorio de un departamento de estas características en el cual, especialistas de altas tecnologías sean los

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

encargados de elaborar las páginas web que sirvan de conexión entre los políticos y administrativos con la ciudadanía (usuarios). Podríamos definir a este equipo personal informático como los creadores del canal de comunicación.

- Gabinetes de prensa. Con numerosas denominaciones. Las más usuales son, además de la ya señalada, gabinetes de comunicación y de relaciones externas. Sus responsables, en la mayoría de los casos, son los encargados de redactar el contenido político de la web, pero con ciertos matices. En principio, estos gabinetes son creados para desempeñar la función de intermediario entre institución y medios de comunicación ofreciendo la mejor imagen y la labor desarrollada por los gestores, por los responsables últimos de esa institución. Sin embargo, como vamos a comprobar en este capítulo, esta imagen ya ha cambiado y las nuevas tecnologías han dado un impulso notable a esta transformación. Sí que adelantamos que su contacto con el ciudadano es, en la actualidad, mucho más fluido desde que apareció y se aplicó la web como un instrumento comunicacional entre instituciones públicas y ciudadanos.

- Usuario. En su doble faceta, individual y de colectivo social y, de esta forma será tratado en este estudio

En el estudio sobre el discurso interactivo que realiza Rausel (2005:12) plantea el esquema tradicional de comunicación con un emisor y un receptor. El primero es considerado con el responsable de un 'site'; mientras que se presupone que el usuario es el receptor. No obstante asegura que el discurso solo se puede constituir a través de una relación de interdependencia en el propio contenido: *Solo constituirá discurso aquella secuencia de lexías (es decir unidades de lectura que no tienen por qué constituir textos o discursos coherentes ni tener sentido autónomo), estructuradas a través de páginas web o pantallas, que guarden entre sí una relación de interdependencia, sea de inclusión o de causalidad o sucesividad. Es aquí donde la noción de discurso demuestra su operatividad, siendo evidentemente algo construido por el proceso de lectura del usuario pero supeditado a la labor estructuradora del emisor. Así, un emisor (el responsable de un site, por ejemplo) puede estructurar la información planteando itinerarios de lectura que construyan un discurso coherente, e incluso proponerle al usuario en un momento dado la visita a otra sede, por ejemplo: un enlace optativo al diccionario enciclopédico para clarificar un concepto.*

1.4.2. INSTRUMENTOS EMPLEADOS POR LOS AYUNTAMIENTOS PARA LA COMUNICACIÓN

Desde el principio de la democracia española, los instrumentos de comunicación utilizados por los Ayuntamientos han sido fundamentalmente los gabinetes de prensa, las oficinas de información y los centros de documentación. Todos ellos podían y pueden tener otras subdivisiones en función, principalmente, de las distintas delegaciones y concejalías que gestionan el consistorio. Sobre esta cuestión, Aranes Usandizaga (1996), aseguraba que *la Administración en su conjunto se constituye en un microuniverso autónomo dentro de la sociedad, que a su vez va generando espacios estancos hasta llegar a la unidad mínima (el funcionario)*. Años más tarde, Gómez

Camarero (2003) plantea que esta comunicación se caracteriza, o se debe caracterizar, actualmente por *atender las necesidades informativas de los ciudadanos, adaptarse a sus exigencias y a sus nuevos hábitos de información, ofrecer una información personalizada adaptada a las particularidades de los usuarios, de manera a proporcionar en cada instante una 'información a la carta'. Son las particularidades de los nuevos servicios de información administrativa que están conformando una nueva forma de comunicación de la Administración con los ciudadanos: más dinámica, más participativa y más cercana.*

Ya hemos mencionado que, además de la sociedad, es precisa la participación de otros dos actores: los responsables del Ayuntamiento (el ejecutivo) y los funcionarios públicos, que en el asunto que ahora nos ocupa, los cometidos de ambos se pueden reducir a las tareas políticas y administrativas para los primeros, y burocráticas para los segundos. Sin embargo y aunque en un aspecto teórico los responsables son los que proponen, debería haber, para la práctica, una íntima sintonía que, no solo posibilite la comunicación con el ciudadano, sino que ésta sea eficaz e interactiva, al menos, en su grado más bajo.

En este sentido, García-Pelayo (1979:66-70) propone un modelo en el que se debe producir un intercambio crítico entre la lógica política -del ejecutivo- y la lógica técnica -de los funcionarios- en vez de *un modelo decisionista, con la hegemonía del primero sobre los segundos*. Tanto el ejecutivo como los funcionarios, según señalan posteriormente Criado y Ramilo (2001), deben jugar un papel primordial en la comunicación: *Cualquier gestor o político ha de promover la extensión y uso de las TIC para el mayor número posible de personas; evitar la amenaza de una nueva fractura social basada en el conocimiento tecnológico y definir sistemas de seguridad y potenciar la autenticación de las relaciones entre las Administraciones Públicas y quienes interactúan con ellas.*

En cuanto al otro actor antes mencionado, la sociedad, debería poseer suficiente nivel cultural y educativo para poder discernir las informaciones que tienen que ver con su propio y directo interés de las que son mera propaganda política o, en el peor de los casos, que sean falsas, alejadas de la realidad o que están voluntariamente deformadas y tergiversadas. Dader (1983:103) asegura que *una sociedad deberá distinguir entre comunicación e información política, aún sin desconectar una de otra, y establecer políticas de comunicación y de información como dos brazos estrechamente relacionados y encaminados a garantizar los principios de convivencia social que dice defender*. Esta participación es, esencialmente positiva, tal y como corroboran, posteriormente a Dader, García Gutiérrez y otros autores (2004): *El proceso a través del cual el modo de participar en la difusión de ideas, información y estado de definición del modo de ser de la organización es cada vez más fácil, produce e incrementa la sensación de protagonismo del proceso de producción y viceversa, independientemente del tamaño de la organización.*

La distinción que realiza Dader con los términos de 'Información Política' y 'Comunicación Política' se refieren precisamente a lo que hemos mencionado anteriormente; mientras que la segunda alude básicamente a los actos administrativos y de servicio público de la institución; la primera, la información, se centra en la

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

promoción de las personas que gestionan dicha institución, en definitiva, los responsables políticos.

Entre las vías utilizadas por la administración pública local no hay que olvidar el papel que desempeñan los otros medios de comunicación que se convierten en transmisores (en ocasiones y, en honor a la verdad, con cierta tendenciosidad) de la información que se desprende de las instituciones estatales, autonómicas y, por supuesto, locales.

Dicha función de los medios de comunicación de masas plantea, inevitablemente, un vínculo más o menos estrecho entre éstos y los responsables políticos y de la administración. Estos lazos relacionales pueden ser positivos o negativos. Para comprobar si se inclina a un polo o a otro, antes de la actual legislación solo había que encontrar dónde se localizaba la publicidad institucional, cerrada a los medios más críticos o distanciados de la política gubernamental.

Este ‘boicot’ constituía hasta hace unos años una de las modalidades más poderosas y frecuentemente utilizadas por los gobiernos para influir en la prensa. Sin embargo, en la actualidad este asunto ya está regulado legislativamente y la institución no puede discriminar a los medios por razones de ideología o posturas alejadas o contrarias a la orientación política del gobierno.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que el uso de Internet facilita al usuario la posibilidad de contrastar las informaciones a través de las fuentes procedentes de la Red o con su propia interpelación (demandando, preguntando o protestando). Podríamos utilizar la descripción empleada por la profesora Doval (2006:204): *Una nueva forma de vigilar a los vigilantes*.

1.4.3. MODOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADOS POR LOS AYUNTAMIENTOS

El nacimiento de los Ayuntamientos democráticos marca una nueva etapa en la comunicación institucional. Hasta entonces las administraciones públicas eran utilizadas por sus gobernantes con el objetivo de ensalzar al régimen franquista, el cual necesitaba de todos los medios posibles para llevar a cabo su propaganda. Cualquier tipo de información estaba exageradamente caracterizado por tintes políticos.

En la democracia se lleva a cabo una forma de comunicación distinta con la que se intenta convencer a los ciudadanos, no por el mero y exclusivo ensalzamiento de una determinada institución, sino por los servicios que ésta presta.

Para esta comunicación existen diferentes vías que intentan acercar lo más posible la administración al ciudadano con el objetivo de que éste se sienta identificado con su institución pública, en el caso del presente estudio, con los Ayuntamientos.

Toni Puig (2003:42) detalla las diferentes vías que se pueden aplicar para una comunicación fluida que consiga un servicio público eficaz. Estas vías son divididas en comunicación interna y comunicación externa. Entre las once que el autor integra en el primer grupo, destacamos dos de ellas por ser parte básica en nuestro objeto de análisis.

Por un lado, los gabinetes de prensa que, si bien Puig no llega a banalizar, si que los relega a un plano secundario: *cuando planteas la comunicación en un municipio, la primera demanda es: 'Nos urge un buenísimo gabinete de prensa' Grave y antiguo error, típico de políticos solo preocupados por salir en los papeles. El gabinete de prensa es una pieza más –importante- en el mapa de comunicación corporativa. No la principal.*

Por otro lado, destacamos en la división realizada por Puig la 'Comunicación Electrónica' para la cual el autor toma la denominación –creemos que acertadamente- del Ayuntamiento *on line* –y prosigue- *no solo informa y comunica con los ciudadanos a través de Internet: facilita todos los servicios, que el medio permite, a través de la Red. Y en tiempo real. Sin esperar. Es la revolución pendiente: comunicación y servicio directo y personalizado.*

Precisamente éste es un punto clave y un eje fundamental en torno al cual gira nuestra tesis: si la información institucional de los Ayuntamientos a través de Internet sigue siendo en la actualidad una asignatura pendiente o, por el contrario, se ha experimentado un avance notable por el que el ciudadano se siente identificado con su municipio a través del reflejo que adquiere en la Red.

En este sentido y tras el estudio realizado por Gandía (2008:46) afirma, como una de sus conclusiones finales que *la transparencia digital de los Ayuntamientos españoles es muy pobre, como lo demuestran los valores alcanzados por los indicadores de financieros. Los políticos consideran la presencia informativa en la web como un objetivo secundario, tal vez pensando que la ciudadanía no tiene suficiente interés o formación para entender la información económica que aporta la administración pública.*

Debemos hacer mención, por otra parte, a los gabinetes de prensa al comprobar que son estos departamentos los que, en la mayoría de las instituciones locales, ponen en marcha la página web oficial, no solo se ocupan en gran medida de crearla, sino también de actualizarla y de conseguir la implicación del resto de las áreas municipales para que formen parte de este 'ayuntamiento virtual'.

Por lo tanto, creemos que, si bien y como afirma Puig, el gabinete de prensa es una pieza más en el mapa de la corporación corporativa, sí que resulta fundamental, al menos actualmente, para impulsar a la institución a través de la Red. Habitualmente, los gabinetes de prensa con cierta envergadura no están compuestos solo por periodistas. Disponen de un amplio equipo con una variedad de profesionales que, en distinta medida, se van especializando en las nuevas tecnologías, contribuyendo enormemente al éxito de la página web del Ayuntamiento.

Además de diferentes posibilidades de comunicación externa, el mismo autor propone otras alternativas de comunicación interna, la cual se puede definir como la relación y el intercambio de información entre los diferentes niveles y las diversas áreas municipales que se establecen entre sí.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

En lo que a nosotros nos incumbe, destacamos, entre estas alternativas internas, las siguientes: Intranet y E-mails. Ambas son descritas, para el ámbito municipal, de la siguiente forma:

- Intranet: *El instrumento flexible, básico para la comunicación interna. Nada pesado. Con apartados de sugerencia. De opinión. De diálogo. Con instrumentos para facilitar el trabajo. Con curvas de obtención de resultados. Con toda la información municipal y ciudadana al día. Con respuestas a cuestiones, rápidas. Con objetivos y su obtención.*

- E-mails: *En esta línea, por qué no encontrar cada lunes, en intranet, en el propio e-mail, un e-mail del alcalde, el gerente municipal o departamental, que diga: 'La semana pasada hemos logrado esto. Ésta nos proponemos...Al ataque. Y gracias...*

Indudablemente son otras dos vías de comunicación interna aplicando las nuevas tecnologías. Intranet no solo estrecha relaciones entre los distintos departamentos municipales, sino que se gana en eficacia y rapidez a la hora de llevar a cabo numerosos trámites. Esta forma de utilizar la Red redundaría en una mejora del servicio público y, por extensión, en una mayor calidad en la prestación social dirigida al ciudadano ya que, además, se puede contar con Extranet.

Sin embargo, hay que poner en tela de juicio la eficacia de la segunda vía propuesta por Puig, en la que viene a decir que a través de emails de ánimo se puede conseguir un mayor rendimiento del personal; pero ¿no resultan mucho más satisfactorias otras gratificaciones (económicas o promocionales, por ejemplo) que un simple e-mail semanal, el cual, en lugar de aproximar la figura de un cargo superior, se aleja más de la sintonía laboral que se desarrolla en un lugar de trabajo? Hay que tener en cuenta que, la mayoría de las veces, no va a ser el propio alcalde o cualquier alto cargo el que se ponga delante de un teclado con el propósito de escribir parabienes a los trabajadores, será la secretaria o el subordinado de turno el que se encargue de redactárselo para que él, en el mejor de los casos, dé el visto bueno final. De esto son plenamente conscientes los trabajadores.

No obstante, añadamos una matización: por supuesto no hay que quitar mérito ni importancia al correo electrónico, de hecho, sin su existencia, Internet no sería el fenómeno social en el que hoy se ha convertido. Desde su eclosión en los años setenta ha sido la principal vía por la que el usuario se conecta a la Red. Este protagonismo del correo electrónico en la comunicación digital no queda relegado a un segundo plano cuando estamos hablando de servicios e instituciones públicas; todo lo contrario.

Efectivamente la utilización del correo electrónico debe servir como elemento para reconocer e identificar a una determinada institución pública, en este caso el Ayuntamiento; pero hay otras aplicaciones alternativas a la propuesta por Puig que estudiaremos a lo largo de esta tesis para conseguir la eficacia deseada que refuerce y estreche la relación entre responsables municipales y ciudadanos; una relación que es, en definitiva, el objetivo que nos proponemos en este estudio.

Crystal (2002:54) realiza consideraciones sobre el lenguaje utilizado entre algunos recursos empleados en Internet, en concreto entre el correo electrónico y el chat: *desde*

un punto de vista lingüístico, es importante saber que un grupo de chat se distingue de una situación de correo electrónico en que ésta consiste en un intercambio de mensajes, normalmente entre un par de individuos determinados (o instituciones) casi siempre alrededor de una única transacción y en relación con una cuestión específica, planificada. Por el contrario, en los grupos de chat son varias las personas que participan en el intercambio de mensajes que son casi siempre anónimos, durante un periodo de tiempo indefinido y alrededor de un conjunto amplio y no determinado de temas. Aunque hay varios puntos de semejanza lingüística entre las dos situaciones, las características lingüísticas y estrategias que adoptan los participantes de un grupo de chat son muy distintas de las que utilizan habitualmente los usuarios de correo electrónico.

Precisamente esta distinción marca también el planteamiento de nuestro estudio que ya desarrollaremos en el capítulo tercero, con una separación de niveles de interactividad entre aquellas páginas que aportan solo correo electrónico y las que suman también los chats para la participación del ciudadano.

Por otra parte, hay que considerar en nuestro análisis cuáles son los textos periodísticos que se publican a través de la página, qué características son comunes (si son mayoritariamente de índole social o político), y si hay posibilidad en las páginas de recurrir a un servicio de documentación, es decir, si existe una hemeroteca virtual.

Aquí también se tendrá en cuenta la existencia de un buscador, hecho que también se podrá comprobar si funciona para otros vínculos de la página. Lo desglosaremos más adelante, ofreciendo un apartado destacado sobre este tipo de comunicación que consideramos sumamente importante, entre otras cuestiones, para comprobar el grado de actualización de la web municipal. No obstante, hay que señalar algunas matizaciones que se deben tener en cuenta para el desarrollo de la información en este tipo de páginas pertenecientes a las institucionales locales.

Como primer punto, debemos destacar que la información que se presta desde un Ayuntamiento se diferencia (al menos, en apariencia) de la que ofrecen los distintos medios de titularidad privada. La llegada de la democracia a nuestro país multiplicó ostensiblemente el número de gabinetes de prensa de las administraciones públicas. Las instituciones públicas dejan de ser un punto oscuro para el ciudadano y experimentan una reconversión total por la que su principal objetivo es tener eco en los medios de comunicación.

Txema Ramírez (1995), en su estudio sobre la influencia de los gabinetes de prensa, define a éstos como *fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de comunicación que aspiran a tener resonancia en la opinión pública.*

Esta definición es la que nos puede dar el punto de arranque de la información institucional que se presta en las páginas web, ya que hay que tener en cuenta que éstas son elaboradas en su práctica totalidad por los propios gabinetes de prensa con la colaboración, en el mejor de los casos, de departamentos o áreas de informática.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Es precisamente por esta razón por la que extendemos el término de información periodística e incluimos en él a la información que se ofrece desde los gabinetes de prensa, coordinados éstos en su práctica totalidad por periodistas, aunque, como decíamos, pueden participar también otros profesionales.

Sin embargo, la función de los responsables de los gabinetes no solo se ha ampliado con la entrada de los Ayuntamientos a Internet, sino que ha tenido que cambiar su enfoque del trabajo que desempeñaba hasta el momento. Antes de la Red, su función se centraba única y exclusivamente en mostrar la “buena cara” de la institución que representaba a través de comunicados de prensa, boletines, contacto directo con otros medios de ámbito privado, etc.

Varios autores han realizado trabajos sobre la información institucional, sus objetivos y funciones, aunque lo que nos interesa ahora son los cambios que se han producido en estos cometidos de los gabinetes tras la aparición de Internet. Para ello, tomamos como referencia la descripción del profesor Martín Martín (1995:192) que define a los gabinetes de prensa como *verdaderas agencias de los acontecimientos municipales y locales, en contacto directo con los Medios de Comunicación*.

Esta definición era correcta y atinada hasta hace unos años. La elaboración de una página web como servicio público hace cambiar el concepto. Ya no solo se debe basar en ofrecer a los ciudadanos las bondades de un Ayuntamiento, aunque sigue siendo el eje principal, su enfoque debería centrarse también en la demanda de los vecinos. Si ésta se responde con una página web, se conseguirá la participación popular que es a lo que realmente deben aspirar las instituciones públicas a la hora de convertirse en ‘ayuntamientos virtuales’.

Se trataría, en cierta forma, de llevar a cabo un periodismo de servicio el cual debe tener siempre presente, según María Pilar Díezhandino (1994:45) *la utilidad como lema*, porque, según añade la misma autora, *el rostro humano, el individuo concreto, con toda su carga de cotidianeidad, preocupaciones y deseos ha estado ausente siempre en la materia prima de las noticias*.

De esta forma, y tomando como referencia el periodismo de servicio, las noticias que los gabinetes de prensa reflejan en Internet no solo tienen que ver con acontecimientos que protagonizan los responsables de los Ayuntamientos, sino que deben de tener muy en cuenta las demandas de los vecinos para que las páginas web adquieran su verdadero sentido de interactividad.

1.4.4. PERIODISMO EN LA INTERMEDIACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE AYUNTAMIENTOS

Ya hemos mencionado que la comunicación entre instituciones públicas y ciudadanos suele estar integrada por tres agentes básicos: Administración Pública (los gobernantes), la sociedad (los gobernados) y los intermediarios/mediadores (entre los que se encuentran los periodistas).

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Efectivamente el tercer pilar de esta comunicación es el intermediario que siempre ha sido un profesional de la comunicación: un especialista en mercadotecnia, publicista, comunicólogo, etcétera; pero mayoritariamente son periodistas los que sirven de vínculo de enlace entre los ciudadanos y las administraciones públicas.

En el caso que nos ocupa, los Ayuntamientos, la figura del periodista adquiere mayor importancia desde que se inicia la democracia. Ya hemos comentado en este estudio que en los tiempos del Franquismo y en los primeros años de Monarquía, las administraciones públicas locales, eran tan solo ‘tentáculos’ del Estado Central.

Una vez consolidado el Estado de Autonomías y la adquisición de personalidad propia por parte de los Ayuntamientos, la relación con los ciudadanos cambia radicalmente. El alcalde ya no solo está para imponer orden, sino para administrar y representar a sus ciudadanos. Una representación que debe basarse en el mantenimiento constante de una comunicación.

Esta relación comunicacional es facilitada tanto a una parte como a otra por un intermediario, que se personifica en la figura de un periodista, el cual organiza y gestiona el gabinete de prensa.

Bien es cierto que esta intermediación y, por extensión, ese gabinete de prensa (o de comunicación) está adquiriendo una complejidad cada vez mayor y que aumenta en función de la dimensión del municipio, lo que requiere la especialización en otros campos.

Sin embargo, actualmente podemos seguir afirmando que la mayoría de los gabinetes de comunicación de los Ayuntamientos españoles tienen como eje fundamental a un profesional del Periodismo.

Ya hemos comprobado que una administración pública democrática requiere un servicio de comunicación con el exterior que es desarrollado por un gabinete de comunicación o de prensa. García Camarero (2003:109) afirma, en este sentido, que *atender las necesidades informativas de los ciudadanos, adaptarse a sus exigencias y a sus nuevos hábitos de información, ofrecer una información personalizada adaptada a las particularidades de los usuarios, de manera a proporcionar en cada instante una información a la carta. Son las particularidades de los nuevos servicios de información administrativa que están conformando una nueva forma de comunicación de la Administración con los ciudadanos: más dinámica, más participativa y más cercana.*

La comunicación de la administración pública, independientemente del ámbito que gestione, debe priorizar la relación con sus ciudadanos. Para ello debe crear, al menos, un departamento dedicado a este fin.

La mayoría de los grandes y medianos municipios tienen dos áreas cuya labor es la relación con el exterior. Por una parte, el Servicio de Atención al Ciudadano (o con denominaciones similares) y, por otra parte, los gabinetes de prensa (de comunicación o de relaciones externas). En estos últimos nos vamos a centrar ahora teniendo en cuenta

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

que la labor periodística de una administración pública se resuelve en este departamento.

El concepto de gabinete de comunicación ha cambiado en los últimos años debido fundamentalmente a la irrupción de Internet y de las nuevas tecnologías. El periodista de una administración pública ha doblado su cometido. Ya no solo es documentalista e informador, sino que también ejerce labores de informática que hasta hace unos pocos años era impensable. No obstante, su relación con los vecinos sigue siendo indirecta. La colaboración más estrecha es prestada a los medios de comunicación.

Los comunicados, las notas de prensa, testimonios y otro tipo de documentos, son enviados directamente a los medios que lo solicitan; en ningún caso a los ciudadanos de forma directa.

Si bien es cierto, algunos de estos gabinetes de prensa editan su propia publicación (boletines impresos, pero también emisoras de radio o televisiones públicas) para dar a conocer a los vecinos las últimas noticias generadas en la administración que cubren con su trabajo.

Estas publicaciones se han sustituido o reforzado por las páginas web oficiales. En ellas se ofrece toda la información a los ciudadanos pero también a los medios de comunicación. No en vano, muchos de los enlaces dedicados a este ámbito son asignados con el nombre de *Notas de prensa* e incluso, en algunos casos, vienen completadas con testimonios sonoros, visuales o gráficos que no tienen acceso restringido, pero sí que están pensados para los medios de comunicación (ediciones impresas, emisoras de radio y canales televisivos).

Por tanto, el periodista en la administración pública ha incrementado la relación que mantiene de forma directa con los ciudadanos y, en algunos casos, ha disminuido la que mantiene con los medios de comunicación.

Esta reducción se debe a que en determinadas instituciones, principalmente las locales, se convoca menos a los medios de comunicación para que acudan in situ a la administración con el fin de participar en determinadas celebraciones, como pueden ser las ruedas de prensa.

El periodista de los medios opta, por mayor rapidez, a utilizar los medios que aportan las nuevas tecnologías para conseguir la información institucional que requiere. No obstante, sí que persiste esa relación en los casos en que el medio de comunicación profundiza en una determinada información, aunque sigue siendo de carácter excepcional, sobre todo en medios locales cuyo presupuesto es modesto y las condiciones para ejercer la labor periodística son exiguas.

Sí que ha aumentado el contacto de los gabinetes de prensa institucionales con los ciudadanos, y no solo con los residentes en el ámbito que cubren, sino con el exterior de él teniendo en cuenta la globalización de Internet.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Las páginas web de las administraciones están abiertas al acceso público y uno de sus apartados más importantes es la información de prensa. Podemos adelantar ya que las noticias de los portales de acceso en la Red son configuradas como un reclamo para atraer la atención del ciudadano interesado por lo que pasa en su área de residencia. Ignacio Ramonet (2000:13) lo califica como *una golosina audiovisual que en realidad es un producto subordinado a la promoción o acompañamiento de otros contenidos*, en el objeto de estudio que nos ocupa, a la promoción de la propia administración local.

Lo que sí es evidente es la escasa interactividad que el periodista, también en Internet, vuelve a protagonizar en la comunicación corporativa, independientemente del soporte que se utilice, sea impreso o a través de las nuevas tecnologías. El factor político que emana de las administraciones públicas es básico para esta unilateralidad. Jerez, Sampedro y Baer (2000:28) afirman que *audiencias, públicos, electores son agrupamientos del analista que dan cuenta del creciente alejamiento del proceso político respecto de esa mayoría social que antes se designaba como pueblo, y, en el debate teórico, como ciudadanía. Por tanto, han mudado las bases de todo discurso legitimador del gobierno representativo y éste parece haber renunciado a explicarse ante los gobernados y a implicarlos de forma activa.*

El profesional de un gabinete de comunicación, dentro de su labor periodística, se limita a emitir sus comunicados, convocar a los medios para determinados actos y volcar las informaciones en las publicaciones oficiales o en las páginas web. Para el ciudadano, estas informaciones están impersonalizadas, no tienen en consideración al autor de esas noticias y, de hecho, en una gran mayoría de los *staffs* de las revistas institucionales no se detalla las personas que la hacen posible.

Hay que tener en cuenta, por otra parte, que la información que se genera desde un gabinete de comunicación es absolutamente parcial y sesgada, basada en la versión oficial de quien gobierna y sin prestar atención a otras fuentes que puedan contrastar la noticia. Los ciudadanos son plenamente conscientes de este hecho y, como afirma Martín Serrano (1996:114) *la comunicación pública no producirá efecto alguno sobre el comportamiento de los destinatarios, cuando éstos posean otra experiencia u otra información que se adecue mejor a la evaluación que los sujetos se hacen del acontecer.*

Teniendo en cuenta su parcialidad en la información, la unilateralidad de su relación con los ciudadanos y su ámbito de cobertura, hay que preguntarse cuál es la utilidad a priori de los gabinetes de prensa. Se trata de una cuestión ya analizada por diferentes tratadistas en los más diversos planos.

Uno de los aspectos primordiales es el factor económico. La reducción de gastos (que no de inversiones) en una Administración pública es uno de sus prioridades básicas. La emisión de sus informaciones a través de su propio gabinete de prensa abarata en gran medida los costes que puede suponer su difusión a través de otros medios, los cuales marcarán una relación contractual publicitaria con la propia organización administrativa. También supone un considerable ahorro para los propios medios de comunicación ya que no requieren corresponsales para cada una de las zonas que cubren; en este sentido, Txema Ramírez (1995) ya destaca una investigación realizada

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

por Infopress en la que se demostraba que *los gabinetes de prensa pueden suponer un ahorro de hasta el 25 por ciento en gastos de personal.*

Sin embargo, la utilidad más evidente es para la promoción de los representantes políticos en las distintas administraciones. Utilizan el gabinete de estrategia para obtener valores positivos de la opinión pública; actúan de acuerdo a esa premisa y para que esa actuación sea reconocida por la ciudadanía. Ejemplos los encontramos en todas las democracias y en cualquier nivel administrativo. Uno de los autores antes citados, Víctor Sampedro (2000), recuerda el caso Monica Levinsky cuyo coprotagonista fue el expresidente de Estados Unidos, Bill Clinton: *en agosto de 1998, EE.UU. bombardeó unos supuestos campamentos terroristas en Afganistán y 'fábricas de armas' en Sudán, justo tras la confesión de adulterio de Clinton. Su subida inmediata de popularidad le ayudó a sortear el impeachment, abortado tras los ataques aéreos contra Irak, realizados más tarde.*

En este país norteamericano son también unos auténticos magos de la propaganda política y, aparte de esta reseña, nos encontramos multitud de ellas a lo largo de la historia de las libertades y de la democracia estadounidense. La atención de la opinión pública se desvía hacia otros asuntos que aparentemente entrañan mayor interés, aunque éstos sean inventados para distraer a la ciudadanía de otros temas que pueden tener mayor trascendencia.

En este sentido, Gaye Tuchmann (1983:232) aseguró en su día que *todos los gestores del poder tienen el interés común de difundir la idea de que 'las cosas están bien como están' y ello es consecuencia de su gestión. Intentan, como resulta lógico, generar el consenso de que vivimos en el mejor de los mundos posibles.*

Esta misma valoración y cometido de los gabinetes de prensa es perfectamente extrapolable a todas las administraciones, tanto públicas o privadas, independientemente del ámbito que trabajan. En el caso que nos ocupa, los Ayuntamientos democráticos españoles, la línea seguida es la misma. Lógicamente, la manipulación informativa no llega a los extremos de las acciones norteamericanas, pero sí que se intenta desviar la atención hacia unos muy determinados objetivos informativos y que tienen que ver con “el buen hacer” de los gestores políticos. La base principal es que el municipio va bien gracias al trabajo de sus gestores; lo que va mal es consecuencia de factores externos, de otras administraciones o de anteriores gobernantes que, en la mayoría de los casos, comulgan con una tendencia política diferente a la mayoritaria del Ayuntamiento.

Este es el principio básico de los gabinetes de prensa de las administraciones locales: ofrecer una visión sesgada e intencionada de la actualidad que se genera en el municipio pero que, en realidad, es la generada y filtrada desde el propio Ayuntamiento y por parte de sus responsables políticos.

1.4.5. INTERNET PARA LOS GABINETES DE PRENSA EN AYUNTAMIENTOS

Aparte de los propios contenidos de las informaciones que los gabinetes de prensa emiten, es importante tener en cuenta la forma de publicación, principalmente en el

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

soporte que estamos analizando, las páginas web institucionales. En este sentido, las noticias que se elaboran a través de este medio constituyen un pilar fundamental para comprobar la eficacia de la página web. Entrar en la era Internet no supone solo el diseño de páginas más o menos atractivas y/o interesantes, sino saber conservarlas adecuadamente para mantener intacto –o incluso lograr un grado superior que al principio- el interés de los usuarios, en este caso, de los propios ciudadanos.

Como decíamos anteriormente, la información de las páginas institucionales y, en particular, de las locales merece especial atención teniendo en cuenta que un gran número de sus contenidos se basa en el trabajo aportado por los gabinetes de prensa o comunicación.

Una gran parte de las web de Ayuntamientos incluyen las noticias más sobresalientes del municipio ocurridas en las últimas horas o en las últimas fechas y todas ellas, por lo general, en un lugar destacado de la página principal e incluso en la ubicación central.

Con la información periodística nos encontramos uno de los mayores retos a los que se debe enfrentar la institución para ofrecer una correcta página web: la actualización.

La información periodística es uno de los principales “termómetros” (y, en algunos casos, el único) para comprobar que los servicios municipales trabajan constantemente sobre la página, la mantienen al día y su labor no solo se ha limitado a crearla (en ciertos Ayuntamientos encargan su diseño a empresas especializadas) y a dejarla colgada en la Red sin plantearse revisiones periódicas en espacios más o menos cortos de tiempo, como ya pudimos comprobar en nuestro anterior trabajo referido a las localidades de la Comunidad de Madrid.

Esta actualización es una forma de medir la apuesta por las nuevas tecnologías de los consistorios. De hecho, hay aún algunas administraciones municipales que, a pesar de registrar unas dimensiones poblacionales notables, no tienen un sitio en la Red, pero sí lo han tenido en su día. Precisamente la falta de interés por mantener una actualización ha sido el desencadenante para que, al final, la página se quedara en poco más que un proyecto.

Además de que la mayoría de las web incluyen información periodística, hay que destacar que ésta se sitúa en un lugar preferente de la página, en muchos casos arranca su *homepage* con este tipo de contenido.

Es importante tener en cuenta asimismo la actualización de estas informaciones. Será uno de nuestros puntos clave en el estudio que vamos a llevar a cabo. Para ello, tomaremos como referencia el tratamiento que desarrollamos en el ya mencionado trabajo referido a la interactividad de las páginas pertenecientes a los municipios de la Comunidad de Madrid.

En este estudio, pudimos comprobar que, de los 176 municipios de Madrid, un total de 105 (59.65 por ciento) tenía página web y que, dentro de este grupo, 66 de ellos (un 62.85 por ciento) ofrecían noticias referentes a acontecimientos que se producen en la

localidad y que atañen fundamentalmente a sus conciudadanos y/o empresarios y trabajadores de la zona.

Otro dato destacable es que todos ellos incluían esta información en su página principal y, en un extenso porcentaje, abarcaba la práctica totalidad de su página inicial. Era por tanto, muy significativa, la gran cantidad de Ayuntamientos que utilizaban la actualidad periodística para presentarse en la Red. Es uno de los contenidos más importantes de su página; y, en casos aislados, existe un enlace que suele estar en un sitio destacado entre las secciones que integran la presentación de ofertas de esa web (su índice).

De los 66 municipios que ofrecían en el año 2006 noticias institucionales actualizadas, medio centenar de ellos las incorporaban en su página principal, lo que suponía casi el 76 por ciento del total. Las otras 16 localidades ofrecían su información a través de un enlace que, igualmente y como ya hemos mencionado, se encontraba en el inicio.

La actualización de las páginas web así como de la información periodística que se establece en ellas es mayoritariamente (y en el contexto que nos movemos, en gran parte de las administraciones públicas locales) responsabilidad de los gabinetes de prensa o de comunicación, términos que, a fin de cuentas, vienen a significar lo mismo porque los cometidos en uno y otro caso son similares o, incluso, idénticos.

1.5. Aprovechamiento de las nuevas tecnologías por los Ayuntamientos

1.5.1. NUEVAS TECNOLOGÍAS AL SERVICIO DEL CIUDADANO

El aumento de la participación debe ir acompañado inexcusablemente por una mayor capacidad de información a través de la mejora de los canales que enlazan a los administradores con los ciudadanos. Canales que, en un primer momento, eran unidireccionales y que posteriormente y en consonancia con la consolidación de la democracia, se fueron perfeccionando para conseguir una comunicación más fluida en ambos sentidos, aunque el inicio de esa comunicación siempre tuviera, como punto de arranque, al administrador.

La importancia en el conocimiento de Internet y de otros sistemas relacionados con las nuevas tecnologías es planteada por Francisco Sierra (2008:173): *Las nuevas redes telemáticas abren un escenario potencial de múltiples sinergias productivas de cooperación, organización y autonomía comunitaria que debe ser explorado, conocido para un mejor desarrollo de la comunicación global en las redes globales de la nueva sociedad de la información.*

Antes de la llegada y la popularización de Internet, existían diferentes canales de comunicación. Las encuestas, sondeos y bandos eran algunas de las vías que las administraciones públicas locales utilizaban más frecuentemente para estrechar la relación con sus ciudadanos. Sin embargo, las nuevas tecnologías aportan en la actualidad un requisito esencial en la gestión pública de cualquier ámbito territorial y, sobre todo en la municipal, cuestión que es corroborada por autores como Al-Khamasey

y Lawrence (2010:1) *los problemas de la comunidad constituyen una presión sobre los gobiernos locales para mejorar sus servicios a través de la adopción de las últimas tecnologías móviles e inalámbricas.*

Otra posibilidad era la toma de opinión de forma indirecta, a través del tejido social con colectivos y grupos que trabajan de forma activa para defender y luchar por unos determinados intereses. En la mayoría de las ocasiones se convertían en los únicos interlocutores que las administraciones públicas consideraban como válidos. Es un posicionamiento adoptado desde un enfoque práctico, fundamentalmente en aquellos núcleos con una población media o grande. Sin embargo, en este punto todavía quedaba un trecho largo por recorrer para vislumbrar un sincero interés por potenciar una opinión generalizada de la ciudadanía; que ésta tenga más opciones de manifestarse que las que pueden aportar unas elecciones cada cuatro años.

No obstante, la egolatría de determinados políticos que representan a ciertas administraciones les impulsa a rodearse de asociaciones ciudadanas de diferentes ámbitos, pero que profesan su misma ideología o inquietudes y que lo único que hacen es corroborar las propuestas que plantean estos políticos. Lamentablemente este hecho se producía con excesiva frecuencia, por lo que había una valoración muy sesgada de la ciudadanía sobre la gestión administrativa pública.

Por otra parte, existe la democracia directa que, eludiendo la convocatoria de elecciones periódicas o referendos esporádicos, tienen en nuestro país como máximo exponente a las administraciones locales ‘pequeñas’ las cuales, siguiendo a la Ley de Bases de Régimen Local de 1985, fueron definidas diez años después Parada (1995:183) como *municipios de características singulares de territorio, población u otros en los que el régimen ordinario o común resulta inadecuado, permitiéndoles entonces romper la uniformidad de la regulación configurando diversos regímenes especiales.* Mientras que para otros autores, como Erbiti (2008) plantea que los elementos mínimos para que exista municipio son *el territorio (segmento del territorio provincial legalmente establecido en el que la municipalidad ejerce ciertas competencias), la sociedad local (conjunto de actores y relaciones sociales, económicas y políticas que se dan en un ámbito territorial determinado) y el gobierno (nivel más descentralizado del Estado y más ligado a la vida cotidiana de la población).*

La Ley de Bases y la legislación de las Comunidades Autónomas aclaran cuáles son los municipios que pueden tener este régimen especial:

- Los que tengan una población con menos de cien habitantes y aquéllos que tradicionalmente cuenten con este singular régimen de gobierno y administración.
- Aquéllos en los que su localización geográfica, la mejor gestión de los intereses municipales u otras circunstancias lo hagan aconsejable, y medie decisión favorable por mayoría de dos tercios de los miembros del Ayuntamiento, previa petición mayoritaria de los vecinos y aprobación por la Comunidad Autónoma.

Este régimen especial se basa en un peculiar sistema denominado Consejo Abierto, caracterizado porque su gobierno y administración se atribuyen al alcalde y a una asamblea vecinal de la que forman parte todos los electores. Además, su funcionamiento

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

se ajusta a los usos, costumbres y tradiciones locales. Se trata de la mayor expresión de democracia directa y, por tanto, de participación en la gestión de un municipio que se puede dar. No obstante, este modelo no es útil, ni por supuesto viable para la mayor parte de los municipios españoles, los cuales tienen ya una población mucho mayor que un centenar de vecinos. Donde sí se admite esa participación directa es en los órganos territoriales de gestión desconcentrada, como son algunos distritos, dependientes éstos de las administraciones locales.

1.5.2. ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En los municipios donde se ha apostado por las nuevas tecnologías, la práctica mayoría tiene detrás, no solo a un área de informática que se ocupa de los aspectos más técnicos, sino que resulta casi imprescindible el citado gabinete de prensa o de comunicación, que es el que habitualmente se encarga de centralizar los contenidos procedentes de las otras áreas municipales, estableciendo con ellas un contacto directo y permanente para que se pueda llevar a cabo una actualización correcta de la información y, por extensión, de toda la página Web.

Palomo (2004) recuerda que en el primer Estudio de Comunicación elaborado por la Inforpress y la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE) se refleja que en el año 2.000 el 70 por ciento de las empresas habían modificado su departamento de comunicación para adaptarse a Internet.

Este hecho es totalmente extrapolable a los gabinetes de prensa de administraciones públicas y, por supuesto, a las locales. El concepto de trabajo que tienen los responsables y trabajadores de estos departamentos es completamente distinto al que podían tener hace apenas una década. Esta adaptación a Internet por parte de los gabinetes de prensa se traduce en una mayor atención, si cabe, en la actualidad local. La información en Internet puede cambiarse al momento, como pasa en la radio o en la televisión, pero con otra característica añadida que, en este caso, comparte con las publicaciones impresas, su permanencia.

La actualización cobra una mayor importancia, sin embargo no se da en todas las páginas web municipales. Siguiendo el mismo estudio de la Comunidad de Madrid, pudimos comprobar que un factor clave era las dimensiones poblacionales de cada municipio: no es lo mismo la cantidad de información que se pueda producir entre una población de 100.000 habitantes que en un municipio con menos de 10.000 empadronamientos. Por ello, debemos recurrir de nuevo a la clasificación poblacional.

Éste fue uno de los parámetros básicos que empleamos para realizar nuestro trabajo en las localidades de Madrid y que también desarrollaremos en el que estamos presentando. Para ello, dividimos los municipios en función de su índice de población obteniendo las siguientes categorías y ateniéndonos a la división que habitualmente realiza el Instituto nacional de Estadística (INE):

- Municipios con una población inferior a los 500 habitantes
- Municipios con una población entre 501 y 2.000 habitantes

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- Municipios con una población entre 2.001 y 5.000 habitantes
- Municipios con una población entre 5.001 y 10.000 habitantes
- Municipios con una población entre 10.001 y 50.000 habitantes
- Municipios de 50.001 a 100.000 habitantes
- Municipios con más de 100.000 habitantes.

Estas categorías serán similares para la realización de este trabajo, aunque, probablemente los parámetros cambiarán ya que habrá que tener en cuenta, diversos aspectos, como, por ejemplo, a las grandes capitales de provincias que superan el millón de habitantes y que, evidentemente, no podemos englobar en la última división citada.

Por otra parte, prestaremos atención también a los índices de proporcionalidad con respecto al nivel de habitantes entre los Ayuntamientos que tienen información periodística en su página web y los que no la tienen. En la Comunidad de Madrid comprobamos que existe una relación directamente proporcional entre el número de habitantes y el contenido de las noticias. La razón era obvia: cuanto mayor es el municipio, más capacidad tendrá de generar información, de ahí que todas las grandes localidades de Madrid (algunas de ellas mayores que muchas capitales de provincia del país) incluyeran noticias en sus páginas virtuales.

Además, un gran porcentaje de los municipios mezclan el relato de hechos noticiosos con la agenda de servicios que engloba las previsiones de eventos culturales, deportivos o sociales. Esta ambigüedad informativa se da fundamentalmente en los municipios con menor capacidad para generar noticias periodísticas institucionales propiamente dichas, es decir, con acontecimientos que se producen en su seno.

Éste será otro criterio que tendremos en cuenta en nuestro estudio, ya que en Madrid pudimos comprobar que en los municipios pequeños, donde apenas se generan noticias, se decantan por utilizar el término *Actualidad* u otro similar para reflejar las previsiones sociales, culturales y/o deportivas; es decir, los contenidos más propios de una agenda. Sin embargo, esta diferenciación o no entre agenda y actualidad no será lo más relevante para conocer la eficacia de una página web institucional.

Más importante que todo ello es, como hemos mencionado anteriormente, la actualización de la página, ya que se da por supuesto que la Red es un servicio público permanente durante las 24 horas de cada uno de los 365 días del año, y en un órgano administrativo tan cercano al ciudadano como es un Ayuntamiento, la actualización de su información en la web debe ser uno de los principios fundamentales para preservar la calidad de su página.

Sería deseable que la citada actualización fuera, como mínimo, diaria, pero nos encontramos con ciertas dificultades que en muchos casos vienen dadas por un aspecto ya reseñado: las dimensiones de los municipios. En los pequeños no se genera tanta información como para mantener renovado cada día su apartado de noticias. Además existe otro problema: en gran parte de estas localidades no existe un departamento de comunicación que se dedique a este fin.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

En el anterior estudio sobre la Comunidad de Madrid, tomamos como referencia una unidad de medida de tiempo que era acorde a la media entre el municipio más grande (en ese caso era la capital) y el más pequeño (Olmeda de las Fuentes, que tenía en el 2006 tan solo 193 personas censadas).

La media que adoptamos era la siguiente: consideramos que un mes era tiempo suficiente para que hasta los pueblos de más reducido tamaño pudieran generar al menos dos noticias, contabilizamos este caso para aquellos municipios cuya población no supere los 5.000 habitantes. Esta medida de tiempo se redujo a 15 días en aquellos que tengan entre 5.001 y 50.000 vecinos, y de una semana para el resto.

Utilizaremos parámetros similares en este análisis, acorde a nuestro más amplio campo de trabajo. No obstante, conviene también aclarar, a priori, que se trata de medidas aleatorias en las que se tienen en cuenta todos los factores que se han expuesto hasta ahora (nivel poblacional y producción de información). Esta cuantificación se marca bajo un prisma de “exceso”, es decir, se intenta, por así decirlo, dar “un margen de confianza” a cada una de las administraciones locales para comprobar su grado de interés por mantener actualizada su página.

En la Comunidad de Madrid pudimos comprobar que la mayoría de los municipios tenía actualizado su bloque de noticias y, por extensión, su página en la Red. Un porcentaje que va aumentando en relación directamente proporcional a la población. La primera conclusión, por tanto, fue que los textos periodísticos conforman, efectivamente, un criterio fundamental para analizar si la página web funciona dentro de los cánones de actualización para estar al día en la Red; pero, aunque es un factor básico, no es exclusivo.

En las instituciones públicas locales existen otros métodos para el mantenimiento de la página. En el caso que nos ocupa, pueden existir otras alternativas para actualizar la web, como pueden ser convocatorias de concursos públicos, calendario del contribuyente, bolsas de empleo o, como hemos visto, la agenda cultural, social y deportiva. Estos aspectos serán comentados en el transcurso del presente análisis.

No obstante, la actualización será una de las cuestiones que tendremos en cuenta para el estudio, pero no la principal, ya que nuestra intención es comprobar en qué grado participan los usuarios en la elaboración de la web municipal.

EL USUARIO

CAPÍTULO 2

2. EL USUARIO

2.1. El usuario ante el Ayuntamiento

Una vez analizados la evolución y rasgos que caracterizan a los Ayuntamientos democráticos, resulta evidente el protagonismo ejercido por el usuario, el ciudadano, para que, con su implicación, la administración local evolucione al compás de las necesidades sociales.

No obstante, debemos hacer una matización sobre los términos *Ciudadano* y *Usuario*. Ambos conceptos han sido convenientemente diferenciados por numerosos teóricos e investigadores. Si se habla actualmente de ‘Ciudadano’ es obligado remontarse a sus orígenes, en la etapa contemporánea a la Revolución Francesa, cuando este término se generalizó para definir a cualquier persona amparada por una serie de derechos individuales, políticos y sociales.

El caso de ‘Usuario’ tiene, en el ámbito que estamos investigando, dos vertientes: por un lado, la persona que hace uso de una serie de servicios que aporta el Ayuntamiento o, en general, cualquier administración pública; y, por otra parte, se identifica con cualquier individuo que utiliza Internet para comunicarse.

Siguiendo, obviamente, el contexto en que se sumerge este trabajo, consideramos conveniente establecer un paralelismo entre ambos términos que llegue incluso, en algunas cuestiones, a una identificación entre sí; aunque constatamos que en otros ámbitos, sí pueden generarse grandes diferencias entre ambos conceptos.

Al retomar la implicación que el usuario-ciudadano debe tener en el desarrollo de una administración pública, Toni Puig (2003:56) considera indispensable tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Relación directa entre el municipio, los ciudadanos y sus organizaciones.
- Propuestas consensuadas desde argumentos compartidos para la ciudad y sus vidas plurales.
- Consejos ciudadanos como espacios públicos para la información, el debate, el consenso, el pacto, la codecisión, la evaluación, la planificación...
- Cogestión de servicios, especialmente con las asociaciones y pequeñas empresas sociales para *ciudadanizar* la gestión municipal.
- Más trazo de horizonte, enfoque de la ciudad que se va a compartir y edificar, con más implicación de todos, con más alianzas para lo fundamental.
- Que no exista jerarquía partidaria la cual, según califica el citado autor, es un “*neofeudalismo disfrazado de democracia*”. En definitiva, viene a decir que el partido que gobierna no debe ser el único que decida con el único sustento de su ‘primacía’ y por el mero hecho de haber sido elegido mayoritariamente por los ciudadanos.
- Diálogo múltiple. En este punto, Puig afirma que *en los tiempos de la Red, ciudadanos y municipio debemos estar enredados. ‘Enredados’ ¡qué magnífica divisa de trabajo público, de proximidad, de comunicación constante!*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

En nuestro caso, en la interacción dentro de las web institucionales, debemos tener en cuenta diversos aspectos arriba señalados y que han de estar presentes en estos ‘ayuntamientos virtuales’. En definitiva, es preciso ver lo que piden los ciudadanos a su administración local y que sirvan de base en esta interactividad en la Red.

Por supuesto, que el primer punto señalado por el autor engloba al resto: una relación directa entre los ciudadanos y sus organizaciones. En el objeto de estudio que ahora nos ocupa, la relación entre administrador y usuario, no puede ser, en ningún caso, directa desde el punto de vista físico (es decir, cara a cara) puesto que existe una comunicación a través de un canal de transmisión: el ordenador.

Esta mediación, efectivamente, es mínima, pero puede ser aumentada con otros factores personales: tanto desde el punto de vista técnico (para la elaboración y diseño de la página web) como del contenido (elaboración de textos por parte de determinados trabajadores municipales: gabinetes de prensa, de comunicación, responsables de relaciones externas, directores o encargados técnicos de las diferentes áreas, etcétera).

No obstante, sí hay que plantearse como reto que la relación a través de la web tiene que ser más fluida, extensa y, sobre todo, permanecer en el tiempo a través de una actualización de los contenidos. Evidentemente no se va a alcanzar los límites de eficacia que se consiguen entre las relaciones puramente directas, las interpersonales entre el gestor municipal y el ciudadano.

No lograr esta máxima eficacia se compensa con otros elementos, como puede ser la supresión de una acción que se requiere para las relaciones interpersonales: la necesaria movilidad para el encuentro entre ambos actores (usuarios-administradores) en un mismo lugar físico y en un determinado momento temporal. Una ventaja que se incrementa de forma proporcionalmente directa con las dimensiones del municipio: Cuanto mayor sea éste, más imperiosa es la necesidad de buscar un medio (como Internet) para relacionarse con los ciudadanos.

Por otra parte, Puig marca una serie de foros para la participación: los consejos ciudadanos, cuya labor no puede ser totalmente aplicada en la web, aunque sí algunos de sus objetivos señalados por el autor: la evaluación, la comunicación y, sobre todo, el debate; todos ellos factores indispensables para conseguir el grado de interactividad que nosotros proponemos a lo largo de este estudio.

Es también importante el concepto de *ciudadanizar la gestión municipal*. La Web es una interesante herramienta para conseguir este objetivo. Supondrá que, a través de la página web, se podrá lograr una identidad mutua y coincidente de los ciudadanos y la administración local en relación con el municipio que tienen en común. Se trata de contar siempre con los vecinos para la toma de decisiones o la ejecución de proyectos. La presencia física de todos ellos, o al menos en su mayoría, no se puede asumir en los foros de debate tradicionales. Ni tan siquiera en lo que se ha venido a llamar “tejido ciudadano”, compuesto por las diferentes asociaciones y colectivos, en las cuales, la participación no llega, ni de lejos, a una representación real de la ciudadanía en su conjunto. En la mayoría de los municipios, principalmente grandes o medianos, ya hemos comentado que el grado de asociacionismo se sitúa en torno al uno por ciento de

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

la población total y, por lo general, los ciudadanos que participan activamente en estos colectivos militan en dos o más; es decir, siempre son los mismos los que se implican activamente en el ya anteriormente citado tejido social. El resto solo opina y coopera en el desarrollo del municipio en determinados momentos y cuando son requeridos (elecciones).

Este aspecto está entroncado con lo que Puig llama *neofeudalismo disfrazado de democracia* por el que solo se cuenta con la opinión de los vecinos en época electoral, sin que ellos se planteen un esfuerzo mayor para la comunicación y sin que se potencie la participación con otros medios que no sea a través de las urnas.

La idea que sería razonable forjar en una página web es, en definitiva, tener siempre presente y en cuenta al ciudadano de a pie, ya no solo para que realice valoraciones de proyectos ya concluidos, sino para el desarrollo de planes que deben marcar el futuro de la ciudad, contando en todo momento con sus propuestas, necesidades y demandas.

Es lo que, en resumen, marca Puig en el último punto: con un contacto fluido y permanente en la página web entre usuarios y administración, con una responsabilidad que debe asumir ésta última para atender siempre la ‘voz’ ciudadana. De nuevo, la Red y la página de Internet es, hoy por hoy, el mejor camino para conseguir una verdadera democratización de la gestión municipal; lo más parecido a los foros de las polis griegas en los que todos opinaban de todo.

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.

Pero no debe ser una provisión para la propia organización administrativa, sino, en el campo que nos ocupa en este momento, para la propia realización del ciudadano. En este sentido, Sánchez Bravo (2001:33) afirma que *uno de los mayores exponentes del desarrollo humano es la posibilidad creciente de los individuos de participar plenamente en la vida social de la colectividad, evitando toda forma de exclusión, con todas las consideraciones políticas y jurídicas que ello implica.*

Y, a renglón seguido, el mismo autor hace una reflexión que consideramos esencial para demostrar la importancia de adaptar la página web a esa democratización antes aludida: *Hay que partir de la premisa de que es esencial que las personas, o los grupos en que se integran, no sean forzadas a ajustarse a las nuevas tecnologías, sino que sean las nuevas tecnologías las que se adapten a las necesidades de los hombres.*

Creemos básica y fundamental esta aseveración para plantear un modelo de página web de las administraciones municipales y que es, en definitiva, el fin de este trabajo.

2.2. Proximidad a las administraciones públicas locales

La cercanía del ciudadano a la administración local no solo se presupone por ser ésta la unidad mínima de organización territorial (salvando las juntas de distrito, concejos y otras variantes) sino porque ya en la propia legislación española se refleja que la participación ciudadana es uno de los pilares fundamentales para la existencia del Ayuntamiento como institución. En la Ley 7/85 del 2 de abril denominada ‘Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local’ se especifica que *los municipios son entidades básicas de la organización territorial del Estado y cauces inmediatos de participación ciudadana en los asuntos públicos.*

Esta participación no solo se puede incentivar durante la consulta popular en determinadas fechas (elecciones municipales), sino también en la atención a las demandas de los ciudadanos y la prestación de servicios públicos que sean requeridos por las personas (físicas y/o jurídicas) y por el deber de toda institución a estar en sintonía con los avances sociales.

En opinión de Voces-Merayo y Codina (2009:212), *en muchas ocasiones el éxito o fracaso de un sitio web depende del conocimiento que se tiene de los usuarios a los que se dirige (usuarios-objetivos). Un conocimiento detallado de la tipología de usuarios y de sus respectivos contextos ayudan a ofrecer los servicios que requieren en las condiciones que los necesitan y, en consecuencia, a implementar una sede web útil, usable y accesible.*

La atención y prestación de servicios requiere, como paso previo, que el Ayuntamiento disponga de una información sobre sus ciudadanos. Nos adentramos, pues, en la disyuntiva que se genera para compatibilizar el derecho fundamental a la protección de datos y el propio desarrollo de la vida municipal. Emilio del Peso (2004:4) afirma que *las administraciones públicas presentan, tanto por su naturaleza jurídica como por sus funciones, al menos ciertas peculiaridades, en el tratamiento de la información que, en el caso de los Ayuntamientos, por su más íntima conexión con los ciudadanos y por la diversidad de material sobre las que operan, alcanzan características propias.*

2.3. ¿Qué demanda el usuario?

Antes de responder a esta pregunta, es preciso manejar las cifras que nos darán una primera visión de la incorporación de la Red en España. Sobre esta cuestión, el centro para empresas y profesionales de Microsoft encargó en el transcurso del 2004 un estudio sobre el usuario de Internet en España a dnx, una consultora de usabilidad especializada en el conocimiento del cliente, investigación del usuario y test de usabilidad.

En dicho análisis se estimaba que en ese año había unos 12 millones de usuarios de Internet, cifra que, a pesar de que ha aumentado más desde principios de la actual década (en el 2000 se contabilizaban 5.5 millones de usuarios), no dejaba de ser escasa, ya que corresponde a menos de un tercio de la población total de este país.

Mucho más reciente, de junio del 2009, nos encontramos el Estudio General de Medios (EGM) elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) que realiza un análisis con una muestra aleatoria de 30.705 encuestas en un universo de 39.462.000 individuos que viven en España y cuya edad es de 14 o más años. Si bien existen una gran cantidad de organismos e investigadores que han tratado esta cuestión, consideramos que en éste que aludimos se reflejan una serie de datos que pueden resultar interesantes para nuestro análisis, a saber::

- En la actualidad, un 45 por ciento de la población mayor de 14 años usa Internet, cifra que va creciendo cada año.
- En el entorno 2.0 (web participativa) se comprueba que casi la mitad de los internautas (un 46%) contribuye con contenidos propios a la web: bien en forma de fotos (el 32.9% de los entrevistados ha subido alguna imagen a la Red en el último mes); seguida de textos (20.3%) y vídeos (9.6%).
- Los blogs también juegan un papel importante para los internautas: un 63,4% de los encuestados ha visitado algún blog, en tanto que un 25,4% ha accedido a blogs de carácter profesional, lo que pone de manifiesto la gran importancia de las bitácoras en el mundo laboral.
- El uso de las redes sociales es intenso, ya que más de un cuarto de los entrevistados las usa a diario y un 41% se conecta al menos una vez a la semana.
- El 67 por ciento de los usuarios se siente seguro realizando transacciones bancarias cibernéticas, lo que supone 3.5 puntos más que el año anterior; mientras que el 68.1% confían en la tarjeta de crédito para realizar pagos en la Red.

Estos datos nos permite introducirnos en tres cuestiones básicas que deben ser analizadas como paso previo a la elaboración de nuestro estudio: el entorno 2.0, la utilización de las redes sociales y la E-Administración, que, como veremos en el siguiente capítulo, tiene un papel importante en las transacciones económicas centradas en nuestro objeto de estudio, en el pago de tasas e impuestos municipales.

No obstante, hay que tener en cuenta que estos elementos están siendo considerados como aspectos complementarios a nuestro trabajo ya que, si bien son factores que inciden en un mayor o menor grado de la interactividad en la Red, nuestro análisis se fundamentará en la capacidad político-comunicacional que tienen los Ayuntamientos a la hora de atraer a sus ciudadanos a través de Internet para que éstos se impliquen en el desarrollo y la calidad de vida de su propio municipio.

2.4. El usuario en la comunicación Web

El usuario en la comunicación Web desdibuja plenamente el rol de sujeto pasivo (que solo se limita a escuchar, ver o leer) para convertirse en un sujeto activo con voz, palabra e incluso opinión.

Pero no solo eso, el usuario de Internet no es únicamente un interlocutor, sino que se convierte en un descubridor y, en algunos casos, en un inventor. Desde el nacimiento de la Red está buscando nuevas aplicaciones y pone a la práctica nuevos desarrollos tecnológicos. Como ejemplo está el uso del correo electrónico. La aparición de Internet,

así como de su antecesor Arpanet, supuso el hallazgo de una gran cantidad de tecnología que no brillaba en todo su esplendor porque no aportaba, en principio, las mejores y más efectivas aplicaciones; era, por tanto, una tecnología derrochada.

No obstante, Estallo (2001) realiza una doble clasificación de los internautas: *Los usuarios regulares se caracterizan por conectar prácticamente a diario (4 veces por semana o más), manteniendo actividades regulares en la red, contestar correo electrónico, seguir grupos de news, conversaciones en servidores IRC, mantenimiento de páginas personales, etc.) y suelen invertir un promedio de 10 horas cada semana en esta actividad. En lo que respecta a los usuarios ocasionales, éstos se conectan esporádicamente y no mantienen actividades regulares. Sus tiempos de conexión semanales son netamente inferiores y con frecuencia conectan desde cibercafés, centros académicos o bien utilizan como usuarios secundarios las conexiones disponibles en sus domicilios.*

La incorporación de nuevos usos, como fue precisamente la utilización del correo electrónico, puede considerarse como el salto de las modernas tecnologías a la vida cotidiana, y fue precisamente un grupo de científicos, en este caso, usuarios de Internet, los que empezaron a encumbrar la faceta social de la Red. Con esta sencilla observación se demuestra, por tanto, que el usuario no debe ser considerado, en absoluto, como un mero receptor pasivo que solo se limita a escuchar, ver y callar. Dentro de la interacción digital, el usuario se encuentra a la cabeza y en igualdad de importancia que el emisor y el canal de comunicación. Hecho que ningún creador de página web puede subestimar.

Esta condición marca el propio lenguaje que se utiliza (o se debe utilizar) en la Red. Bien es cierto que la ingente cantidad de personas que puede visitar una página hace imposible conocer a priori el perfil detallado del usuario. Como asegura Jeffrey Veen (2001:116) *¿cómo podemos saber con seguridad que nuestras páginas están apareciendo de la manera en que lo proyectamos? La respuesta nuevamente es: no podemos estar seguros* y Manuel Castells (2005:210) asevera que nunca quiere hacer predicción en torno al avance de las nuevas tecnologías *porque la sociedad se apropia de las tecnologías y las adapta a lo que la sociedad hace.*

La única forma de tener una noción de quién es el usuario es estudiando previamente su perfil. Siguiendo a Ortega Santamaría (2004), el método más efectivo es pedirle y solicitarle datos a través de la propia página. Pero esta práctica necesita, como más abajo indicaremos, una garantía absoluta hacia el usuario para que estos datos que aporta no sean utilizados o vulnerados en otros fines que él mismo no desea. El sujeto que accede a dar respuesta a esta petición de su identidad necesita absoluta fiabilidad del autor de la página, hecho que, en algunos casos, no se produce.

Esta garantía que debe ser requerida por el usuario se puede conseguir, al menos en parte, pagando previamente con la misma moneda, es decir, con una plena identificación del proponente de una página web que en el objeto de nuestro estudio, los Ayuntamientos españoles, no deberían tener ningún problema en este sentido.

Pero entramos en una dificultad añadida: el reparo, las dudas que los individuos tienen para facilitar sus datos a través de la Red. El desconocimiento, el temor del usuario a

incluir parte de su intimidad en un medio como es Internet tan universalmente utilizado, puede llegar a ser un obstáculo para que la administración municipal se acerque de forma *cuasi personalizada* a sus conciudadanos.

En esta cuestión entra en juego lo que Emilio del Peso denomina ‘seguridad psicológica’ (2004:7) que *pretende reforzar la creencia [por parte del usuario] de que la implantación de las medidas de seguridad son suficientes para considerar que las operaciones que se realicen en esas condiciones son seguras [...] Si no se genera el convencimiento de que las medidas de seguridad implementadas son efectivas, de poco sirve que dichas medidas existan*”. En su opinión, sin la seguridad psicológica sería difícil la expansión del comercio electrónico y de otros servicios de Internet *por mucho que se extienda la utilización de la firma electrónica y de cualquier otra herramienta de seguridad, por muy sofisticada que ésta sea*.

Efectivamente, no solo son importantes aplicar medidas de seguridad en una página pública como es la de un Ayuntamiento, sino que estas medidas deben convencer al usuario. Para que el ciudadano que utilice la página de Internet y plasme en la web parte de su identidad, el receptor garantizará la máxima discrecionalidad y avalará que sus datos solo serán vistos por él, en este caso, por la administración municipal, y que ésta solo los utilizará para una determinada finalidad de la cual el usuario está plenamente informado.

Una vez salvadas estas dificultades, es preciso tener presentes otros aspectos del perfil del usuario de la Red. Al menos en teoría y a través de su identificación, ya hemos conseguido saber cuáles son sus demandas. Necesitamos cubrirlas para que la página tenga éxito. Pero ahora nos tenemos que preguntar cómo hay que organizar estos requerimientos de la forma más sencilla posible. Para ello, debemos saber utilizar de la forma más plausible lo que Yussef Hassan Montero (2002) describe con el término de ‘hipermedia’ *es la tecnología que nos permite estructurar la información de una manera no-secuencial, a través de nodos interconectados por enlaces. La información presentada en estos nodos podrá integrar diferentes medios (texto, sonidos, gráficos...)*. Pineda de Alcázar (2009) profundiza en los aspectos diferenciadores de hipermedia y ciberespacio y asegura que *éste va más allá del hipermedia porque no solo alude a las conexiones tecnológicas de imágenes, texto y sonido a través de cables y redes digitales; sino a un espacio de relaciones horizontales y contactos humanos entre los usuarios, que es realmente lo que a largo plazo podría modificar las formas y modos de comunicación entre las personas, originando transformaciones sociales y culturales impredecibles*.

Hay diferentes pautas que se pueden seguir para lograr que la búsqueda de la información requerida por el usuario sea hallada de la forma más sencilla, rápida y cómoda posible. Estas pautas, estos criterios, serán analizados de forma más detallada en el transcurso de esta tesis. No obstante, podemos adelantar algunas de las bases que deben quedar claras desde el primer vistazo que el usuario da a una web.

- La jerarquización de la información es fundamental y, a la vez, un método sencillo para llegar hasta la cuestión concreta que demanda el navegador de Internet. No obstante, esta jerarquización debe tener pocos niveles. Expertos en arquitectura de la

web coinciden en señalar que no deben exceder de tres saltos desde que se inicia el ‘clickeo’ para la búsqueda de información. Como ejemplo de ello, Jesse James Garnet (2002), especialista en la ordenación de la información, apuesta por un enlace máximo de tres vínculos. Agrupa los datos en lo que él mismo denomina diagramas y afirma que *el enfoque sensible es limitar el detalle en el diagrama a lo que puede ser útilmente aplicado por todas las audiencias* (refiriéndose a los sectores poblacionales que utilizan habitualmente la web que se diseña).

- Por ello, es imprescindible no sobrecargar la página ya que lo único que se puede conseguir es que el usuario se pierda, se desoriente y rehúse seguir avanzando en la página para conseguir la información.

- El último punto esencial es buscar siempre la interacción con propuestas interesantes y diseños atractivos.

Evidentemente hemos señalado piezas básicas que hay que tener en cuenta para conseguir el mayor rendimiento de una página, que ésta sea efectiva; y ello solo se consigue con la participación del usuario, el cual no debe tener un mero papel de explorador de información, sino que él mismo debe ser copartícipe en su creación.

Por otra parte, no podemos olvidar uno de los mayores problemas para la penetración generalizada de Internet. El nivel cultural y la capacidad de receptividad de diferentes sectores poblacionales. Aunque sí es cierto que la diferenciación de las capas sociales está dejando de ser un obstáculo en la aplicación de las nuevas tecnologías; los inmigrantes en España procedentes de países en desarrollo, en especial Latinoamérica, están constituyendo uno de los grupos que más utilizan la Red para comunicarse.

El problema no reside en situaciones generalizadas de bajo nivel social o educativo, sino en otras aptitudes intrínsecas de los individuos. Manuel Castells (2005:101) lo define como *la capacidad de aprender a aprender, la capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende, esa capacidad es socialmente desigual y está ligada al origen social, al origen familiar, al nivel cultural, al nivel de educación. Es ahí donde está, empíricamente hablando, la divisoria digital en estos momentos.*

Sobre estos perfiles, Sádaba (2010) realiza un estudio del usuario español en Internet y concreta dónde se sitúa la brecha digital: *en las personas mayores de 65 años y aquellos ciudadanos de clase social baja, que no están representados proporcionalmente en el perfil de usuarios de la Red. Y recomienda que los esfuerzos de las administraciones públicas por asegurar la inclusión digital deberían ir dirigidos especialmente a estos grupos para asegurar que la Red no se convierta en un elemento más de separación social, cultural y económica.* Igualmente elabora una clasificación en el ámbito de las administraciones autonómicas en la cual Madrid y Cataluña son las comunidades donde se concentran el mayor número de usuarios; mientras que en Extremadura, Galicia y la ciudad autónoma de Ceuta, la mayoría de los ciudadanos no accede Internet.

Esta heterogeneidad del usuario es difícilmente salvable en su totalidad. Sin embargo, los creadores de las web, y más si se trata de administraciones públicas, pondrán todo su empeño para, no solo llegar a la mayor cantidad de usuarios, sino que éstos interactúen, se sientan implicados y sean parte activa en el mantenimiento y actualización constante de la página.

2.5. Usuarios de páginas web de administraciones públicas locales

Hasta la aparición de Internet el ciudadano era considerado por las administraciones públicas –independientemente de su nivel territorial- como un sujeto al que se le ofrecía una información que podría redundar en servicios públicos o en nuevas normas legislativas y de convivencia. En este sentido, afirma Aranes Usandizaga (1996) que *la Administración Pública y el Gobierno participan decisivamente en la construcción de la realidad. Y se encuentran en un estado de crisis o, por lo menos, de transición. Parten aún de una lógica a menudo instrumental y autista: al ciudadano se le cosifica, como cliente del partido o administrado del aparato burocrático.*

Diez años después, autores como Doval (2006:161) sostienen que el usuario no ha sacado todo el provecho que la Red le puede aportar a la interactividad *se sigue planteando en este medio un tipo de comunicación de uno hacia muchos, en vez de caer en la cuenta de que la comunicación ha pasado a ser interactiva y que no hay un emisor que se dirige a varios receptores, sino una interrelación entre todos los agentes de la comunicación que son simultáneamente receptores y emisores de información.*

En este punto es precisamente donde se produce la diferencia entre usuario de Internet y receptor pasivo que solo atiende y calla. Este último, con ese enfoque, no debería existir en el objeto de estudio que nos concierne: las páginas web de administraciones públicas locales. Es precisamente esta cuestión en la que vamos a incidir: en el análisis de la oferta que proponen los Ayuntamientos para interrelacionarse con sus ciudadanos.

No obstante, antes de llegar hasta este extremo, hay que tener en cuenta diversas cuestiones. Una de las más relevantes es que la recepción de Internet por los usuarios sigue siendo muy gradual, podríamos decir que excesivamente gradual con respecto a otros países desarrollados.

Los primeros españoles que accedieron a Internet poseían en su mayoría un nivel educativo superior. A ello contribuía la apuesta que hicieron un gran número de universidades del país que facilitaban el acceso gratuito a toda su comunidad.

Pero existía otro escollo. A pesar del nivel universitario de los usuarios, este país se ha caracterizado, y sigue en la misma línea, por registrar un escaso número de individuos que conocen, como segundo idioma, el inglés, y precisamente era prácticamente la lengua oficial de Internet en los primeros años de su implantación en España porque las páginas escritas en castellano eran muy escasas.

El acceso a Internet ha ido aumentando entre la población española pero muy lentamente, hecho que se comprueba con los datos aportados por la profesora Doval (2006:171) *a mediados del 2005, casi 13 millones de personas mayores de 14 años dicen acceder a Internet en España, aunque solo 7.5 millones dicen haber accedido el día anterior. Esto podría sugerir que hay un 20 por ciento de la población de esa edad que accede habitualmente a Internet, una cifra todavía muy baja si la comparamos con nuestro entorno.*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Bien es cierto que en los años transcurridos, las cifras han ascendido ostensiblemente debido, entre otros factores, a la apuesta realizada por los organismos y las administraciones públicas de los distintos niveles territoriales (desde la europea a la local) para que, cada vez, un mayor número de personas accedan a la Red, incluidos los sectores considerados desde la implantación de Internet como los más desfavorecidos (situados al otro lado de la denominada ‘brecha digital’), aunque no siempre se han logrado los resultados previstos.

Durante el estudio que estamos proponiendo observaremos las políticas emprendidas por una amplia muestra de los Ayuntamientos españoles para integrar a todos los ciudadanos en el ‘mundo virtual’, independientemente de su nivel y circunstancia económica, educativa y/o social.

Como punto preliminar, sería razonable que los Ayuntamientos democráticos partieran de un principio básico: la importancia que tiene el ciudadano como miembro activo de una comunidad y, en consecuencia, de la institución, entendida en este caso como el municipio en su sentido político y social.

Toni Puig (2003:23) compara la institución con un producto, y asegura, en referencia a los residentes de una determinada localidad, que *hasta que comprendan que la ciudad, la vida ciudadana pública e íntima que desean grandemente está en lo que el municipio propone en su marca. Y la sitúa entre las más importantes de su vida.*

Pero para conseguir esta familiarización e identificación del organismo institucional hacia esa ‘marca’ se necesitan una serie de requisitos que podrían plantearse los proponentes de la comunicación, en este caso, los responsables políticos y administrativos.

Estos requisitos serán analizados en el transcurso de esta tesis; no obstante, podemos adelantar algunos:

- La necesidad de que los responsables sean conscientes de que deben dirigirse a todos los sectores de la población, sin distinción alguna. Para ello, podrán facilitar los suficientes recursos con el fin de que no se genere uno o varios grupos marginales que, por diferentes y múltiples circunstancias, queden relegados al ‘ostracismo’ informativo y comunicacional.
- Atención permanente y constantemente actualizada de las necesidades de los ciudadanos que desean mejorar siempre su calidad de vida. Esta atención necesita de una recepción de los problemas y de las demandas que deben ser cubiertas y, para ello, se requiere que el Ayuntamiento y, por extensión, los responsables institucionales, inspiren confianza a la ciudadanía.

Ambos aspectos hasta ahora citados (la universalidad para ofrecer comunicación y la confianza que deben inspirar las instituciones) entrañan un continuo devenir, un constante movimiento que traerá como consecuencia el desarrollo de la ciudad al gusto y en función de las necesidades de los ciudadanos. Para conseguir precisamente este avance, este desarrollo, hay que contar con una herramienta que, aunque no es la única,

sí resulta esencial: la permanente comunicación institución-ciudadanos a través de la Red y más concretamente, a través de una página web oficial bien construida, con múltiples opciones que, sobre todo, provoque la participación de la sociedad implicada en el desarrollo de su ciudad, y la colaboración del individuo para que se pueda sentir realmente identificado con su municipio y con su Ayuntamiento a través de un instrumento tan accesible como es una página de Internet.

En esa construcción hay que tener en cuenta en todo momento al usuario quien, en una página institucional, tiene un perfil muy heterogéneo. Una web puede estar bien diseñada pero no transmitir. En este sentido, Ortega Santamaría (2004) afirma *nuestros sitios web se cubren de anotaciones, observaciones previas, que indican al usuario cuál es la mejor forma de visualizar nuestro trabajo sin encontrar ningún problema. De esta forma, esperamos que sea capaz de ver exactamente lo que nosotros esperamos que vea. Pero la realidad a veces es otra.*

Además de esta heterogeneidad, hay que tener en cuenta la desidia general que caracteriza al ciudadano cuando se habla de política, lo que puede perjudicar su implicación activa. Pastor Seller (2006:47) ya señalaba que *el declive del interés público y el sentimiento de laxitud con respecto a la política; la dificultad de implicar más al público mediante las formas directas o populares de consulta y participación; las debilidades de las instituciones de la democracia representativa local que hacen el sistema menos eficaz, transparente y responsable.*

2.6. Diseño y accesibilidad en las páginas web

Debemos seguir manteniendo como base fundamental que la interactividad debe ser potencialmente adaptada a todos los sectores de la población, independientemente de su condición social, cultural o educativa. Para ello, necesitamos tener en cuenta dos aspectos que favorezcan esta interacción generalizada: el diseño y la accesibilidad, entendiendo por ésta última la aplicación de medidas que favorezcan la integración de todos los colectivos, especialmente el sector de discapacitados.

Por esta razón, debe ser preciso apuntar algunos conceptos que tienen que ver con ambos aspectos (diseño digital y accesibilidad) y su aplicación en las páginas de los Ayuntamientos.

Es deseable que el usuario sea protagonista y el elemento inspirador tanto en el diseño como en la accesibilidad. Se trata de uno de los asuntos que se entronca muy directamente con la interactividad que trataremos más profundamente en nuestro siguiente capítulo. Sin embargo, las capacidades y limitaciones del usuario son causas básicas de cómo tiene que ser el diseño de una página y que ésta, a su vez, permita el acceso a cualquier internauta, independientemente de su perfil; por ello consideramos idónea y adecuada su inclusión en esta parte de la tesis en la cual estamos profundizando en la figura del usuario.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

2.6.1. NOCIONES DE DISEÑO PARA LAS PÁGINAS WEB DE LOS AYUNTAMIENTOS

A la hora de elaborar una página en Internet de una institución pública como es, en nuestro caso, de un Ayuntamiento, hay que tener en cuenta un dato fundamental ya reseñado: la página será un servicio público y que, además, englobará a una gran variedad de sectores de población.

La situación se torna compleja si se tiene en cuenta que esta multiplicidad poblacional no tiene, en absoluto, la misma capacidad para orientarse dentro de la Web.

Precisamente, Hassan Montero y Martín Fernández (2004) centran su estudio de diseño en el conocimiento del propio usuario con el fin de facilitar su acceso a la web: *El proceso de diseño debe estar centrado en el usuario, en «todos» los usuarios. Cuanto más se conozca al usuario, más adaptado podrá estar el diseño a sus necesidades y características, y por lo tanto, más usable y accesible resultará.*

El diseño de una página requiere, en general, una organización previa que debe tener como base principal las necesidades del usuario. Años antes a los autores anteriormente mencionados, Linch y Norton (1999:325) aseguraron que es prioritario *preguntarse qué es lo que quiere el público para centrar el diseño alrededor de esa condición [...] hay que ponerse en la piel del público potencial y colocar las cosas y servicios que piden en un lugar destacado de la página principal.* Sobre esta misma cuestión, Cerbino y Richero (2006:11) aseguran que *la política pública es el contexto, el proceso y los resultados de actividades de gobierno o patrocinado por los gobiernos que afectan, directa o indirectamente, la manera en que Internet opera, evoluciona y es utilizada por los usuarios.*

En el plano más práctico, López del Ramo (2010:82) señala que *las relaciones entre arquitectura y navegación son estrechísimas [...]. No obstante, y a pesar de su estrecha imbricación, los rasgos estructurales de la web pueden ser analizados por separado de la navegación, de la cual son condicionantes, La estructura ‘explica’ en gran medida la navegación; aquélla antecede a éste, pero no a la inversa.*

Precisamente estos aspectos, arquitectura, diseño y navegación, deberían tenerse en cuenta a la hora de crear una página web institucional local cuya función básica será convertirse en un ‘ayuntamiento virtual’, de tal manera que todo aquello que el ciudadano necesite de la administración pueda gestionarlo sin necesidad de acudir físicamente al consistorio o verse en la obligación de ponerse en contacto con él por otra vía.

Cuanto más servicios estén presentes en la página web, mayor efectividad tendrá, y para ello hay que preparar hasta el más mínimo detalle organizándolo de tal modo que, con un número mínimo de ‘clickeos’, el usuario tenga la información que demanda, requiere y busca.

En el caso de una institución hay que priorizar, más que un diseño atractivo, la funcionalidad, no se está anunciando un producto, sino que se está prestando un servicio al ciudadano. Como asegura Dursteler (2003:23) *el diseño gráfico no es solo una*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

cuestión de estética. Puede suponer la diferencia entre comunicarse efectivamente o no. En algunos casos se cae en una línea atractiva sin tener en cuenta que los requerimientos del usuario pasan por un mayor volumen de información pero explicado y estructurado de forma sencilla, sin que la concentración de datos presuponga una desorientación y, en consecuencia, la deserción del visitante de la página.

En el estudio elaborado por los dos autores ya aludidos, Lynch y Norton (1999:313), se obtiene como una de sus conclusiones preliminares que *muchas empresas y organizaciones caen en el error de usar sus webs principalmente para describir su organización administrativa y solo, de forma secundaria, ofrecen los servicios, los productos y la información que busca el usuario medio.*

La funcionalidad de una página es también tratada por Javier Royo (2004:149). Afirma que *el diseño digital se apunta al criterio económico de 'menos es más'. Menos peso informacional es más eficacia comunicativa. Aunque esta característica parezca hablarnos de la especialidad en el ciberespacio, tiene que ver más con el tiempo ya que, a mayor comprensión de la información en Internet, mayor velocidad.*

Royo entra en otro aspecto que hay que tener en cuenta: la velocidad. Es fundamental que el diseño de una página web sea tal que no retrase demasiado su apertura. Echeverría (1999:45) ya aseguró en su día que *los procesos en Internet han multiplicado su velocidad en relación con los del espacio. Todo es más rápido cada vez, para ser más poderoso y efectivo. Cuanto más rápidamente conseguimos transmitir la información, mayor valor económico se produce.*

Por último pero no menos importante, hay que tener en cuenta el eje de este estudio que consideramos fundamental para la efectividad de un servicio público de estas características: la participación del ciudadano. Es, en definitiva, crear una página que tenga como rasgo básico la usabilidad, entendida ésta con las acepciones que marca la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), a través de la página <http://www.usability.serco.com> (consultada en noviembre del 2009), a saber:

1. La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, utilizado y ser atractivo para el usuario en condiciones específicas de uso.
2. La usabilidad es la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos en un contexto de uso específico.

Una vez analizados estos aspectos, se pueden ofrecer algunas nociones básicas que debemos tener en cuenta en el análisis del diseño de una página web institucional.

- Como paso previo a la construcción de un 'ayuntamiento virtual', es preciso conocer al detalle las características de todos los sectores de población, analizando cuáles son los potenciales usuarios y tomando como referencia una unidad común, el municipio, pero con toda la diversidad que éste conlleva.

- Extendiendo la labor habitual de un Ayuntamiento a la Red, sería deseable, también en el ámbito virtual, priorizar el 'factor servicio' en detrimento del 'factor estético'. Ello no quiere decir que la página sea lineal, en el sentido de incorporar simplemente datos; también se pueden plasmar los rasgos que marcan la identidad

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

propia del municipio y que le diferencian del resto. Para ello, el constructor de la página se podrá valer de iconos y/o imágenes que ofrezcan un ‘marchamo’ especial y lograr así un fin que consideramos como básico: la participación activa del vecino en la gestión y administración de una localidad, en concreto, a través de Internet.

- Enlazamos este punto con el anterior. Se verá si el diseño incita al usuario, no solo a hacer un recorrido del contenido, sino también a obtener provecho de él con enlaces que favorezcan su implicación y que puedan potenciar, en consecuencia, una relación y un contacto ‘cuasi directo’ con los gestores municipales a través de enlaces que, de un modo sencillo, utilice el internauta para cubrir y satisfacer sus intereses, requerimientos y demandas.

- La simplicidad, *que no la simpleza o la simplificación*, como matiza Dursteler (2003:28), es fundamental para poder llevar a cabo una página web institucional que, entroncando con el primer punto que hemos señalado, pueda ser visitada sin reparo por todos los sectores poblacionales, independientemente de su condición social, cultural o educativa. Sería deseable suprimir enlaces banales e insustanciales que lo único que provocan es, cuanto menos, mayor número de ‘clickeos’ del usuario. Estudiosos del tema, como el ya mencionado Dursteler, llegan a la conclusión de que la economía es una nota a tener siempre presente en el diseño de cualquier página. Consideramos, a priori, que esta máxima es básica en una web institucional de servicio público, la cual debe llegar a una cantidad ingente y, sobre todo, muy heterogénea, de usuarios. Al hilo de esta cuestión, Ruiz, Barzallo y Chiliza (2009), señalan como atributos principales de la usabilidad *la Operabilidad (facilidad de operación), el Control de Usuario (el usuario bajo control del sistema) y el Diseño de Interfaz (color, texto, iconos, etc.)*.

En definitiva, se trata de construir una página atractiva y sencilla para el usuario. Todo ello repercutirá en el logro de objetivos que se pretende conseguir de un ‘ayuntamiento virtual’. Objetivos que caracterizarán la efectividad de la página y, que ya en su día, Mullet y Sano (1995:174) resumen en una serie de ventajas que, de lo contrario, en un diseño complicado no se darían nunca. Estas ventajas aludidas por ambos autores son:

- a) *Proximidad*. Los diseños sencillos son más fáciles de entender y favorecen el uso inmediato y la exploración exhaustiva de los recursos del diseño.
- b) *Reconocibilidad*. Son más fácilmente reconocibles y asimilables ya que presentan menos información visual superflua.
- c) *Inmediatez*. Los diseños sencillos tienen un impacto mayor precisamente porque su facilidad de comprensión los hacen inmediatamente reconocibles con un esfuerzo consciente mínimo.
- d) *Usabilidad*. Por todo lo anterior, suelen ser también los más fáciles de usar.

Es, en resumen y como anotación previa, marcarse como ejes básicos en el diseño de una página institucional local, por un lado, la diversidad de los usuarios y, por otro, la capacidad de llegar a todos ellos a través de un modelo comprensible, efectivo, simple y rápido, teniendo en cuenta siempre las demandas de los potenciales visitantes.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

2.6.2. NOCIONES DE ACCESIBILIDAD PARA LAS PÁGINAS WEB DE LOS AYUNTAMIENTOS

Insistimos en que sería deseable que las páginas web de cualquier institución pública estén abiertas a cualquier sector de la población, independientemente de su capacidad intelectual o su estatus social, educacional o cultural.

Por ello, el diseño es una parte fundamental para que todos los usuarios, sin distinción, puedan acceder fácilmente a la página de Internet que se les propone. No obstante, la sencillez, comodidad y usabilidad que puede entrañar el diseño no consideramos que son, en absoluto, suficientes para llegar a todos los sectores de la población. Las nuevas tecnologías marcan un salto importante en la comunicación pero también han abierto más la denominada ‘brecha digital’, término que ya se empezó a utilizar en los años noventa para describir la situación y el límite que se marca entre aquellos sectores que tienen ordenador y los que no lo tienen.

Pero en este aspecto, en la disponibilidad, no se centra solo la brecha digital. Como asegura Jupp (2001:209), *el verdadero reto no es la exclusión de la información, sino la exclusión por la información*, aludiendo así a que la ingente cantidad de datos que ofrece Internet puede llegar a ser contraproducente si no se tiene capacidad para discernir lo que interesa y saber obtener y explotar adecuadamente las herramientas que ofrece Internet.

Consecuentemente y como paso previo a la elaboración de una página, es preciso que la administración local tenga en cuenta a los grupos poblacionales que residen o que, por extensión, son también potenciales usuarios del ‘ayuntamiento virtual’.

Uno de los colectivos más numerosos es el procedente de la inmigración. No en vano, Borja y Castells (1997:35) afirmaban que *la expresión concentrada de la diversidad cultural, de las tensiones consiguientes y de la riqueza de posibilidades que también encierra la diversidad se da preferentemente en las ciudades, receptáculo y crisol de culturas que se combinan en la construcción de un proyecto ciudadano común*. En un estudio posterior que, aunque está centrado en Venezuela, puede ser extrapolable a la consolidación de cualquier Estado democrático, Leal González y Gutiérrez García (2009) aseguran que *la tendencia es establecer tipos de desarrollo más equitativos en términos económico-sociales y culturales, y que pongan en práctica sistemas jurídico-políticos que incluyan el reconocimiento y respeto a la diversidad étnica y a la multiculturalidad como parte esencial de su funcionamiento*.

En un proyecto ciudadano común, la administración como tal y como responsable de ofrecer servicio público, puede ser un ‘bastión’ para conseguir que la brecha digital disminuya entre los distintos sectores de población

De hecho, la Comisión Europea ya señaló, como uno de los seis puntos fundamentales para el desarrollo del modelo de sociedad de la información, que es preciso *suprimir las desventajas que afrontan los grupos sociales desfavorecidos y garantizar que aquellos que actualmente carecen de oportunidad en la sociedad tengan la posibilidad de*

dominar las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y, así, mejorar su posición relativa en lugar de marginarse más todavía⁶

En el caso que ahora nos ocupa, la población inmigrante, ya hemos señalado que en los últimos años es uno de los colectivos que, paulatinamente, se va abriendo un camino mayor en las nuevas tecnologías. La muestra está en el notable aumento de establecimientos que se abren para funcionar como locutorios telefónicos y que incluyen alquiler para el acceso a la Red en ordenadores disponibles en el local. Este hecho fue puesto de manifiesto por Rafael Acevedo, consultor internacional de la ONU, durante las jornadas sobre “Los inmigrantes en la sociedad de la información y el conocimiento” en las cuales se llegó a la conclusión de *la especial relevancia que puede llegar a tener para este colectivo la inclusión o la exclusión digital, pues mientras ésta supone tener limitado el acceso a la información y restringe sus posibilidades de comunicación, su acceso a las nuevas tecnologías les permiten mejoras de empleo, facilita el contacto con sus familias y con otros inmigrantes y contribuye a paliar el desarraigo.*

Otros grupos que se encuentran al otro lado de la brecha digital son los discapacitados. En este sentido, la legislación es muy clara y en la conocida LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico), cuya entrada en vigor data de octubre del 2002, contempla en su punto primero que *las Administraciones Públicas adoptarán las medidas necesarias para que la información disponible en sus respectivas páginas de Internet pueda ser accesible a personas con discapacidad y de edad avanzada de acuerdo con los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos antes del 31 de diciembre del 2005. Asimismo, podrán exigir que las páginas de Internet cuyo diseño y mantenimiento financien apliquen los criterios de accesibilidad antes mencionados.*

Pero ésta no es la única legislación vigente en estos términos, desde e-Europa se marca como una de las líneas básicas la resolución del Consejo del 6 de febrero del 2003 sobre accesibilidad electrónica, con la mejora a la entrada de las personas con discapacidad a la sociedad del conocimiento. Igualmente, en nuestro país, está también la Ley de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las personas con discapacidad que data de octubre del 2003.

Sin embargo, a día de hoy y a pesar de que ha pasado la fecha límite impuesta en la LSSI, no hay una generalización en las páginas web de los municipios españoles con el fin de aplicar estos criterios para el acceso a sus páginas por parte de las personas discapacitadas.

Sin adentrarnos en las normas de estandarización para páginas accesibles (puesto que nos introduciríamos en estudios técnicos que no están vinculados con el sentido comunicológico que tiene nuestro análisis) podemos tener en cuenta algunas de las

⁶ Resolución del Consejo y de los representantes de los gobiernos de los Estados miembros, reunidos en el seno del consejo, de 17 de diciembre de 1999, sobre el empleo y la dimensión social de la sociedad de la información. DOCE nº 8, 12.01.2001, pp. 1-9

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

normas recomendadas para accesibilidad y siguiendo las pautas que marcó, en las VII Jornadas del SIDAR, Concha Mayoral Palau, entonces secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Estas normas deben ser seguidas por programadores y diseñadores, los cuales tienen varias herramientas a su disposición para contenido Web con el propósito de que pueda acceder cualquier persona desde cualquier dispositivo. Existe un consorcio internacional, conocido como w3C, que se encarga de proponer una serie de recomendaciones de estandarización y accesibilidad para el contenido Web que nos aseguran unas páginas libres de problemas de acceso.

Dentro del área de estandarización, hay disponibles una serie de recomendaciones, siendo la más actual la que define la versión 1.1 del lenguaje conocido como XHTML. De igual forma existe una definición estándar de las hojas de estilo en cascada (conocidas por sus siglas en inglés CSS), que son utilizadas para dar formato y maquetar el contenido.

Sin embargo y a pesar de que la legislación vigente para cumplir estas normas estándar de acceso tienen ya varios años, como hemos podido comprobar, las páginas web de algunos Ayuntamientos no atienden aún las necesidades de este sector de la población, siendo aún Internet un obstáculo para los miembros de este colectivo y no un elemento beneficioso y sumamente aprovechable, o como asegura Fernando Ballester (2002:87) *superar la brecha digital, convirtiendo los riesgos en oportunidades, es una tarea a la que los gobiernos y la sociedad civil –empresas, instituciones y ciudadanos- debemos contribuir*. Ampliando la cuestión, Pimienta (2009) afirma que *mientras los componentes de las telecomunicaciones, del hardware y del software son requisitos previos y previsibles, los pilares verdaderos de las sociedades de la información centradas en el humano (sociedades de los saberes compartidos) son la educación, la ética y la participación, articuladas como un proceso sistémico*.

INTERACTIVIDAD E INTERNET

CAPÍTULO 3

3. INTERACTIVIDAD E INTERNET

3.1. Interactividad o interacción

El término interactividad empieza a cobrar fuerza en la década de los ochenta, con numerosos estudios en los que se analiza este término ya de forma particular, sin vincularlo a la interacción.

Esta diferenciación entre interacción e interactividad tiene, a su vez, otros antecedentes. Como paso previo, hay que tener en cuenta que la disimilitud que se puede dar entre ambos conceptos ha quedado relegada a un segundo plano como consecuencia del continuo uso (e incluso abuso) realizado en las últimas décadas, principalmente desde la implantación y la difusión mundial de las nuevas tecnologías. La francesa Françoise Holtz-Bonneau (1986:85) consideraba ya hace más de veinte años que ‘interactividad’ es *una palabra mítica y maltratada*; y otros analistas como Jensen (1998) y Schultz (2000) dejan ya constancia de la inherente complejidad para definirla.

En cuanto a las posibles diferencias que siempre se han querido marcar entre ‘Interacción’ e ‘Interactividad’, podemos comprobar que la vinculación de ambos conceptos es mayor que su separación semántica. El diccionario de la Lengua de la Real Academia Española, define la ‘interactividad’ como *calidad de interactivo*. Y si retomamos la búsqueda de este último término (interactivo) se describe como *que procede por interacción*, la cual, a su vez, es definida como *acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.*

No obstante, el concepto de ‘Interactivo’ tiene una segunda acepción referida a la informática y lo define como adjetivo que *Dicho de un programa: Que permite una interacción, a modo de diálogo, entre el ordenador y el usuario.*

Esta semejanza entre ambos conceptos que nos ocupan (interactividad e interacción) simplifica en gran medida las posibles diferencias que se puedan derivar de ellos en el plano de la informática. De hecho, autores como Estebanell (2000:92-97) consideran que la interactividad *debería ser una característica intrínseca de los materiales multimedia (accesibles, o no, a través de la Red) que incrementase, cualitativa y cuantitativamente, la capacidad de los usuarios de intervenir en el desarrollo de las posibilidades que ofrecen los programas, de manera que se pudiesen mejorar sus posibilidades de trabajo y de aprendizaje*. Una cuestión que tiene que ver, en gran medida, con la interacción en su sentido más amplio.

Anteriormente, el término de interactividad es aplicado por algunos expertos como Coomans (1995) en su ámbito más técnico, y asegura que *la interactividad implica una ergonomía que garantiza una gran accesibilidad, el uso de una interface agradable que da paso a numerosas funciones disponibles, sin esquemas preestablecidos, y un tiempo de respuesta corto.*

Laura Solanilla (2002) hace también una distinción entre interactividad e interacción: *En el primer caso nos referiríamos a una actividad de diálogo entre una persona y una*

máquina por medio de un dispositivo técnico. En el segundo, el concepto se referiría a la acción recíproca que se puede establecer entre un emisor y un receptor y que puede desembocar en un intercambio de papeles. Si aceptamos este criterio, podemos establecer una división cualitativa de los recursos en función de si el usuario actúa hacia una máquina siguiendo una pauta preprogramada o interactúa realmente con otras personas, tanto si son las responsables/emisoras del web como otros usuarios.

En definitiva, numerosos autores son los que han analizado esta disyuntiva y los casos mencionados son algunos ejemplos que constatan esta polémica y que pueden ser similares a otros que no exponemos porque, como vamos a comprobar, no será un aspecto relevante para obtener conclusiones en nuestra investigación. Lo que a nosotros nos interesa para este estudio y tras observar detalladamente las múltiples definiciones, es plantear ambos conceptos como sinónimos; aunque, si así se requiere, realizaremos las oportunas divergencias para evitar, del modo más tajante, la ambigüedad en el análisis.

Consideramos ambos términos prácticamente idénticos porque el eje básico de nuestro estudio es la capacidad social de los individuos que tienen, o potencialmente aspiran, para mantener una relación comunicacional, una interactividad o interacción con sus representantes institucionales o políticos, de tal modo que lleguen a la convicción (o, al menos, a la intuición) de que no son dirigidos unilateralmente por los responsables políticos, sino que éstos son, de algún modo, dirigidos por los intereses de los ciudadanos y por lo que éstos exigen constante y permanentemente. Que la ciudadanía, en definitiva, sea la principal impulsora del desarrollo local y municipal.

3.2. El concepto de interactividad

Una de las principales marcas que caracterizan a Internet es precisamente la interactividad. Un factor que brillaba por su escasez (cuando no por su ausencia) en los medios de comunicación de masas tradicionales. La entrada masiva de las nuevas tecnologías como parte intrínseca de la actividad que desarrolla una gran parte de la población mundial y, por extensión, la ya popularización de Internet, principalmente en los países desarrollados, ha generado que el concepto de interactividad se extienda más allá de una comunicación personal, física y muy concreta.

Internet se ha convertido en una vía de información de masas que precisamente se diferencia de los medios tradicionales en ese constante flujo de comunicación por medio del cual, el modelo clásico de emisor que envía un mensaje a uno o varios receptores a través de un canal, ha sido desfigurado. La interactividad en la Red ha llegado hasta tal punto que ambos, emisor y receptor, son irreconocibles e imposibles de identificar.

Precisamente la irrupción de las nuevas tecnologías ha modificado radicalmente el concepto de interactividad de tal manera que en los últimos 30 años han sido numerosos y grandes autores los que han intentado buscar la definición más precisa y acertada de este concepto.

No obstante y como ya hemos comentado en el anterior punto, la diversidad que existen en las definiciones, si se podían o no considerar sinónimos los conceptos de interacción e interactividad.

Independientemente de las controversias terminológicas. Nos encontramos ante un matiz para nuestro estudio que nos facilitará el análisis con el propósito de comprobar si se cumplen los objetivos que, a nuestro juicio, deben alcanzar las páginas web institucionales que son objeto de la presente tesis.

En el trabajo de Laura Solanilla (2002), existe un punto que nos permitirá iniciar el estudio y comprobación en torno al grado con el que los políticos y administradores de instituciones locales apuestan para conseguir una fluida relación con los vecinos de su municipio a través de Internet. En otras palabras, si el usuario se limita a actuar ante una página ya programada estrictamente cerrada, o si, por el contrario, se relaciona con otros (en nuestro caso, responsables del Ayuntamiento), lo que se refleja en la cita: *Si realmente actúa con otras personas*. Una relación que, efectivamente, se hace a través de la Red, pero con una página institucional fluida, para que el usuario no se quede en el mero “clickeo”.

Por otra parte, autores como Rost (2006:16) hacen, incluso, una distinción y realizan una clasificación de la interactividad que dividen entre selectiva y comunicativa. Rost sostiene que la interactividad selectiva *alude a la relación que establece el lector con los contenidos del medio o con el sistema informático. Consiste en que el lector pregunta y el sistema le responde automáticamente. El lector es básicamente un receptor al que se le presenta una diversidad de opciones predeterminadas para seleccionar*.

Por otro lado, asegura que la interactividad comunicativa *implica relaciones más complejas debido a que aquí todos los actores son personas que entran en contacto en contextos diversos. El lector es aquí no solo un receptor, sino también un productor de contenidos. Con este tipo de actividad –añade Rost– el lector puede expresar una opinión y comunicarse con otras personas a través de foros, entrevistas on line, cartas de lectores, encuestas, chats, etc.*

Es posible que muchos analistas no vean unas diferencias tan profundas entre los binomios que proponen Solanilla (interactividad-interacción) y Rost (interactividad selectiva-interactividad comunicativa). Pero lo que a nosotros nos incumbe para el desarrollo de este trabajo, es comprobar los métodos que los Ayuntamientos utilizan para incitar a los usuarios a conectarse con la Red y, tomando la referencia del último autor citado, si son capaces de crear una interactividad comunicativa y qué medios desarrollan y proponen para ello.

Precisamente el propio Rost propone, aunque en otro contexto, diferentes procedimientos como son los foros on line, cartas de lectores, encuestas y chats; pero también plantea la interactividad selectiva.

Empezando por lo más rudimentario en cuanto a interactividad se refiere, la forma selectiva ya señalada se marca con el antecedente de los medios tradicionales y que, en

una progresión elevadamente geométrica, adquieren mayor consistencia con la aparición de los medios digitales, incluida la televisión, radio, y las formas que en las nuevas tecnologías adquieren los medios impresos.

En este caso, se produce, gracias al hipertexto, lo que Rost, como otros muchos, denomina “*multilinealidad*” en el sentido de un gran número de vías por las que el usuario puede discurrir para continuar su lectura en función de sus propios gustos, intereses y demandas.

No obstante, este tipo de interacción se queda extremadamente corto para nuestro objeto de estudio, ya que el propósito nuestro es encontrar las fórmulas existentes y futuribles con el fin de que la página institucional de los Ayuntamientos sirva al usuario para que se identifique con ella y se sienta partícipe, en la mayor medida posible, de la elaboración de sus contenidos.

Sin embargo, esta multilinealidad del hipertexto es una base para conseguir avanzar en el progreso de la interactividad pero, lamentablemente, comprobaremos si hay muchos Ayuntamientos en España que aún, a estas alturas de desarrollo de Internet, se encuentra estancados en esta fase de la interactividad selectiva. Comprobaremos los casos más flagrantes de esta paralización y analizaremos cuáles pueden ser las mejores fórmulas para su remozamiento.

Los conceptos y conclusiones aportados por Solanilla y Rost no son, en absoluto, los únicos que se han llevado a cabo en el ámbito científico e investigador, pero sí nos sirven precisamente como punto de arranque y marco de referencia para nuestra investigación sobre la interactividad que mantienen –o, al menos, sería deseable– los Ayuntamientos con los ciudadanos.

Trataremos este asunto a lo largo de este estudio, pero nos interesa más, y en ello nos centraremos en el grueso de este trabajo, en la interactividad comunicativa de la Red, que ha supuesto un hito en el mundo de las relaciones sociales ya que, hasta ahora, era prácticamente imposible una relación comunicacional entre varios miembros si ésta no se producía con la presencia física de todos los individuos participantes. Es lo que numerosos autores como Jesús de Diego (2004) denominan *información multidireccional*. Es precisamente este objetivo el que veremos si alcanzan los Ayuntamientos a través de sus páginas web. De este modo, aunque ellos sean los precursores y los que tomen la iniciativa para entablar relaciones directas con sus ciudadanos, veremos si éstos intervienen de forma paulatina, pero sin paralizaciones, en la construcción de este ‘municipio virtual’.

3.3. Precedentes. La Interactividad en medios tradicionales

Precisamente para lograr este fin, la interactividad que proporciona la Red es uno de sus rasgos más característicos. Pero debemos preguntarnos si el ciudadano realmente interactúa a través de las nuevas tecnologías. Ésta será una de las cuestiones claves que nos plantearemos. No obstante, en este análisis, podremos comprobar que, al menos, el

individuo sabe ya interactuar a través de los medios de comunicación, empezando, por supuesto, por los interpersonales y terminando con los de masas.

A propósito de ello, Vittadini (1995:153) aseguraba que, *a pesar de la posibilidad de verificar la presencia de distintas formas de interacción en la comunicación permitida por los media tradicionales, no es posible clasificarlos como interactivos puesto que la interactividad no corresponde a la posibilidad de la instauración de una interacción, sino que define determinadas modalidades comunicativas permitidas por los nuevos media*. Posteriormente, Orihuela (2002), también marca la ausencia de interactividad como característica de los medios tradicionales: *Frente al modo lineal o secuencial que ordena la estructura del discurso en los medios tradicionales, los soportes digitales permiten un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de la información en unidades discretas (nodos) y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces)*.

En el plano interpersonal y utilizando algunos medios, el teléfono, la radiotelefonía, telegrafía y, por supuesto, el servicio postal y la correspondencia constituyen los paradigmas claves para movernos en este tipo de interacción entre individuos pero de forma particular; lo que interesa es la interactividad a través de medios de masas entre los que incluimos, como ya hemos mencionado anteriormente, la Red en los ordenadores.

La primera manifestación de interacción en un medio de masas llegó de Estados Unidos y, como no podía ser menos, de dos grandes como Warner y American Express que lanzaron la primera televisión por cable interactivo, en el que incluían canales para distintas franjas de edad, incluidos los niños, pero también para los jóvenes, con emisiones de música donde, por primera vez en televisión, el público votaba para elegir su canción favorita. Esta experiencia data de 1981 y se trataba del servicio interactivo Qube, con sede en el estado norteamericano de Ohio.

No obstante, antes de esta iniciativa de la televisión por cable, nos encontramos con el teletexto, que comenzó a implantarse en la BBC británica en 1972; y en España llegó diez años después coincidiendo con la celebración de los Mundiales de Fútbol, pero no se consolidó hasta seis años después.

Lo que nos interesa de este punto son los problemas que la televisión interactiva tuvo (y está teniendo aún) para implantarse de una forma generalizada entre la población. Con este precedente, podremos comprobar a priori, si estos obstáculos son extensibles también en Internet. La televisión, en términos de interactividad, es el medio de comunicación que precedió a la Red, por ello es básico conocer cuáles son esas dificultades que están afrontando para conseguir su implantación y comprobar, de este modo, si también son extensibles para las nuevas tecnologías y, en particular en la World Wide Web.

Partimos de la base de la definición que realiza Javier Melenchón (2008) sobre la televisión interactiva: *Podría entenderse como la radiodifusión de un medio de transmisión de información de imagen y sonido que es capaz de recibir información de*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

cada usuario y tenerla en cuenta para modificar su propio contenido en tiempo real, es decir, mientras se realiza la emisión.

Nos encontramos aquí con un punto diferenciador: la sincronización entre elaboración de contenidos y su modificación por parte del usuario. Es una sintonía temporal que no tenemos en la Red. En este caso se proponen, primero, los contenidos, y luego es el usuario el que se encarga de modificar, añadir y/o ampliar.

No obstante, retomando nuestro supuesto, lo que nos interesa del estudio de Melenchón son precisamente las dificultades que debe afrontar la televisión interactiva ya que, asegura, su implantación ha cometido los errores propios de un advenimiento: *Inicialmente se trasladan directamente comportamientos de otros ámbitos, hasta que, poco a poco, se aprovecha realmente la potencialidad de tener conjuntamente audio, imagen e interactividad. Es una modalidad muy joven, que requiere una adecuación de sus contenidos de forma diferente.*

En este caso sí que podemos establecer una analogía entre la televisión y los ordenadores, ya que si inicialmente se trasladaron los modelos de interactividad que ya se desarrollaban en otras formas de comunicación, ahora hay que tener en cuenta las ventajas y bondades que aporta la Red, con múltiples formas de conexión y contacto entre receptores y emisores hasta ahora desconocidas.

La promoción de cualquier tipo de entidad, desde un grupo musical que empieza su andadura hasta las grandes multinacionales, pasando por pequeñas empresas que pueden ofertar y vender sus productos, son algunos de los innumerables ejemplos que nos encontramos ahora con las nuevas tecnologías. Bien es cierto que estos casos y otros muchos que se pueden enumerar ya han sido tratados en los medios tradicionales, pero jamás se ha conseguido la efectividad, la difusión y la fuerza como la que se ha logrado a través de Internet.

De hecho, retomando uno de los casos aludidos, en el plano musical los intérpretes y grupos, principalmente los más modestos e independientes, están “uniéndose al enemigo” para conseguir su promoción, y una buena parte de ellos lo está consiguiendo. Hasta hace unos años, la práctica totalidad de implicados en este sector consideraban que Internet era un peligro para la industria discográfica e intelectual de los músicos. El delito de la piratería profundizó una herida en el mercado discográfico que ya de por sí, estaba demasiado abierta, lo que provocó que entidades relacionadas con este ámbito, fundamentalmente en nuestro país la Sociedad General de Autores Españoles, iniciaran una guerra abierta contra las descargas a través del ordenador.

Sin embargo, grupos sin recursos y sellos independientes hicieron de Internet su aliado y en los últimos años ya hay una concienciación más generalizada del uso que se puede dar a las nuevas tecnologías para atraer hacia sí a un público joven que no deja de ser el principal usuario y navegante de la Red. Grupos como Vetusta Morla o Russian Red se han situado entre el 2008 y el 2009 en la cima de la música pop española y no hay que olvidar que sus comienzos tuvieron lugar, en parte, a través de Internet.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Este breve paréntesis que hemos realizado nos sirve para hacerlo extensible a nuestro objeto de estudio y para plantear como una posibilidad real y eficaz las nuevas tecnologías que, lejos de ser un enemigo y un ataque directo a la gestión y desarrollo de las administraciones públicas, debe ser considerado como un aliado para un contacto cuasi directo con la población y una forma distinta de hacer política a la que hasta ahora se había planteado.

No hay que olvidar, por supuesto, a los medios de comunicación tradicionales: televisión, radio y prensa, que en un gran porcentaje de los casos, independientemente de sus dimensiones, tiene ya su espacio web, apostando fuerte por ellos y como una seria alternativa al soporte habitual, principalmente en los medios impresos, cuya bajada de ventas es notable.

Alejandro Rost (2004), por ejemplo, no hace distinción entre medios interactivos y no interactivos. En realidad, según él, se produce una evolución en los distintos medios hacia formas más complejas de interactividad potenciada por las nuevas tecnologías, ya que hasta la aparición de éstas, sí que existía cierto nivel de interactividad en los medios tradicionales, aunque sea en sus versiones más simplistas, como las cartas al director, las llamadas telefónicas a programas televisivos o de radio, con uno de los fenómenos que causó más impacto y mayor popularidad en todo el mundo: las peticiones musicales de los oyentes.

Pero, efectivamente, las nuevas tecnologías han potenciado la interactividad hasta límites hasta entonces desconocidos. Es precisamente esa rica fuente la que pueden aprovechar las administraciones locales para otro elemento importante: la comunicación con los ciudadanos. De hecho, los boletines y medios impresos, incluso otros medios tradicionales como las radios y televisiones municipales, han quedado relegados, e incluso han desaparecido para dar paso a la información por Internet. No hay que tomar, ni mucho menos, la desaparición de este tipo de vías de transmisión de información, como un triunfo; pero sí se debe considerar como una adaptación a los nuevos tiempos y, principalmente a una reducción de gastos para las arcas municipales que, en la gran mayoría de los casos, suelen estar muy menguadas.

Partimos de la interactividad en el ámbito de la tecnología y de la informática como un método de consulta y que podemos considerar como el punto más básico que actualmente podemos encontrar en la propia interactividad de la Red. El usuario es el que demanda la información a través de las propias consultas que realiza en Internet. La cantidad de estas búsquedas, la demanda de información, es la que da origen a una política de oferta que pueden desarrollar los creadores de las páginas web.

Estamos ya ante un modelo que va más allá de la mera transmisión de datos por parte de un emisor activo y destinado a un receptor pasivo. Nos sitúa precisamente en el modelo de consulta que ya fue estudiado por Jensen en 1998, que consideraba que el consumidor es el que produce la información y es controlada por el medio. Este modelo de consulta es aplicado por el autor a todo tipo de medios de comunicación, tanto los tradicionales como los procedentes de las nuevas tecnologías. Por ello, nos interesa para nuestro objeto de estudio mantener esta definición con el fin de comprobar que este

grado, que consideramos básico en la interactividad de la web, se manifiesta en las páginas institucionales de los municipios españoles.

3.4. Fórmulas para la interactividad

A priori nos encontramos con diferentes métodos para conseguir esa multidireccionalidad y que cada vez es más frecuente en la Red y más utilizada por los internautas. Pero en nuestro caso, se plantean algunas cuestiones: si los Ayuntamientos recurren a estos métodos y fórmulas para conseguir la interactividad comunicativa; y, por otra parte, si son realmente efectivos para lograr la identificación del ciudadano.

Font y Blanco (2004:8) enumeran diversas razones por las que determinados responsables políticos deciden impulsar mecanismos de participación en la toma de decisiones públicas: *Razones estructurales: La estructura de cada población analizada; razones ideológicas o de perfil político: Rasgos de los partidos políticos o de las personas que los lideran; y razones estratégicas o instrumentales: Posibles motivaciones estratégicas de los impulsores de este tipo de mecanismos de participación*

La fluidez en la comunicación, tan deseable en las relaciones que planteamos, tiene, como ya hemos citado anteriormente, un precursor, que es el que toma la iniciativa y es el que propone la comunicación. Este papel es desempeñado, en el ámbito que tratamos, por el Ayuntamiento en diferentes situaciones y en distintos contextos (y todos sus ‘subcontextos’), tanto social como puramente administrativo.

Algunos de los métodos que existen para llevar a cabo esta comunicación institución-ciudadano no parecen a priori demasiado efectivos. Nos estamos refiriendo, por ejemplo, al chat. Pero sí que pueden ser unos interesantes y atractivos recursos para ‘enganchar’ a un determinado sector de la población que quiere comentar inmediatamente, *ipso facto*, todo aquello que le inquieta de su municipio con otros individuos que conozcan también de qué está hablando. Incluso puede ser una sutil forma de potenciar el tejido social de una localidad, sumamente importante para su desarrollo en un sistema abiertamente democrático.

Sanromá (1999:54) ya planteaba una serie de cuestiones que se deben tener en cuenta para lograr la efectividad en lo que él llama *Redes libres*, descritas como la comunicación por Internet entre administraciones o privados y usuarios. Estas Redes deben asumir una serie de compromisos que el autor enumera: *Compromiso de acceso, entendido como un servicio público para todos los ciudadanos; compromiso de servicio: Comparable a otros servicios proporcionados por entidades privadas; compromiso de democracia: Fomento de la libre participación de todos; compromiso de globalidad; y, por último, compromiso de futuro: Adaptación a los nuevos tiempos.*

Por esta razón, consideramos que en una página institucional no se deben descartar, al menos en un principio, ninguna de las fórmulas que podemos disponer para fomentar la participación ciudadana en la comunicación por Internet.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Por supuesto, el foro sería un método similar al chat para incentivar la implicación de los usuarios. Pero tanto uno como otro requieren, para su eficacia, una total valentía de los responsables municipales y que sean capaces de afrontar las críticas en un medio que se aproxima enormemente a un careo. Además, deben de tener en cuenta que incentiva a la participación y genera un mayor grado de confianza en las instituciones por parte del ciudadano y, a pesar de que haya grupos sociales que puedan estar situados ideológicamente en otro polo, éstos sabrán apreciar la transparencia que les ofrece su propio Ayuntamiento a la hora de presentar sugerencias y propuestas que, de una u otra forma, están encaminadas al avance y el desarrollo en todos los ámbitos del municipio.

El foro, por otra parte, puede producir una comunicación más ordenada que el chat, en el cual se generan conversaciones con un cierto caos cuyo grado es mayor cuanto más numeroso sea el grupo de intervinientes. No obstante, en ambos casos estamos ante dos eficaces métodos para el conocimiento de ideas divergentes y el intercambio de opiniones que deben ser tenidas en cuenta por los administradores y políticos para que puedan comprobar si el municipio avanza en el punto de vista participativo.

Otra posibilidad la encontramos con el correo electrónico que, igual que los recursos anteriores, facilita al usuario la exposición de ideas pero con un grado mayor de libertad ya que, mientras que en el foro se trata de una cuestión propuesta previamente, en nuestro caso, por la institución municipal; los emails no giran en torno a un ámbito concreto, sino que es el usuario el que opina lo que quiere de lo que más le preocupa o interesa. No obstante, esta fórmula no admite un intercambio de opiniones tan eficaz, sino que se tratan valoraciones individuales que, por supuesto, podrán recibir disyuntivas de otros usuarios, pero no será de forma inmediata, como ocurre con el foro o el chat.

El correo electrónico tiene otra faceta para fomentar el derecho de libertad de opinión entre los ciudadanos. Además de la creación de un espacio único para todo aquello que, de modo generalizado, quiera expresar el usuario en torno al desarrollo de su municipio o la gestión del Ayuntamiento, los propios representantes municipales deben facilitar su dirección oficial de correo electrónico para que el emisor tenga un receptor concreto al que pueda consultarle o quejarse sobre una cuestión particular referida al área del que es responsable.

Hemos dejado en último término otra modalidad de comunicación cuya clasificación puede ser un tanto ambigua. Nos referimos a las encuestas que, según las propuestas que ofrezcan, podremos englobarla, bien en la interactividad selectiva, bien en la comunicativa.

Si estamos hablando de una encuesta con respuestas cerradas, nos referimos a una interacción selectiva en la cual el receptor se limita a “hacer un clic” para mandar su opinión o, al menos, la respuesta que más se acerca a ella. Si ésta es abierta y el usuario contesta con sus propias palabras a una pregunta en concreto, estamos ante una interactividad comunicativa, aunque sensiblemente más dirigida, e incluso más manipulada, que el foro, el chat o el correo electrónico.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

En nuestro anterior estudio ya citado sobre los municipios de la Comunidad de Madrid, pudimos observar que Ayuntamientos como el de Pinto, o el de la propia capital, ofrecen encuestas con respuestas cerradas cuyos resultados tampoco eran muy fiables por diversas razones.

En primer, lugar, porque es muy posible que desde la gestión informática municipal no se haya prestado atención para que, al menos, pueda controlarse que solo puede emitirse un único voto desde cada ordenador. Pero esto lleva a otro problema, que no hay posibilidad de corrección y puede ser muy fácil desviar ligera e involuntariamente el ratón para dar una respuesta totalmente contraria a nuestra opinión.

Además, esta situación nos lleva, por otra parte, a que en un ordenador doméstico se presupone una opinión familiar porque, para una cuestión que muy posiblemente carezca de toda trascendencia, los miembros de un hogar no se van a tomar la molestia de recurrir a otros ordenadores para participar en esta encuesta.

Por último y como consecuencia de lo anterior, las conclusiones en las encuestas de respuesta cerrada (tanto las clásicas como las digitales que nos ocupan ahora) tienen una fiabilidad muy discutible ya que, en muchos casos, las alternativas que se ofrecen no coinciden en absoluto con la propia valoración concreta y particular de cada usuario.

Sin embargo, en muchas ocasiones, este tipo de tanteos de opinión que se realizan, principalmente desde las administraciones públicas, se les da mayor importancia de la que pueda tener, principalmente si la respuesta que se obtiene es favorable a la tendencia política y gestora del Ayuntamiento. Se la sobreestima más de lo que debiera, principalmente si se pone en tela de juicio aspectos y cuestiones que son fundamentales y trascendentales para el desarrollo del municipio.

No obstante y a pesar de todos estos contrapuntos, las encuestas no dejan de ser una forma de invitar a la participación, por lo que debemos incluirla como un recurso más que debe ser propuesto y planteado por la institución pública local para implicar al ciudadano en la gestión municipal. Como el resto de las modalidades, comprobaremos si realmente se utiliza, si estas encuestas son actualizadas y, sobre todo y más importante, si van acompañadas de otras alternativas para potenciar la interactividad con el ciudadano.

3.5. Internet como espacio de comunicación

Los centenares de millones de correos electrónicos que se emiten a diario desde todos los rincones del mundo, las permanentes consultas a las páginas web y sus múltiples usos, han convertido a Internet, sin duda alguna, en un vía para la comunicación de masas. Sin embargo, no puede englobarse en el mismo grupo que otros espacios comunicacionales en los que la unilateralidad comunicacional es su rasgo más relevante.

Las diferencias son notables y evidentes. Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, la sociedad de comunicación disponía de multitud de vías de comunicación transmisoras

de ideas y mensajes que, hasta la actualidad, contribuyen a modelar comportamientos sociales e incluso hábitos colectivos e individuales.

No obstante, estamos ante una diferencia notable entre lo que conocíamos desde hacía décadas y lo que hemos descubierto en pocos años sobre cómo puede llegar a ser un nuevo modo de informar. Comprobamos dos matices que ya nos marcan un antes y un después en el mundo de la comunicación. Internet, al contrario que hacían sus antepasados ya no se limita a *emitir contenidos informativos*, es decir, ya no solo hay uno o unos pocos los que hablan. La emisión se confunde con la recepción, ambas son recíprocas, como ocurre en cualquier tipo de diálogo interpersonal: para la supervivencia de uno debe existir el otro, pero con Internet no se les puede identificar ni asignar un papel identificativo y excluyente.

En referencia a ello, diversos autores, como Ballesta Pagán (2001), atribuyen a los medios la capacidad de *homogeneizar*; y otros investigadores extienden esta capacidad a la Red, la cual puede llegar a unificar criterios en toda una sociedad ya de por sí manipulada y globalizada, entendido este último aspecto en el sentido que aporta Sánchez Bravo (2001:12) de *una mutua implicación económica en el seno de sociedades interconectadas a escala planetaria*. Sin embargo, hay que destacar que esta nueva forma de comunicación ha superado unas fronteras a las que ni tan siquiera se han aproximado el resto de los medios que han imperado en la sociedad durante los últimos siglos.

La posibilidad que ofrece Internet de recibir mensajes, pero también de ser creados por el propio receptor, extralimita la unilateralidad que tienen los otros medios (prensa, radio, televisión). Esta creación, esta invención de contenidos por parte del propio usuario trae, como consecuencia inexcusable, la diversidad de opiniones que, evidentemente, pueden llegar a ser influenciadas por criterios que se emiten desde la Red, pero no alcanzan, ni mucho menos, el punto de manipulación que se achacaba a otros medios por el simple hecho de que el receptor ya no tiene por qué quedarse inactivo (con la carga de impotencia comunicacional que ello conlleva) ante la información que está recibiendo.

De este modo, podemos considerar que Internet es un amplio espacio de comunicación, pero únicamente desde el punto de vista cuantitativo, tomando como enfoque el gran volumen de individuos que ya utilizan las nuevas tecnologías para comunicarse. Es decir, llega a amplios sectores de la población que actualmente están agrupados en uno de los flancos de la llamada 'brecha digital'. Ése es el único rasgo común que les caracteriza y, en ese sentido, nos encontramos con una masa de personas de grandes dimensiones, pero que sus ideas, comportamientos e incluso, normas de hábito social no están, en absoluto, homogeneizadas. Utilizando el término orteguiano: Internet es una forma de comunicación de masas, pero no de masas gregarias.

La capacidad para crear contenidos, emitir información, difundir ideas en un medio empleado por millones de personas y también consultar contenidos y escuchar otras voces es la auténtica interactividad a la que, al menos en teoría, se ha aspirado desde que los medios de comunicación empezaron a ser parte intrínseca de la sociedad.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Esta interactividad en la Red es comparada acertadamente por Orihuela (2001) con el teléfono: *De este modo se proyecta a escala pública el paradigma de la comunicación telefónica, situación en la cual los interlocutores intercambian permanentemente sus roles de emisor y receptor gracias a la utilización del mismo canal.*

La tarea de comunicador, por tanto, no está limitada a unos pocos, como ocurría antes. Hasta la llegada de Internet solo tenían capacidad para difundir información los profesionales de la comunicación, pero también grupos de élite y de presión, además de entes con cierto grado de organización y estructuración. Ahora, cualquiera que esté en el 'lado positivo' de la ya conocida brecha digital puede exponer sus argumentos para que sean conocidos por todos, sin límites geográficos y, ni tan siquiera, temporales.

No obstante, la potencialidad de que todos comuniquen no se ha llevado aún a la práctica de forma generalizada. A pesar del acelerado crecimiento y difusión de la Red, aún existen individuos en la sociedad que, por diversas circunstancias (ajenas o propias), no disponen de esa aptitud para utilizar las nuevas tecnologías como medio de expresión. Es preciso, por tanto, llevarles de la mano hasta que comiencen a dar sus primeros pasos. Con un talante educador (nunca manipulador) es preciso que todos conozcan las posibilidades que aporta Internet, y esa tarea deben llevarla a cabo esos primeros grupos antes mencionados que hasta ahora tenían el monopolio de la comunicación, tal y como avanza Orihuela (2001): *Corresponde hoy a los comunicadores, con mayor urgencia que nunca, hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento, gestionar el conocimiento y responder de un modo más efectivo a un público que, a fuerza de ir a la deriva, naufragando en muchos casos, ha comprendido que podemos ayudarle a navegar. A navegar en la información.*

En este sentido, Laura Interlandi (2001) se plantea cuál es la entidad institucional que debe otorgar los derechos de los ciudadanos en la Era Internet: *¿El Estado; el sector privado o el mercado; las organizaciones sociales o el ámbito internacional? Probablemente lo más interesante sería garantizarlo a partir del compromiso y organización de todas las instituciones y actores de la sociedad civil: el Estado, el mercado y las organizaciones sociales, teniendo en cuenta que es la sociedad en su totalidad la que se beneficia del uso social de Internet. Ahora bien, dejando la ingenuidad de lado, me pregunto si es posible compatibilizar los diferentes intereses políticos y económicos para financiar el acceso libre a la información del y para el conjunto de los ciudadanos (no mediada, ni monopólica).*

No obstante, esta es una discusión paralela que debe tener, como punto de salida, lo que ya hemos comentado: la potenciación de Internet por parte de las instituciones entre los ciudadanos.

Como vamos a comprobar, los Ayuntamientos tienen dos vertientes básicas para la difusión de las nuevas tecnologías y, por ende, para la comunicación con sus ciudadanos. Se trata, por un lado, de la llamada E-Administración, y, por otro, de la gestión política y social de la propia localidad de una forma conjunta entre los propios responsables municipales y los vecinos: los usuarios anónimos de Internet.

Analizaremos los actores de esta comunicación interactiva y las tareas que deben llevar a cabo para garantizar o, al menos, intentar la implicación de todos los ciudadanos en el desarrollo de su propio municipio ya que, como afirma Sánchez Bravo (2001:63), *esta nueva situación plantea a las autoridades públicas la responsabilidad de establecer salvaguardias y de garantizar la cohesión de la nueva sociedad. Deberá garantizarse a todos un acceso equitativo a la información; la sociedad democrática reivindica el pluralismo informativo, así como el libre acceso y la libre circulación de informaciones.*

Estos actores son los representantes políticos, gestores institucionales y especialistas en comunicación institucional y usuarios. Todos ellos deben llevar a cabo una serie de tareas para que fluya la comunicación en la administración local y, por extensión, en el propio municipio, para que éste adquiera un desarrollo y unas dimensiones que son demandadas tanto por los tiempos presente y futuro como por las propias necesidades de los ciudadanos.

Por tanto, en este estudio, analizaremos cuales son las capacidades que aporta cada uno, la actitud comunicacional de estos actores y la interactividad que se desarrolla ahora entre todos estos grupos y la que se puede generar a partir de una plena aplicación de las nuevas tecnologías.

3.6. Medición de la interactividad

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.

En el eje de nuestro estudio, Internet, se podría establecer una baremación si consideramos que la interactividad es la capacidad del usuario para gestionar el mensaje y los recursos que plantea el proponente de la web. En este sentido, se podrían establecer diferentes niveles en función de las herramientas que se ofertan.

La interactividad ha sido objeto de medición en numerosas investigaciones, no solo las referidas a la Red, sino a otros medios más tradicionales y, en general, a cualquier forma de comunicación.

De todos ellos, resulta inspirador para nuestro trabajo el modelo propuesto por los holandeses Bordewick y Van Kaan y recogido posteriormente por Sancha Folgado (2005) que expone una cuádruple clasificación de la interactividad, aunque centrada en los medios de comunicación en general:

- Interactividad de Transmisión: Contempla activar y cancelar una emisión. Es propio de canales unidireccionales como la radio y la televisión.
- Interactividad de Consulta: Además de activar o cancelar una emisión, el usuario puede elegir una opción entre un menú de posibilidades. Es el caso del teletexto servido por la señal de televisión.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- Interactividad Conversacional: El usuario accede al estado de emisor y el medio le permite enviar mensajes a otros usuarios del entorno. Los servicios de chat y foros entrarían en esta categoría.

- Interactividad de Registro: Es propia de la existencia de servicios de suscripción. El medio es capaz de identificar al usuario y presentar sus preferencias previamente establecidas. En este último nivel de interactividad se sitúan los sistemas de personalización propios de los medios digitales.

Los niveles expuestos por los citados autores holandeses no son excluyentes entre sí, sino que se van integrando sucesivamente. Se van ampliando, de tal manera que el cuarto engloba a los tres anteriores, en el tercero se incluyen los dos primeros; y en el segundo se integra el más básico.

Para nuestro estudio es de destacar la Interactividad de Registro por la cual se produce, como característica notable, la “personalización” entendiendo ésta como la capacidad de ofrecer los medios necesarios con el propósito de que el usuario de la web elija las opciones más acordes a sus intereses y demandas. La participación, en este caso, es muy extensa y amplia, aunque también hay que tener en cuenta que estas dimensiones de extensión y amplitud dependen sustancialmente de la apuesta del proponente de la comunicación, la administración pública local en nuestro estudio, a la hora de adaptarse a las demandas e intereses que se plantean por parte de los ciudadanos y a los que, básicamente va dirigida la página.

Este modelo será el elegido para nuestro estudio ya que consideramos que se asemeja más a las pautas que vamos a seguir para obtener las conclusiones finales y comprobar si se cumple el objetivo de máxima interactividad en una página web pública a través de recursos inicialmente propuestos por el emisor, en este caso, el Ayuntamiento.

No obstante, debemos destacar otros estudios interesantes sobre la cuestión. Como el de Laura Regil (2001), que calibra la interactividad en función de tres niveles:

- El nivel más bajo permite al usuario acceder o entrar a programas para realizar operaciones de selección. Generalmente las únicas rutas que propone son las de ir adelante o atrás.

- Un nivel medio de interactividad permite al usuario llegar directamente al área seleccionada. Este grado también se conoce como interactividad de selección. En estos casos, existe la posibilidad de que el usuario realice el recorrido por los contenidos almacenados, seleccionando a qué sección quiere acceder y en qué secuencia. Además, en la programación para este nivel de interactividad se presupone que el tiempo que el usuario puede dedicar a la consulta de los contenidos del hipermedia no está predeterminado, solo él lo establece.

- Un nivel mayor de interactividad es el que ofrecen algunos hipermedia desarrollados con base en una estructura de múltiples ramificaciones y en los que se ofrece al usuario la posibilidad de acceder a los contenidos desde diferentes puntos de vista. En este sentido, existen en el mercado iniciativas para programación y diseño, con los cuales, el usuario puede mirar imágenes reales o virtuales tridimensionales y con el ratón puede hacerlas girar y, por lo tanto, observar desde diferentes puntos de vista, haciendo un recorrido de 360°. Este nivel de interactividad presenta, sin duda,

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

sugeres retos, sobre todo para contenidos narrativos. El hecho de que el usuario pueda partir desde diferentes puntos de vista le otorga una amplia versatilidad a la configuración de los recorridos e interconexiones.

No obstante, esta clasificación está más relacionada con el modelo de interfaz, es decir, con el diseño que se puede presentar dentro de una página web. En el caso que nosotros estudiamos –la interactividad en las instituciones– el modelo presentado por Jesús Salinas (1988) aplicado a campos pedagógicos y educacionales y que, a pesar de ser un ámbito totalmente distinto, puede estar más cerca de las clasificaciones que debemos tener en cuenta a la hora de analizar las páginas web de las instituciones locales. Salinas realiza una *pentadivisión* del grado de interactividad:

- Nivel 1: No Intervención. No requiere ningún tipo de intervención por parte del alumno.
- Nivel 2: Intervención mental. El programa solicita del alumno cierta actividad al plantear preguntas, estimular el comentario, recapitular las ideas fundamentales, anunciar ciertos pasajes relevantes, ...
- Nivel 3: Intervención en el ritmo de presentación del mensaje. Es similar al anterior, pero se señalan pausas, en las que se desarrollan distintos tipos de actividades orales, consultas, cumplimentación del material de apoyo...
- Nivel 4: Intervención en el mensaje (selección información/respuestas). El programa presenta segmentos de información, incluyendo opciones. Dependiendo de la respuesta, el programa pasa automáticamente al segmento de información correspondiente.
- Nivel 5: Intervención sobre periféricos. Se trata de sistemas que introducen, en algún momento del programa, elementos pertenecientes a sistemas externos al mismo.

En nuestro caso, nos servirían los cuatro primeros niveles pero con una aplicación y un contenido distintos ya que los parámetros en los que se apoya el ámbito docente y educativo son diferentes a la base que sustenta las páginas web institucionales. El nivel 5 propuesto por Salinas será obviado teniendo en cuenta que no nos centramos en otros soportes y otros canales distintos a la propia Red, es decir, solo a las posibilidades que ofrece Internet.

Sin embargo, podemos adelantar que la clasificación de Salinas ofrece una primera muestra de los grados de apuesta que pueden realizar los Ayuntamientos para potenciar la participación del usuario, desde un nivel 0 en el cual se expone una página lineal en la que se puede plantar una información unilateral, hasta un nivel 4 en el que se plasma la capacidad que se le da al internauta de exponer sus propias iniciativas a través de una página con la que debe sentir especial identificación, la misma empatía que le tiene que aportar su propio Ayuntamiento.

Existe también otro modelo de clasificación aplicado a la Televisión Digital Terrestre (TDT) elaborado por el Ministerio de Industria Turismo y Comercio que también es preciso destacar porque, como veremos, engloba ciertos aspectos que pueden ser aplicables a nuestro objetivo de elaborar un nivel de interactividad máximo para las páginas web municipales:

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- Servicios de información: Ofrecen una información independiente de la programación audiovisual que se está emitiendo en ese momento: guía electrónica de programación, teletexto mejorado y juegos.
- Servicios ligados a la programación: Complementan con información suplementaria la programación audiovisual emitida.
- Interactividad local: Estadísticas deportivas, información ampliada sobre el programa, noticias desarrolladas.
- Interactividad externa: Participación en concursos, encuestas, preguntas a invitados, pagos por visión.
- Servicios transaccionales: Aportan la posibilidad de enviar y recibir información de forma personalizada y exclusiva. En este caso, la interactividad es externa: Reserva de plazas, E-Administración, consultas bancarias y compras.

Es probable que muchos de los contenidos que se proponen para la TDT (o algunos similares) se apliquen ya en las páginas web institucionales, al menos sería lo deseable si se quiere conseguir la participación del usuario.

Adelantándonos a las premisas que vamos a manejar, podemos decir que el último nivel expuesto para las TDT (los servicios transaccionales) supone, para las web de los Ayuntamientos, uno de los pasos más avanzados de interactividad, principalmente en lo que se refiere a la denominada E-Administración. Se trata de un notable adelanto para conseguir el “ayuntamiento virtual” gracias al cual no es necesaria la presencia física del ciudadano en la casa consistorial para poder cubrir sus demandas, obligaciones o intereses.

Otra clasificación, muy similar a la anterior, es la que desarrolla Laura Solanilla (2002) que contempla cuatro niveles:

- Un primer nivel ofrecería mecanismos de contacto entre el usuario y el responsable del Web.
- Un segundo nivel incentivaría al usuario para participar en alguna actividad propuesta por los emisores, siguiendo unas pautas marcadas previamente.
- El tercer nivel permitiría al usuario generar contenidos de una forma controlada para los responsables de la web.
- Mientras que un cuarto nivel el usuario se convierte en coautor de los contenidos de la web y modificar libremente la información inicial ofrecida.

Perfectamente asumible para nuestro objeto de estudio, hay que destacar una clasificación que realiza Codina (1996) para la cual utiliza los recursos que originan la interactividad en Internet:

- La navegación a través de opciones diversas, alternativas que se van desplegando en los diferentes nodos del documento electrónico. En este caso, la recuperación de información está condicionada por el creador de la página, con lo que la libertad del lector o usuario no es absoluta y no lo convierte, en sentido estricto, en coautor. Aunque esta libertad sí es muchísimo mayor que la que ofrece el documento escrito o audiovisual tradicional.

- El descubrimiento de relaciones entre diferentes informaciones, textuales o de otro tipo.
- El establecimiento de filtros selectivos a disposición del usuario para que, por ejemplo, mediante la introducción de un perfil que incluya sus preferencias, intereses y características, se regule el flujo de información que recibe.

3.7. Posibles contenidos en web municipales

Ya hemos comentado que en el transcurso de nuestro estudio podremos ir extrayendo diferentes contenidos, enlaces y apartados de nuestro muestreo que evidencien aspectos identificativos, o que al menos apunten, a una voluntad de los gestores de las páginas para adaptar su contenido a las demandas de los ciudadanos y a potenciar su participación, con recursos que, ya hemos señalado algunos, podemos plantear, entre otros: foros, chats, correos electrónicos eficaces, bolsas de empleo, encuestas, buzones de sugerencias, enlaces para el tejido social, comunicación cuasi-directa con los responsables municipales (incluido el alcalde), disponibilidad para la suscripción en diferentes actividades municipales, posibilidad de que los ciudadanos elaboren espacios en los que se promocióne el municipio al exterior y, también, la llamada E-Administración, como medida potenciadora para incitar a que, al menos, el ciudadano visite la página de la Red.

No obstante, existe un riesgo en la estructura de la web: la ordenación del contenido y la cantidad de información que se presenta a los ciudadanos, cuestión que enlaza con lo que algunos autores como Alfons Cornellá, Cristóbal Pardo o Hugo Romaní denominan infoxicación. Este término es definido por los dos últimos autores citados (2007:74) como *la sobresaturación de información, ruido-interferencia, la cual incluso puede llegar a generar angustia en el usuario por no sentirse en condiciones de encontrar la información buscada. Todo este fenómeno de multiplicación de la cantidad de información que existe en el mundo se ha venido a llamar la 'explosión de la información', aunque más bien debería llamarse la 'explosión de la desinformación', indigerible y confundidora.*

Anteriormente, Cornellá (2000) expuso un ejemplo muy elocuente de la infoxicación refiriéndose a la cantidad de información que recibe un ciudadano norteamericano: *En los años 60, cuando empezaron a aparecer los mass-media, una persona normal tenía acceso a unas 18 estaciones de radio, 4 canales de televisión, 4.500 títulos de revistas. En el otro lado, en la actualidad, tenéis el equivalente: 18.000 títulos de revistas, 20 millones de sitios en Internet, 2.400 millones de estaciones de radio en Internet.*

En el contexto que manejamos y vamos a ir analizando, nos interesa la idea de que, dentro de una página web que pretende ser participativa, es preferible la calidad de información a la cantidad ya que, extrapolándolo a nuestro objeto de estudio, coincidimos con la idea expuesta por Sánchez Bravo (2001:65): *la utilización de las TIC no implica en muchos casos ni debate ni confrontación de ideas, sino solo una amalgama y superposición de las ideas de cada uno de los participantes, pero sin argumentos contradictorios o críticos, lo cual puede conducir a los ciudadanos a perder la verdadera consideración de los problemas planteados, cuando no, por su*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

escasa eficacia, a un alejamiento de los sistemas de participación en el debate democrático.

Por tanto, hay que partir de una nueva base para nuestro estudio: la estructura de los contenidos, enlaces y secciones de una página web municipal ha de estar perfectamente adecuada y ordenada en función de varios factores:

- Conocimiento adecuado de los rasgos que caracterizan a los sectores inicialmente destinatarios, aunque en nuestro caso, hay que tener en cuenta una población, por lo general, muy heterogénea, con una amplia diversidad de niveles culturales, sociales, educativos y con distintos grados de familiarización con las nuevas tecnologías.
- La facilidad (o dificultad) de propiciar al usuario el acceso a foros de debate que requieren una respuesta por parte de los responsables municipales, que son a los que irán dirigidas la mayoría de las demandas que se plasmen en una página web de un Ayuntamiento.
- Una información unilateral que sirva como punto de partida y que tenga el suficiente atractivo para que el usuario abra con cierta asiduidad esta página y la convierta incluso en una de sus favoritas.
- Una estructura de la página que sea sencilla, rápida de acceder y que no tenga demasiadas vinculaciones a la hora de que el usuario acceda a la información que esté buscando y le interese.
- Absoluta accesibilidad (o, al menos, tendencia a ello) para los sectores considerados minoritarios y cuya capacidad no está aun adecuada a las nuevas tecnologías.
- Actualización constante y permanente de la página para que el usuario no pierda interés. Ello se consigue con diferentes opciones y alternativas: información periodística elaborada por gabinetes de prensa, agendas culturales y sociales que informen sobre acontecimientos que se vayan a celebrar en el municipio y con acceso a la venta de entradas on line, inscripciones en competiciones deportivas o eventos de cualquier otro ámbito.
- Espacio dedicado al tejido social de la ciudad o pueblo, con posibilidad de enlaces en las páginas oficiales de cada entidad o colectivo. Hay que tener en cuenta que las asociaciones suelen tener una parte muy importante con su implicación.
- Incentivar la opinión de los vecinos para que la dirijan a sus representantes municipales. Una de las formas para lograr este objetivo es prestando atención en responder a las demandas de los usuarios a través de los medios que aporta Internet: el correo electrónico puede ser una de las alternativas.

Éstos son algunos de los elementos que debemos de analizar en la muestra que tomemos de nuestro campo de estudio. Serán señales identificadoras de la prestación que los gestores políticos y representantes municipales realizan para conseguir una interactividad y, por extensión, un salto cualitativo hacia los principios democráticos que deben regir en un Ayuntamiento.

No obstante, en nuestro análisis podremos encontrar algunas alternativas y ofertas novedosas que incidan en el objetivo de conseguir la máxima interactividad en las páginas web municipales. Estas innovaciones serán también elementos que se puedan

incluir en un modelo final para que pueda ser utilizado por Ayuntamientos que quieran mantener una conexión lo más directa posible con sus conciudadanos.

Por otra parte, hay un factor que no será objeto de estudio pero que es indiscutible su utilidad para, al menos, atraer el interés hacia la página de los ciudadanos, aunque en este caso nos tendríamos que referir a ellos como contribuyentes, ya que estamos hablando de la denominada E-Administración y a la que nos referiremos con mayor amplitud en próximos apartados de este capítulo.

3.8. Política en Internet

Aunque no forma parte esencial de nuestro objeto de estudio, consideramos adecuado realizar unas someras observaciones sobre el ámbito político y su relación con Internet, ya que hay que partir de la base de que los responsables últimos de la gestión de un Ayuntamiento son los representantes políticos elegidos democráticamente por los ciudadanos. En este sentido y bajo ese contexto, son también los responsables últimos de que una página web municipal disponga o no de recursos para generar diferentes vías que potencien la interactividad.

3.8.1. LOS POLÍTICOS EN INTERNET

Si comparamos el uso de las nuevas tecnologías que realizan los políticos españoles con los estadounidenses, nos encontramos que en nuestro país se encuentran todavía a años-luz de un auténtico y pleno aprovechamiento de Internet para darse a conocer a sus potenciales votantes y ofrecerles la posibilidad de aportar propuestas.

Como punto preliminar, hay que decir que ninguno de los líderes españoles con mayor representación fue capaz de realizar una web personal hasta bien entrada la primera década del siglo XXI. Bien es cierto que los distintos modos de desarrollarse las democracias en nuestro país y la norteamericana son distintos. Ellos tienen un régimen presidencialista en el que la persona prima sobre los partidos; aquí, en teoría, es al contrario, los partidos son prioritarios por encima de los individuos.

Sin embargo, como decimos, esta situación no se produce en la práctica. Los votantes sí que ejercen su derecho teniendo en cuenta la corriente ideológica de cada partido que se presenta, pero éstos presentan a ‘una cara’, a un líder que personifique la elección del ciudadano. De hecho, la propaganda que realizan todos toma como eje de referencia un retrato del político principal con su nombre en grandes caracteres y un lema, completado, en trazos mucho más reducidos, con el logotipo y el nombre del partido.

Por tanto, aunque en España el sistema sea de democracia parlamentaria, los líderes cuentan y mucho. Sin embargo, la utilización de estos medios propagandísticos a través de los soportes y medios tradicionales no se aplica en Internet. Todos tienen una página de partido pero, como decíamos, ningún líder contaba hasta hace pocos años con su propia web.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

La idea de acercamiento al ciudadano a través de la Red no parece que, por el momento, esté en los objetivos de los representantes políticos españoles, como ocurre en el caso más paradigmático, el de Estados Unidos.

Tomando como ejemplo a Barack Obama, el candidato demócrata para las elecciones norteamericanas del 4 de noviembre del 2008, nos encontramos una página web dedicada completamente a su persona (www.barackobama.com) en la que, además de relatar con texto y vídeo sus periplos y actividades, tiene un apartado destinado a los usuarios para su participación y a su interacción, con la posibilidad de crear un blog propio para ir comentando y opinando sobre la trayectoria en la Casa Blanca del líder demócrata.

Es un ejemplo que se puede generalizar en un gran número de líderes y políticos norteamericanos. En España, por el contrario, no hay apenas representantes que tenga su sitio oficial. Lo más cercano son los blogs que han diseñado varios de ellos, muchos miembros del Congreso y del Senado tienen su diseño de página, pero en ningún caso nada tiene que ver con mantener su propio dominio en la Red. Lo imperante en nuestro país son páginas oficiales de los partidos que, por lo general, tienen escasa repercusión y un contenido exiguo que solo mantienen actualizado convenientemente en época electoral.

Si esto nos encontramos a nivel nacional, pocas aspiraciones se pueden tener en planos territoriales más bajos. Sí existen páginas de agrupaciones políticas locales en diferentes puntos de nuestro país, pero están dedicadas mayoritariamente a ofrecer información dirigida a sus afiliados y simpatizantes. En los mejores casos, hay sitios que posibilitan al usuario redactar sus comentarios u opiniones, pero nada más. No existe una verdadera interacción como sería deseable en una página web. Es cierto, como afirma Baumann (2007), que *los políticos han aprendido penosamente que tienen que "vender" su imagen frente a la sociedad, por eso necesitan de los medios (en especial la T.V.) como del aire que respiran*; sin embargo, resulta incomprensible que, a estas alturas, no hayan utilizado Internet en su plenitud.

Las referencias, cuestiones y ejemplos antes citados nos dan ya idea del escaso talante que tienen los adalides de la política española para 'bajarse al foro' en las arenas de Internet. Prefieren mantenerse en la tribuna y escuchar al pueblo desde ella, a pesar de la imagen de acercamiento que se pretende vender, principalmente en época electoral.

En el objeto de estudio que nos ocupa, en las administraciones locales, la política es uno de los pilares básicos para su sostenimiento. Analizaremos si desde las páginas institucionales de los municipios se hace política y sus representantes sí que mantienen un real acercamiento con el ciudadano. Si se ofrece oportunidad desde sus páginas a los distintos grupos representados en sus respectivas corporaciones municipales o, si por el contrario, no deja de ser una plataforma para que, indirectamente, el partido gobernante desarrolle su propia propaganda.

En la medida que se dé oportunidad a otros grupos políticos y, por extensión, a otros entes sociales que desempeñen su tarea en el municipio, se ofrecerá una mayor pluralidad; y si este valor se complementa con una mayor participación de los vecinos,

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

encontraremos un avance más en la interactividad que las instituciones públicas deben fomentar a través de la Red. Plantearemos si se ofrece algo más a todos los núcleos sociales para que éstos se puedan identificar con el lugar donde residen; y no, como lamentablemente destacaba Castells (1998:338), *los ciudadanos aún son ciudadanos, pero dudan de qué ciudad y de quién es la ciudad*. No obstante, diez años después Borge, Colombo y Welp (2008:4) exponen un planteamiento más optimista sobre la visión que tienen los responsables de administraciones públicas para la implicación social: *Entre los políticos y responsables de la administración pública se está produciendo un cierto cambio en la imagen que se tiene de la participación ciudadana. Se considera que la elaboración e implementación de las políticas públicas no se puede llevar a cabo con éxito si no se consigue implicar a los ciudadanos, los grupos y las asociaciones afectadas*. Observaremos en nuestro estudio si este hecho se refleja en las páginas web municipales.

3.8.2. DESARROLLO DE INTERNET EN EL ÁMBITO PÚBLICO ESPAÑOL

La aplicación de Internet y el aprovechamiento de todos sus recursos en el ámbito público han experimentado en nuestro país una evolución lenta, muy complicada y llena de trabas por parte de ciertos sectores más o menos influyentes que no apostaban, e incluso desconfiaban, de la utilidad y funcionalidad de la Red.

A mediados de los noventa Internet empieza a hacer su aparición en España, pero países como Estados Unidos nos llevaban, como mínimo, una década de ventaja con un uso muy extendido por toda la población, debido principalmente a que los norteamericanos ya disfrutaban de tarifas planas y a bajo coste, mientras que aquí todavía debíamos pagar por cada conexión a una velocidad lenta hasta la exasperación y con un gasto añadido para el proveedor.

De hecho era únicamente un grupo reducido y algo elitista muy vinculado a la tecnología y a los estudios técnicos los que utilizaban Internet, sin que el resto de la sociedad conociera sus múltiples ventajas y la nueva forma que entrañaba para relacionarse entre los individuos, complementando (que no sustituyendo) a los modos de comunicación que se han desarrollado y evolucionado en la Historia de la Humanidad.

Haciendo un especial énfasis en el matiz de que Internet complementa, y no sustituye, a los sistemas de relaciones sociales, debemos tener en cuenta que a finales de los noventa, cuando se incorpora la Red a nuestro país, surgieron determinadas voces, en algunos casos muy relevantes e influyentes, que vaticinaron el cambio radical que iba a suponer su uso para la interacción de los individuos.

Esta visión pesimista fue aprovechada en el ámbito político para desconfiar y oponerse a la utilización generalizada de Internet. Doval (2006:161) recuerda que *los políticos, que podrían haber previsto la influencia de la Red en la política que se haría en pocos años, se mantuvieron reticentes o incluso negativos ante el impacto de los nuevos medios en la arena política. Internet se percibía como una realidad paralela amenazante, lugar propicio para el delito y la anarquía*.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

La situación ha cambiado muy poco, los políticos no confían en el uso que se le puede dar a las nuevas tecnologías y mantienen el privilegio de la imagen sobre el contenido que se puede exponer en una página web. En el mejor de los casos, hay políticos que utilizan Internet para crear sus propios blogs, pero no sirven como ventana a la participación ciudadana.

Un ejemplo de esta participación que podía ser seguido por la clase política es la página *Hazte oír* (www.hazteoir.org) creada por un grupo de personas constituido en plataforma a principios de la anterior década, en la que miles de ciudadanos exponen a diario sus quejas y apoyo a ideas y partidos políticos. Es un cauce muy efectivo para la participación en la vida pública. No obstante, en los últimos meses esta página está experimentando una paulatina bajada en cuanto a la implicación ciudadana y se ha convertido más en un periódico digital. Pero el germen de la idea sigue siendo básico y contando además que en nuestro país existen escasas iniciativas que hayan tenido este calado entre la sociedad.

Castells (2005:219) asegura que *estudiando a través del conjunto de la sociedad, fuera de los mecanismos de los adolescentes, lo que se observa es, más bien, que el Internet instrumental, es decir, la utilización de Internet para desarrollar tareas políticas o personales, o de intereses concretos, es lo que realmente genera los niveles de interacción más fuertes.*

Estas ideas podrían ser fomentadas por la clase política, pero sus representantes no se muestran aún dispuestos a crear páginas en la Red que fomenten la participación ciudadana de forma eficaz y activa.

Los políticos prefieren aún confiarse más en los medios de comunicación tradicionales para exponer sus ideas y compartirlas con los ciudadanos, que plantearlas en Internet y que éstas sean puestas en tela de juicio por la sociedad en general. En este sentido, Alonso-Gutiérrez (2007) asegura que *Internet es un cauce de intervención política, pero sus efectos están todavía condicionados por la intervención de los medios de masas, que recogen y amplifican las ideas originales de la web social.*

Por otra parte, numerosos estadistas y la propia evidencia está demostrando que estamos viviendo desde hace varias décadas una crisis de las organizaciones tradicionales, como son los propios partidos e incluso determinados grupos de presión que están dando paso a un protagonismo cada vez más relevante a movimientos puntuales que demandan una serie de necesidades muy concretas y específicas.

Precisamente Internet está favoreciendo la proliferación de este tipo de movimientos. La instantaneidad, por un lado, y el bajo coste que supone la difusión de ideas a través de la Red, por otro, constituyen, entre otros muchos, dos factores básicos para conseguir que determinadas ideas muy particulares y concretas aglutinen a un mayor número de personas que comparten las mismas concepciones y unas demandas muy similares.

Las nuevas tecnologías ya han irrumpido en la sociedad proponiendo nuevos modelos de coexistencia. Ahora lo que hace falta es que no solo se lo crea y apueste por ello la

población en general, sino también (y sobre todo) los gestores políticos, burócratas y responsables últimos de la administración pública que deben fundamentarse en un trabajo por y con el ciudadano.

Es importante destacar la paulatina apuesta que se da por Internet desde el ámbito político y desde la gestión pública. Si Castells (2005:222) aseguraba que *los administraciones y los partidos políticos han confundido Internet con un tablón de anuncios. En general, se limitan a exponer la información: aquí tiene nuestra información para que se entere de lo que hacemos y así me ahorra trabajo o, si lo desea, dígame su opinión. Lo que sucede es que no se sabe qué pasa con esa opinión.* Tres años después Chaín Muñoz y Más (2008:617) afirman que *los Ayuntamientos se han convertido en proveedores de servicios muy variados en los que el uso de sistemas online posibilita, a diferencia de los mecanismos tradicionales de comunicación presencial, un servicio continuado a lo largo de todo el día, bien a través de la consulta inmediata de información que ha sido volcada en un servidor o porque la naturaleza asíncrona del correo electrónico permite que una pregunta tenga una respuesta en un plazo inmediato.*

Expondremos en esta tesis la situación actual de distintas administraciones públicas municipales para comprobar las localidades cuyas páginas son los ‘tablones de anuncios’ descritos por Castells, y cuáles son, por el contrario, aquéllas que adoptan medidas para generar una auténtica web ciudadana.

3.9. La Administración en Internet: E-Administración

3.9.1. PRECEDENTES

La comunicación institucional, entendida en este estudio como la transmisión al ciudadano de datos que tienen que ver con un organismo público, se encauza en dos vertientes claramente definidas: por una parte, la información que se genera en el ámbito político con la que la institución pública actúa como gobierno; y, por otra, la comunicación administrativa, por la cual, la institución desempeña un eminente papel de servicio público.

En el primer ámbito (información como gobierno), la institución pretende influir, en distinto grado, en la sociedad y en la transformación que ésta experimente. Una influencia que, en una primera fase, puede tener un carácter teórico (el gobierno se da a conocer y da cuenta de sus propuestas y decisiones), para pasar a una segunda etapa con rasgos esencialmente prácticos (el objetivo fundamental de la información institucional es conseguir el apoyo electoral de los ciudadanos).

Ambas etapas no están claramente divididas. Al contrario, están solapadas e incluso se superponen en algunos momentos con el fin de mantener siempre próximo al ciudadano (en definitiva, al elector).

No obstante, se pretende lograr, en cualquiera de los casos, la participación social. En el ya citado estudio de Aranes Usandizaga (1996), el autor destaca el derecho a ser informado. Sobre esta cuestión, asegura que la comunicación de las administraciones públicas debe ser *una práctica informativa democrática (de servicio público) que contribuya a hacer efectivo el derecho a la información y las obligaciones adquiridas por las Administraciones, además de una proyección social de las instituciones públicas que fomente el conocimiento y la participación de la ciudadanía. Todo ello será básico en las ocasiones cada vez más frecuentes en que resulte clave llegar al acuerdo social respecto a determinadas actuaciones de la Administración Pública.*

3.9.2. USO DE LA E-ADMINISTRACIÓN POR LOS AYUNTAMIENTOS

Además de tener una evidente y fuerte carga política, los Ayuntamientos son instituciones administrativas, generadoras de servicios para proveer a sus ciudadanos y favorecer el desarrollo del propio municipio.

Las páginas web se han convertido en un instrumento básico para lograr estos objetivos, de hecho, son cada vez más numerosos los municipios que tienen ya su sitio en la Red y que lo utilizan como medio de información y comunicación, además de para facilitar una serie de trámites que, hasta la aplicación de las nuevas tecnologías, solo era posible con la presencia física del demandante. En su estudio sobre los servicios públicos en las web de Murcia, Moya (2003) enfatiza en la *importancia que tiene la administración pública para el desarrollo y construcción de la Sociedad de la Información.*

Con sus páginas institucionales, las administraciones públicas pretenden ofrecer un ‘ayuntamiento virtual’ para que el edificio, la casa consistorial, se llegue a convertir en poco más que un símbolo del municipio donde todos sus empleados administrativos conozcan, además de la atención personalizada al ciudadano, la nueva alternativa que aporta Internet.

La aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los ámbitos locales ha mostrado una marcha imparable en los últimos años, comenzando a principios de esta década, tal y como ya demostraron en su estudio Criado y Ramilo (2001) que utilizaron, para su análisis, los criterios descritos por Pratchett (1999:731-750). Este último autor articulaba en tres grupos los distintos proyectos que se llevan a cabo desde las administraciones públicas:

- Prestadores de servicios públicos: gestión, información, tramitación de servicios, formulación de quejas y sugerencias
- Promotores de la Democracia: La consulta en el proceso de la toma de decisiones
- Dinamizadores y elaboradores de políticas públicas: Con la participación activa en la elaboración de las políticas, gestión y evaluación de los resultados.

En referencia a la usabilidad en la interacción, Prieto (2010:99) asegura que la misma *estará limitada por el grado de completitud que pueda alcanzar a través de la propia*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

web, evitando tener que recurrir a otros servicios como, por ejemplo, temer que personarse al final del proceso.

A partir del 2005, ya no solo aumenta la cantidad de Ayuntamientos que apuestan por las TIC; también crece la calidad de sus contenidos en todo lo referente a la administración y gestión de servicios. Los factores que provocan este incremento son varios, entre ellos está un reciclaje formativo de los trabajadores municipales y, desde luego, una clara apuesta por Internet por parte de los gestores públicos, aunque también se pueden añadir muchos más, como los que señala Cerezo (2005):

- Un cambio cultural que afecta a todos los agentes implicados
- El ciudadano se convierte en eje principal
- La tecnología se considera como un medio y no como un fin
- Estrategia horizontal en la consecución de los objetivos
- La centralización como elemento básico para optimizar servicios y recursos
- Prioridad en la reorganización de los procesos
- Acceso universal

Efectivamente en este punto, la interactividad entre administración local y usuario se ha incrementado notablemente y su mejora va en aumento en proporción inversamente proporcional a la disminución de la brecha digital. Un factor básico que ha contribuido a ello es, entre otros, una mayor confianza de un ciudadano cada vez más familiarizado con las nuevas tecnologías. Un ordenador se ha convertido en un elemento prácticamente tan utilizado por todos los miembros de un hogar como puede ser el televisor o cualquier otro electrodoméstico.

El abaratamiento de los costes en las conexiones a Internet y las continuas ofertas que se proponen desde las compañías operadoras han traído consigo también que en cada vivienda exista, al menos, un ordenador instalado en una sala de la casa que no se localiza ya necesariamente en la habitación de los hijos, sino en un lugar común y fácilmente accesible para todos los miembros de la unidad familiar.

Pero es evidente que la confianza cada vez mayor que los usuarios muestran hacia la Web es uno de los puntos claves para que accedan a páginas de E-Administración, que facilitan la gestión de trámites y servicios, los cuales se llevan a cabo con un máximo control de seguridad y garantía gracias, entre otros, a programas ‘encriptados’, o algo más próximo al ciudadano: la firma electrónica y la creación de los llamados certificados digitales que emite la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre o el DNI digital, que responde como si fuera al tradicional Documento Nacional de Identidad, pudiéndose mostrar a la administración en el mundo virtual para garantizar así la autenticidad de los datos del demandante.

Medidas como éstas han posibilitado el incremento de la confianza ciudadana por las TIC, aunque también un mayor conocimiento de éstas que les ha venido a iluminar el oscuro mundo de las nuevas tecnologías. Las transacciones bancarias, las compras on line o el cierre de grandes negocios era impensable hace poco más de una década. Aunque en otros países estaban bastante más desarrollados en este sentido, los españoles seguían mostrándose reticentes a aportar datos personales a través de una

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

línea cuyo funcionamiento ignoraban totalmente y que, por extensión, no se atrevían a mostrar y dar algo de sí mismos.

Bien es cierto que nuestro país no ha tenido nunca una cultura de “compra a distancia”. Los programas de *teletienda* no han tenido el interés que ha despertado en otros países, poniendo siempre a Estados Unidos como ejemplo modélico para los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Si esto ocurría en televisión, menos interés ha inspirado en Internet.

Paulatinamente se ha ido ganando confianza y ello se ha conseguido, entre otros factores, a la accesibilidad en las páginas web, pero también a la funcionalidad y por supuesto a una atención al cliente casi personalizada.

La prestación de servicios y la gestión de trámites en las administraciones públicas locales han experimentado un avance similar. Sus páginas oficiales empezaron ofreciendo únicamente información de las gestiones que el ciudadano puede hacer en el Ayuntamiento para luego, de forma lenta pero imparable, han ido introduciendo enlaces que permiten al usuario liquidar todas las cuestiones burocráticas vía Internet.

En el presente estudio haremos un análisis de cuáles son los servicios que mayor frecuencia son prestados por los Ayuntamientos a través de sus web, si éstos responden a las necesidades de la población y, sobre todo, si ésta interactúa a través de esta vía. Muñoz y Vivas (2001) planteaban una serie de estrategias para el avance tecnológico de las administraciones públicas: *El documento electrónico se determina como uno de los elementos más representativos para el cambio que deben experimentar las administraciones públicas en su afán por adaptarse a la evolución y al desarrollo social. La potenciación de marcos formativos que tengan además una pretensión globalizadora, es decir, que contemplen los documentos electrónicos desde las diferentes vertientes. La necesidad de elaborar un plan de clasificación que se base en los recursos de información que se requieren para los documentos electrónicos. El deber de los poderes políticos para conseguir un elevado grado de participación y corresponsabilidad. Por último, y como resumen del resto, la agilización de lo que los autores denominan ‘Administración on line’.*

Aunque consideramos que la E-Administración es un elemento para la promoción de la interactividad, pretendemos en el transcurso del siguiente análisis comprobar si existen otros factores que fortalezcan un acercamiento entre el responsable político municipal y el ciudadano.

No cabe duda 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.

Lo que intentamos en este trabajo es comprobar si los Ayuntamientos invitan, a través de su página web, a que el ciudadano tenga una identidad, se implique en su desarrollo

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

y, en definitiva se considere a sí mismo como una parte activa del futuro de su propio municipio.

Comprobaremos si existen alternativas novedosas dentro de las páginas web que potencien esa interactividad plena y que, aunque sea el Ayuntamiento el que proponga el punto de arranque, exista después un intercambio de propuestas y planteamientos para que la ciudad o el pueblo sea el resultado de un esfuerzo conjunto en todas sus facetas, y no solo en el ámbito económico, con el pago de impuestos, y la elección cada cuatro años de un representante.

3.9.3. ASPECTOS A TENER EN CUENTA DE LA E-ADMINISTRACIÓN COMO BASE PARA EL ACCESO A LAS PÁGINAS

A pesar de los muchos intentos y la gran cantidad de dinero que el Estado ha gastado en la primera década del 2000, la E-Administración en España dista todavía mucho de los objetivos que realmente se quieren conseguir con este nuevo modo de gestionar los recursos públicos.

Antes de plantear algunas de los proyectos que se han elaborado (solo algunos se han puesto en marcha y otros se les puede considerar como un fracaso), podemos definir la E-Administración como el nuevo paso hacia una administración sin papeles, de tal forma que todas las gestiones que debe realizar los ciudadanos ante el organismo público competente, se lleven a cabo a través de las nuevas tecnologías.

Los primeros intentos en España se remontan a enero del 2001 con el gobierno de José María Aznar y su ministra Anna Birulés. Se pretendía equiparar a España en este ámbito con el resto de las grandes potencias de la Unión Europea, o en el menor de los casos, que nuestro país no se situara al final de la lista en la aplicación de las nuevas tecnologías dentro de la Administración.

El plan, denominado Info XXI y dotado con 825.000 millones de pesetas (casi 5.000 millones de los actuales euros) era evidentemente ambicioso; sin embargo, la mayoría de los proyectos contemplados en esta iniciativa se quedaron solo en eso, en el intento, y no fueron aplicados; de hecho, el gobierno de la nación reconoció que se había gastado menos de la mitad del presupuesto que se había destinado previamente.

Info XXI dio paso a un plan sustitutorio: España.es. En esta ocasión se aportó la colaboración de expertos para la consolidación de la E-administración tomando como uno de los puntos primordiales los Ayuntamientos y organismos locales, fundamentalmente en zonas rurales cuya capacidad era menor para poder poner al día sus sistemas de comunicaciones y la modernización de sus estrategias. España.es era el reflejo de lo que se contemplaba en el marco de eEurope, un proyecto para los países de la unión que se debía desarrollar entre los años 2002 y 2005.

Como resume Lola Cuenca (2004:244) *el nuevo y ambicioso plan consta de un programa de seis líneas maestras, tres verticales (Administración Electrónica, Educación y Pymes) y tres horizontales (accesibilidad y formación, contenidos digitales*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

y *comunicación*). Para ello se manejaron dos vertientes, por un lado el desarrollo de la empresa pública Red.es (creada en el año 2000) y, por otro la puesta en marcha del denominado Plan de Choque, elaborado en el 2003 de forma conjunta por los ministerios de Ciencia y Tecnología y de Administraciones Públicas, cuyo objetivo era el impulso de la Administración Electrónica en España.

En dicho Plan de Choque, destacamos algunos puntos cuyos contenidos contemplan la predisposición que deben tener la Administración (cualquiera que sea su ámbito territorial) para conseguir una plena implicación de los ciudadanos:

- La creación de puntos de accesos públicos y gratuitos a Internet en las oficinas de registro y atención al público de la Administración General del Estado, así como en las oficinas en que esté constituida una ventanilla única empresarial y en aquellos Ayuntamientos adheridos al convenio de ventanilla única.
- Portal de servicios de la Administración General del Estado para las entidades que integran la Administración Local.
- Coordinación con las Administraciones Territoriales para el impulso de la Administración Electrónica.

Este plan consiguió en cierta forma, algunos de sus objetivos, sin embargo la E-Administración no ha llegado, en absoluto, a todos los municipios, principalmente a los de menor nivel poblacional.

Un informe elaborado en marzo del 2008 por el Ministerio de Turismo y Comercio, en colaboración con el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, concluye que hay más de 2000 ayuntamientos con menos de 200 habitantes (una gran parte de ellos) que adolecen de grandes carencias de recursos para facilitar las comunicaciones de los ciudadanos con la administración a través de la vía telemática.

Sí es cierto que, centrándonos únicamente en la frialdad de las cifras, se puede tergiversar la realidad. En un gran porcentaje de los pequeños municipios españoles, los ciudadanos prefieren acudir in situ a su Ayuntamiento para la realización de gestiones. Aún se encuentran casos en los cuales no se pagan los impuestos municipales ni tan siquiera a través de una entidad bancaria, sino por medio de una oficina de pago habilitada en el propio consistorio.

Se trata de municipios de muy reducidas dimensiones con una media de población cuya edad es muy alta y que no solo no les resulta ventajoso la utilización de Internet para la comunicación con el Ayuntamiento, sino que incluso carecen de ordenadores e incluso de teléfonos móviles, por lo que la aplicación que ejercitan de las nuevas tecnologías es tremendamente escasa, por no decir nula.

De hecho, existen muchos municipios ya no tan pequeños que incluso están poniendo en marcha la llamada ‘Democracia Directa’, con avances tan ilustrativos como la elaboración conjunta por parte de todos los vecinos de los presupuestos municipales, que se puede considerar como el capítulo más importante en la gestión de un Ayuntamiento.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Rubí, a 25 kilómetros de Barcelona, se convirtió en su día, a principios de la pasada década, en uno de los iniciadores de democracia participativa en Cataluña. El Ayuntamiento aprobó en el 2002 el primer presupuesto elaborado con esta fórmula de Democracia directa. Los ciudadanos decidieron a qué se destinarían cuatro millones de euros sobre los 12 millones del capítulo de inversiones.

Hay otros muchos municipios que, desde el año 2000, pusieron en marcha esta iniciativa con mayor o menor éxito. Sin embargo, hemos destacado esa localidad catalana que con una población que supera los 70.000 habitantes, tiene una de las peculiares características que buscamos en nuestro estudio para conseguir la interactividad en la web.

Nos referimos a la posibilidad que tiene el usuario para elegir los temas de la página web (<http://www.ajrubi.cat/ajrubi/portada/index.php>) de la forma que más le interese. De hecho, en su portada utiliza un atractivo llamamiento para que el usuario pueda, con un solo 'click', acercarse a aquellos contenidos propuestos por el Ayuntamiento para elaborar una página que, pese a que deja mucho que desear en el diseño, sí que es un buen comienzo para que sea el propio ciudadano el que realice la página del ayuntamiento que realmente desea.

Asimismo, resulta muy fácil su elaboración. Solo se pide, en principio, una identificación, la cual se traduce en una solicitud de correo electrónico para que el usuario ya pueda acceder, a través de un buscador, a los enlaces de la página que más le convenga.

Se trata de un modelo interesante que debemos tener en cuenta en el análisis de nuestro objeto de estudio. De esta forma, comprobaremos en las siguientes páginas cuántos son los Ayuntamientos que utilizan una fórmula igual o similar y, posteriormente, cuando realicemos un modelo de página web interactiva, incluiremos este factor con los perfeccionamientos que, en su caso, requiera.

Por otra parte, entramos actualmente en una nueva fase sobre las medidas que aplica la administración estatal y que, como las anteriores ya citadas (Info XXI y España.es) son muy ambiciosas tanto en presupuesto como en objetivos.

Dichas medidas se enmarcan en la denominada Ley para el Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos (LAECS). Se trata de un intento de aglutinar toda la normativa común que regulaba este ámbito y que hasta ahora se encontraba dispersa. Su objetivo se basa en imponer como fecha límite el 31 de diciembre del 2009 para que todas las administraciones públicas (independientemente de su grado de territorialidad) ofrezcan de forma electrónica los servicios que prestan.

Esta ley fue aprobada en el 2008 a propuesta de los entonces ministros de Administraciones Públicas, Elena Salgado, y de Economía y Hacienda, Pedro Solbes. La intención era su aplicación gradual en los ámbitos de la Administración General del Estado con 21 medidas a seguir englobadas en cuatro líneas de trabajo básicas:

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- Orientación a los ciudadanos de los servicios públicos con una mejora de éstos para garantizar su seguridad y usabilidad, asegurando además una comunicación bidireccional para que los ciudadanos puedan participar en las actuaciones administrativas.
- Adecuación a la ley de los procedimientos administrativos para que todos los servicios y trámites sean accesibles a la ley (información, descarga, envío de formularios cumplimentados, pago telemático y finalización del procedimiento sin necesidad de la personalización del ciudadano en dependencias públicas.
- Creación y potenciación de infraestructuras y servicios comunes para que, a través de una red de comunicaciones de alta velocidad, se interconecten las redes de las administraciones.
- Actuaciones encaminadas a permitir que los servicios cubran las expectativas de los ciudadanos.

España era, en el momento de su aprobación, el cuarto país del mundo que ponía en marcha medidas de este ámbito. Actualmente se pueden llevar a cabo la mayoría de los trámites con el Estado a través de la vía telemática, pero en otras administraciones de inferior territorialidad deja aún mucho que desear.

Por otra parte, han surgido voces discordantes en cuanto a las medidas que regula esta ley, como las de 25 entidades que, según se describen a sí mismas en un comunicado conjunto, engloban a más de 420.000 profesionales de distintos ámbitos de toda España⁷.

Hay tres puntos básicos en los que estas entidades basan su discordia:

1. Aseguran que esta ley trae, como consecuencia, un quebranto del artículo 31 de la Constitución Española ya que se utilizan formatos, protocolos e interfaces que condicionan a las administraciones públicas e incrementan su cautividad tecnológica con una dependencia clara a un solo proveedor *hecho especialmente grave dado que supondrá un fortísimo incremento del gasto público en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) que todos pagamos. Un derroche, por otro lado, absolutamente innecesario, pues en todos los casos, esos formatos, protocolos e interfaces pueden ser fácilmente sustituibles por modelos estándares abiertos ya existentes.*
2. Merma de la calidad democrática y ausencia de garantía para cumplir el principio de transparencia y el derecho a conocer todo lo relativo a los procesos públicos. En opinión de este grupo de entidades sin ánimo de lucro, *la ciudadanía debería tener derecho a auditar el código fuente de los sistemas informáticos que tramitan sus expedientes y procedimientos administrativos.* En definitiva, lo que vienen a decir es que los ciudadanos deberían conocer la totalidad del proceso automatizado mediante la informática. En consecuencia y

⁷ Hispalinux, FFIL, RITSI, Comfia-CCOO, COPYME, ATI, Internautas, AI2, Linux.es, APEMIT, Iniciativa Focus, Legalventure, Iglues, ESLIC, AGNIX, LiMa, LiCor, GCubo, Informáticos Penitenciarios, Fundación Ciencias de la Documentación, IEPALA, GALPon, GALITE, OuSLi, EstándaresAbiertos.org. Comunicado disponible en URL <http://www.ati.es/IMG/pdf/notaPrensa-FinalCongreso-LAECAP20070614c.pdf>

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

según aseguran, *no hay garantías de que sea posible conocer con total transparencia las operaciones, procesos y transacciones que se realicen con los datos de los ciudadanos. Tampoco se puede conocer y aportar mejoras al funcionamiento interno de las instituciones públicas.*

3. Igualmente, no se garantiza el uso y aprovechamiento de los bienes públicos por parte de la ciudadanía y empresas. Este extremo es argumentado por los firmantes del comunicado teniendo en cuenta que la LAECSP no pone a plena disposición de la ciudadanía y las empresas todo el software, la información y el conocimiento generado en la implantación de la Administración Electrónica y que es sufragado con el erario público. Consideran que, aparte de ser un derecho consagrado en la Constitución Española (artículos 44 y 128⁸) y de tener un coste cero, *constituiría la medida más eficaz para el impulso de la sociedad del conocimiento libre para todos y la mejora de la competitividad de nuestra economía. En definitiva, supondría un revulsivo de muy bajo coste para la base tecnológica de las empresas de todos los sectores productivos del Estado.*

Se trata de enmiendas que no se tuvieron en cuenta pero que se siguen reivindicando para que se añadan en el texto definitivo de esta nueva Ley. Creemos necesario agregarlas a nuestro trabajo porque nos muestra la dificultad que tiene la aplicación de una interactividad real y auténtica en Internet que garantice la seguridad y los derechos de los ciudadanos. No obstante, es preciso buscar fórmulas para lograr estos objetivos.

Del mismo modo, consideramos necesaria una formación importante y una serie de aplicaciones sencillas para que el grueso de la ciudadanía pueda acceder a la administración a través de la vía electrónica. Está por ver si realmente y después de varios intentos la fórmula de la LAESCP es la realmente efectiva para el pleno desarrollo de la E-Administración.

No obstante, el ámbito que nos concierne se refiere fundamentalmente al denominado Plan Avanza que en el 2008 movilizó más de 400 millones de euros, de los cuales el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha aportado 162,8 millones (un 40,7 por ciento del total). Además, el mismo Ministerio ha destinado 67.5 millones a este fin en el transcurso del año 2009.

El Plan Avanza tiene como base el informe elaborado por el propio Ministerio y el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información para el desarrollo de la E-Administración y en la adopción de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las entidades locales.

⁸ Artículo 44 de la CE: Referido al acceso a la cultura: 1. *Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura a la que todos tienen derecho.* 2. *Los poderes públicos promoverán la ciencia y la investigación científica y técnica en beneficio del interés general.* Artículo 128 de la CE: Referido a la función pública de la riqueza: 1. *Toda la riqueza del país en sus distintas formas y sea cual fuere su titularidad está subordinada al interés general.* 2. *Se reconoce la iniciativa pública en la actividad económica. Mediante ley se podrá reservar al sector público recursos o servicios esenciales, especialmente en caso de monopolio, y asimismo acordar la intervención de empresas cuando así lo exigiere el interés general.*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Dicho informe refleja que en el transcurso del trienio 2005-2008 se generalizó el acceso a Internet en las entidades locales, mientras que la conexión de ordenadores en Red varía entre el 87 por ciento en los Ayuntamientos de más de 30.000 habitantes y el 52 por ciento que registran de media los municipios con menos de 300 empadronados. No obstante, el mismo informe asegura que la proporción es relativamente similar, independientemente de los tamaños poblacionales, y en todos los municipios se sitúa en el entorno de un ordenador por cada dos trabajadores municipales.

Otro dato destacable es que en los Ayuntamientos con más de 30.000 habitantes y 5.000 trabajadores municipales existe una conexión en Red sobre todo con las Comunidades Autónomas y otros organismos de la Administración del Estado. Por el contrario, en los Ayuntamientos de menos de 1.000 habitantes predomina la conexión en Red con sus entidades supramunicipales (diputaciones, cabildos y consejos insulares).

La última iniciativa que se ha puesto en marcha data del 2009 es el Plan Avanza2, una continuación del anterior. En esta ocasión, el fin que persigue, según se refleja en su texto *la mejora la calidad de los servicios prestados por las Administraciones Públicas en Red, con énfasis especial en el apoyo a las Entidades Locales y el desarrollo de las funcionalidades del DNI electrónico.*

Llegado a este punto, es obligado realizar un inciso para aclarar que nuestro campo de estudio será única y exclusivamente los municipios de España, independientemente de sus relaciones con entidades de otro rango territorial y administrativo, algunas de ellas mencionadas en las anteriores líneas.

Ello no es óbice para analizar si en las páginas web de los municipios que se estudien, se contempla la posibilidad de enlaces a otros organismos (ya sean supramunicipales o de menor rango que el Ayuntamiento, como es el caso de los distritos). Este hecho nos dará argumentos para comprobar si existe una administración descentralizada que siempre facilitará su relación con el ciudadano o, si por el contrario, se produce una concentración burocrática en un solo organismo como es, en nuestro caso, el Ayuntamiento, con un equipo de gobierno único integrado por el alcalde y sus concejales y con una labor fiscalizadora que es ejercida fundamentalmente por los grupos políticos de la oposición. La descentralización o concentración administrativa será uno de los aspectos que se podrá ver en las páginas web municipales que serán objeto de nuestro análisis.

Retomando el Plan Avanza, las actuaciones se han llevado a efecto en 435 entidades locales (de las 8.112 que hay constituidas en España) en todas las Comunidades y Ciudades Autónomas, el Ministerio de Administraciones Públicas y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

Estas actuaciones se han basado fundamentalmente en el desarrollo de servicios en línea para las empresas y los ciudadanos, la puesta en marcha de una plataforma de pago electrónico y la organización de jornadas de formación y difusión.

Desde Red.es, una iniciativa creada en el año 2000 por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

la Sociedad de la Información, se ha elaborado en el primer trimestre del 2009 un informe estadístico que indica que los municipios con más de 15.000 habitantes destinan unos recursos económicos y humanos para la mejora de sus tecnologías superiores a los del resto de Ayuntamientos. Este presupuesto se dedica en el 30 por ciento hardware y el 33 por ciento a software.

En el mismo informe se observan datos fundamentales para ser considerado base de nuestro estudio. Son los siguientes:

- El 80 por ciento de los Ayuntamientos de más de 30.000 habitantes dispone de servicios de participación ciudadana y casi el 40 por ciento facilita información de trámites personales.
- Más del 89 por ciento de los consistorios de más de 3.500 habitantes (90 por ciento de la población española) dispone de servicios de información general.
- Más del 85 por ciento de los Ayuntamientos de más de 30.000 habitantes (el 58 por ciento de la población) ofrece información por Internet sobre actividades, oferta pública de empleo, así como procedimientos y servicios.
- El 86 por ciento de los Ayuntamientos de más de 3.500 habitantes suministran información útil de la ciudad a través de sus páginas web: agenda cultural y/o turística, callejero e información sobre transportes.
- Más de 74 por ciento de los Ayuntamientos de más de 15.000 habitantes ofrecen Internet para las empresas: requisitos para su creación, contratación pública, bolsa de trabajo, ayudas y subvenciones.
- Más de la mitad de los Ayuntamientos con más de un millar de habitantes ofrece el servicio de tramitación de expedientes municipales, siendo el abanico más grande en casi la mitad de los que tienen una población superior a los 30.000 vecinos que facilitan el pago electrónico y la autoliquidación de impuestos y tasas.

Se trata, como decimos, de datos que nos interesa en nuestro objeto de estudio y que tomaremos como base a la hora de realizar nuestras propias estadísticas. Sin embargo, no hay que olvidar que en nuestro análisis vamos a fijarnos fundamentalmente en la interactividad desde el punto de vista de la relación entre responsables municipales y ciudadanos. La E-Administración y las medidas que se adoptan para ponerla en marcha serán, por supuesto, analizadas, pero como un factor más, es decir, como medidas incitadoras a la participación activa del ciudadano con la página web de su Ayuntamiento. Las posibilidades que ofrece este último al primero para que se implique en el desarrollo del municipio a través del uso de las nuevas tecnologías (refiriéndonos al sentido estricto de la Red y los ordenadores), con una adopción de prioridades que desemboque en estas vías y que conviertan al Ayuntamiento físico en virtual pero con la mayor “personificación” posible, cuya máxima expresión redunde en una comunicación, constante, fluida y eficaz entre ciudadanos y responsables municipales.

Las dificultades que encuentran las administraciones públicas españolas no son exclusivas de éstas. Diversos estudios centrados en otros países muestran que la implantación de nuevas tecnologías ha encontrado no pocos obstáculos. Según muestran Schiavo, Carceglia, Coplecho y Cravacuore (2000:23) en Argentina no se llevó a cabo de forma efectiva un plan destinado a la aplicación de mancomunidades, entre otras razones, porque se realizó *una distribución geográfica inadecuada*; y, por otra parte,

porque no se aplicó una política educativa que facilitara a los vecinos el acceso a las nuevas tecnologías. A todo ello se añadían los problemas técnicos y económicos para implantar las web mancomunadas: *El Estado (argentino) no implementó ninguna política de asesoramiento para que se desarrollaran nuevas fuentes de financiamiento.*

En México, según concluyen en su estudio Jordy Micheli y Fabiola Martínez (2005:19), las divergencias socio-políticas fue el obstáculo principal para que no se lograra el desarrollo de las TIC en las administraciones locales de ese país. Los autores observaron *una clara influencia del partido que gobierna en cada una de las zonas geográficas, referidas éstas a la muestra de estudio que desarrollaron.*

Como en los otros dos estudios anteriormente señalados, Carrillo y da Costa Santos (2019:35) se centran en la realidad hispanoamericana, pero en el caso de Internet dentro de las redes de bibliotecas. No obstante, aseguran que para la implantación con carácter general de las nuevas tecnologías *muchas veces ha prevalecido la aplicación de políticas de ajustes económicas en detrimento de políticas sociales.* Una situación que puede ser extrapolable al ámbito europeo y, más concretamente el español donde, como hemos observado, se han intentado implantar diversos programas sin los resultados deseables

3.10. La 2.0

Aunque no es parte del análisis y estudio que planteamos, hemos considerado conveniente hacer un inciso en la llamada 2.0 por considerarla una de los mayores avances en la exposición de opiniones por parte de los internautas y que cada vez es más valorada y reconocida como instrumento de comunicación.

Podríamos definirlo, a priori, como la segunda generación de la web basada en el intercambio de información entre comunidad o comunidades de usuarios. No obstante, las perspectivas son tantas como sus formas de describirlo desde que el término fue acuñado en 2005 por el fundador de la O'Reilly Media, Tim O'Reilly (en irlandés: Tadhg Ó Raghallaigh).

Fumero y Roca (2007:10) definen la Web 2.0 como *la promesa de una visión realizada: la Red (la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web) convertida en espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo.*

Pero lógicamente, en un concepto tan atractivo y que está inspirando tanto interés entre los estudiosos por su rápida difusión entre internautas, no podría tener una sola definición válida e incluso, en algunos casos, con sentidos muy divergentes entre sí.

De hecho, autores como Christian Van Der Henst (2005) buscan un sentido más social y, según el aludido, *el Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología. Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones*

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

Evidentemente no podemos obviar la definición que su propio impulsor ha dado del concepto. Tim O'Reilly (2008) asegura que *la Web 2.0 es entender que la propia Red es la plataforma. Y como la Red es la plataforma, las reglas para los negocios son distintas. La clave es la siguiente: los usuarios son lo importante, son el valor. Y si entendemos que las bases de datos son mejores en la medida en que cada vez más usuarios los utilicen, habremos entendido el código secreto de las empresas Web 2.0. Mucha gente piensa que es el nombre de una nueva versión pero, de alguna manera, es algo muy diferente de la primera versión de la web. Aunque esto no quiere decir que no sea una versión; nosotros lo utilizamos para describir lo que ocurre en el ciclo empresarial de la web. Ésta se actualiza continua y diariamente con Google, Amazon o Facebook o cualquiera de las aplicaciones de éxito que son muy diferentes a lo que eran hace cinco minutos. Google, que es la empresa más importante, ha aprendido no solo a hacer búsquedas en documentos, que ya es muy importante en la web 1.0, sino a extraer significado en la web 2.0 de esos documentos. Es decir, cada vez que lo enlazas con otros documentos, hacemos conexiones; son cosas, por tanto, que nos permiten distinguir que hubo empresas de la web que entendieron cual podría ser su aportación y otras que no.*

O'Reilly nos aporta, entre otras muchas cuestiones, la importancia de la actualización, la interdependencia de la web 1.0 y la 2.0 y por supuesto, el interés que está última despierta entre usuarios de cualquier perfil sociológico que esté ya habituado al manejo de Internet.

Las consecuencias de la Web 2.0 son múltiples, fundamentalmente para el concepto que aplica el usuario a Internet. De este modo, el director de tecnología de Universia Colombia, Luis Fernando Correa (2008), asegura que *más que los cambios tecnológicos, los mayores cambios que ha traído la web 2.0 son los culturales, porque los usuarios han ido descubriendo que la web es un espacio de participación, un espacio de expresión que permite intercambiar con personas conocidas y desconocidas una gran cantidad de pensamientos, de ideas, sentimientos y emociones. Para eso se ha ido generando nuevas herramientas y nueva tecnologías con el fin de que los usuarios pasen de ser simplemente consumidores de información a ser los productores de la información expresándose a través de la web.*

Entre los cambios culturales que Correa destaca, está la proliferación de las weblogs, que permiten analizar y dar su opinión sobre multitud de temas incluso aquellos en los que concurre la vida personal del 'webloguista'.

Igualmente hace especial énfasis en las wikis, (con un ejemplo de mayor importancia y popularidad, la wikipedia) a las que el autor denomina *construcciones conjuntas de conocimiento* en las que los usuarios van introduciendo ellos mismos los contenidos y ejerciendo, a su vez, su propio control.

Un tercer aspecto que Correa destaca como elemento consecuente de la Web 2.0 es una mayor exigencia de los usuarios para que los contenidos en Internet sean *más*

enriquecedores. Para ello, pone como ejemplo el Second Life, un espacio en tres dimensiones donde cada usuario se identifica con un personaje. Pero a estas aplicaciones, José Antonio del Moral (2007:28) añade otras:

- Los sistemas de etiquetado social. Uno de los más populares es del.icio.us que permite agregar los marcadores que clásicamente se guardaban en los navegadores y categorizarlos con un sistema de etiquetado denominado *folcsonomías* (tags). No solo puede almacenar sitios webs sino que también permite compartirlos con otros usuarios del del.icio.us y determinar cuántos tienen un enlace guardado en sus marcadores.
- Los sistemas de filtrado social: que permiten discernir al usuario para huir de lo que muchos autores a los que ya nos hemos referido en anteriores páginas, denominan educación.

Otro analista, Ros-Martín (2008), diferencia, a su vez, entre filtrados basados en el contenido *mediante los cuales el sistema, de forma automática, trata de recomendar productos que el usuario ya había adquirido o consumido, comparándolo con su perfil; el filtro colaborativo que mostraría al usuario productos que han gustado a usuarios con perfiles similares al suyo y les sugeriría productos que otros ya han adquirido; y finalmente, los sistemas de filtrado de información social que se basarían en la recomendación de informaciones y productos mediante las valoraciones voluntarias y colaborativas por parte de los usuarios que están dados de alta.*

Candeira (2001) va más allá de las transformaciones culturales y califica a la Web 2.0 como *un hipocampo colectivo capaz de constituirse, por su propia dinámica producida por la acción de las multitudes de infoc Ciudadanos, en la memoria de toda una generación.*

Autores como Zappen, Harrison y Watson (2008:20) aplican la 2.0 a la administración y aseguran que *El dinamismo y la interactividad de las tecnologías Web 2.0 presenta oportunidades y retos para los investigadores del gobierno digital con el fin de diseñar servicios que satisfagan la demanda cada vez mayor de usuarios de experiencias útiles y enriquecedoras, por un lado; y aprovechar la inteligencia colectiva al servicio público en lugar de (exclusivamente) los intereses comerciales, por el otro.*

La perplejidad que causa la Web 2.0 ya puede comprobarse en los análisis realizados por los anteriormente citados estudiosos del tema. De hecho, otros, como Lev Grossman (2006), lo califican como *un experimento social masivo*, y Joel de Rosnay (2006:14) dice que, más que un medio es *un ecosistema informacional*.

Hasta tal punto ha llegado la fascinación, que tanto sus analistas como sus propios usuarios tienden a *humanizar* este medio en unos límites jamás conocidos por otros sistemas de comunicación, incluso más de lo que pudo ser en su día el teléfono.

El abaratamiento de costes que en los últimos años se ha producido en el acceso a Internet, la mayor distribución de ordenadores, que en poco tiempo se va a situar en una media superior a un ordenador por cada hogar; y la reducción, lenta pero paulatina, de la brecha social, trae como consecuencia una familiarización cada vez más profunda con un mayor descubrimiento de nuevos entornos sociales hasta ahora inimaginables, ya que

el ordenador y el mundo virtual nos sirven de escudo para ocultar en parte nuestros pudores y relacionarnos con otras personas que en el mundo físico sería impensable.

Los adultos nos “aniñamos” haciendo partícipes a desconocidos de nuestros juegos, somos capaces de alzar nuestra opinión representando así el papel de portavoces de causas que consideramos justas y que, en algunos casos, sabemos de antemano que están perdidas; buscamos relaciones de amistad, de amor, de sexo...en fin, innumerables posibilidades de contactos de cualquier ámbito que estamos seguros no íbamos a llevar nunca a la práctica si no fuera por Internet y las propias redes sociales que nos aporta actualmente la Web 2.0

Pero precisamente analistas como Lockard (1997:225) o Healey (1997:228) ya veían en las redes sociales diversos peligros y riesgos en el entorno comunicacional. El primero de estos analistas mencionados teme que la comunidad on-line sustituya con el tiempo a las comunidades reales, otorgando preferencia (y casi licencia de exclusividad) a la comunicación on line: *Aceptar únicamente la comunicación en lugar de una multiplicidad de funciones de la comunidad significa subestimar inmensamente nuestra fe en la comunicación.* Por su parte, Healey vaticina algo similar al ‘*Mundo Feliz*’ ideado por Aldous Huxley (1932) con una comunidad on-line absolutamente homogénea, sin compromiso moral y con un sistema de organización basado en unos pocos intereses que permitan a los individuos formar grupos basados en la similitud: *Las comunidades on line no obligan a sus participantes a tratar con la diversidad.*

No obstante, se trata de visiones algo apocalípticas ya que numerosos estudios llevados a cabo por autores como Cody (1997:112) o Joe (1997:32) ya llegaron a la conclusión de que aquellos individuos que son solitarios en el mundo real siguen siéndolo on-line y los más abiertos socialmente son tanto en el mundo real como en el virtual.

Además, algunos analistas (Doheny-Farina, por ejemplo) entienden que *las comunidades on line pueden ser utilizadas para reformar comunidades geográficamente locales.* Una cuestión que no podemos obviar en ningún momento para nuestro objeto de estudio y el propósito de este trabajo: conseguir la mayor interactividad y la más fluida comunicación on line entre responsables políticos municipales y ciudadanos.

Si la intención real y sincera de los responsables del Ayuntamiento es la implicación de los ciudadanos en el ámbito municipal y la recepción de las ideas que éstos aporten, es preciso que se busquen métodos para la captación más numerosa y profunda de posibles de usuarios que, bien por circunstancias residenciales, laborales o de cualquier tipo; se identifiquen de alguna u otra forma con su municipio.

Dicha identificación, lograda a través del lugar de residencia o de su centro de trabajo, puede salir reforzada con propuestas que impliquen la creación de redes sociales cuyo fin sea la definición de un punto de encuentro entre individuos de cualquier índole cultural, formativa, étnica o social, y cuyo único rasgo en común sea el propio municipio.

Pero ¿cómo conseguir este objetivo? ¿De qué modo se puede lograr que una red social en una página municipal tenga la finalidad de atraer más usuarios hacia el ayuntamiento virtual? ¿Cuáles son las claves y los factores que lo conviertan en un foro común para un grupo poblacional tan heterogéneo como el que puede ser el grueso de un censo municipal? ¿Qué filtros son los adecuados para, por una parte, no caer en la censura más recalcitrante y, por otra, que no se genere una “jaula de grillos” donde muchos hablan sin decir nada y sin ningún concierto y cuyo objetivo de plasmar opiniones coherentes y útiles cae en saco roto?

Estas cuestiones son respuestas que debemos dar para la eficacia de la web municipal. En el transcurso de este estudio analizaremos cuales son los modelos que utilizan los municipios y exponer algunas de las propuestas que pueden ser válidas y útiles para que los foros o cualquier otro tipo de comunicación social entre ciudadanos consiga los fines deseables.

Por otra parte, debemos tener en cuenta que en estas interrogaciones nos hemos centrado, en buena medida, en la actitud de los usuarios; pero también y quizá más importante, es la conducta que adoptan los representantes y administradores municipales.

Éstos podrán tener en cuenta, como principio básico, que la página es un servicio más que se ofrece al usuario y que, a partir de ahí, debe considerarse una herramienta para su gestión. No se debe utilizar la web como un método propagandístico que, con artes subliminales –e incluso inmorales-, les lleve a una identificación simplista de ciudadanos como meros electores y potenciales votantes.

En este sentido, es ilustrativa la enseñanza de Lessig (1999:214): *Lo peor que podía pasarle a la Red es una intromisión de los gobiernos en su control, exacción y patrullamiento; en definitiva, el intento de acallar la diversidad de voces que la Red hizo posible y que es su único modo válido de ser.*

En la misma línea, Piscitelli (2001:246) afirma que *tratar de poseer con exclusividad el conocimiento (algo en lo que el complejo financiero-militar apuesta todas sus fichas) es peligroso, egoísta y de miras muy cortas, como tratar de embotellar el oxígeno del planeta. Podrán enriquecerse unos pocos, pero se asfixiará a las generaciones venideras.*

MÉTODO Y MODELO DE ANÁLISIS

CAPÍTULO 4

4. MÉTODO Y MODELO DE ANÁLISIS

4.1. Metodología de trabajo. Determinación de la muestra

El primer paso de nuestro estudio es comprobar si en los municipios de España ya se están aplicando las nuevas tecnologías con la creación de páginas web oficiales que hayan sido diseñadas por los propios Ayuntamientos, bien directamente o a través de encargos de empresas especializadas.

En este sentido, debemos seleccionar distintas variables, entre ellas, por supuesto, el índice de población, tomando como referencia los baremos que utiliza habitualmente el Instituto Nacional de Estadística dividiendo, con la siguiente clasificación, los 8.112 municipios integrados en todo el territorio nacional⁹:

INDICE DE POBLACION	Nº DE MUNICIPIOS	PORCENTAJES
Menos de 101 habitantes	1.073	13,2 %
101-500 habitantes	2.721	33.5%
501-1.000 habitantes	1.066	13.2%
1.001-2.000 habitantes	928	11.4%
2.001-3.000 habitantes	518	6.4%
3.001-5.000 habitantes	504	6.2%
5.001-10.000 habitantes	553	6.8%
10.001-20.000 habitantes	356	4.4%
20.001-30.000 habitantes	148	1.8%
30.001-50.000 habitantes	100	1.2%
50.001-100.000 habitantes	83	1.1%
100.0001-500.000 habitantes	56	0.7%
Más de 500.000 habitantes	6	0.1%
TOTAL	8.112	100 %

Como se puede comprobar, el grueso de municipios de España, casi un 60 por ciento tienen una población que no supera el millar de habitantes. Es posible que muchos de ellos, principalmente los que no superan el centenar de habitantes, no tengan capacidad, ni posibilidades y, ni tan siquiera, interés por implantar una página web. La razón de ello estriba en que algunos de estos Ayuntamientos se comunicarán e interactuarán con sus vecinos en foros que reúnan físicamente a todos los miembros de la población para adoptar decisiones de forma conjunta. En otras palabras, con un funcionamiento muy próximo a la denominada *democracia directa o pura*, la mayoría de las cuestiones que inciden en el conjunto del municipio son planteadas en asambleas que reúnen a todos los ciudadanos que deciden participar. Sin embargo, éste no será un aspecto que tengamos en cuenta para nuestro estudio, ya que es posible que en estos pequeños municipios exista una página web interactiva, con independencia de otras alternativas de comunicación que el Ayuntamiento puede aportar a sus vecinos.

⁹ Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística referidos al 1 de enero del 2008 y consultados en marzo del 2009 en la URL <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Para alcanzar este punto, tomaremos como referencia las proporciones de los índices poblacionales para comprobar si, efectivamente, éstos son directamente proporcionales a la creación de páginas web municipales.

Una vez comprobada la existencia o no de páginas oficiales, realizaremos un estudio de cuáles son las secciones y enlaces que proporcionan los Ayuntamientos virtuales para conseguir la interactividad que hemos tomado como punto principal de nuestro trabajo.

Nuestro interés se centrará en la capacidad que se aporta al ciudadano a la hora de interactuar con los responsables municipales (representantes políticos) para colaborar en el desarrollo de su propia localidad.

Para ello, para profundizar en esta cuestión, es importante tener en cuenta diversas variables que deben estar contempladas en las páginas web que tomaremos como objeto de estudio.

En los inicios de este capítulo ya hablábamos de una importante variable: la cuantificación de la población. Pero, aparte de realizar la división en función de esta faceta, también deberemos tener en cuenta la diversidad que nos podemos encontrar en las administraciones municipales de España. Factores geográficos, políticos, económicos y sociales nos darán la clave para comprobar las variables que habrá que tener en cuenta a la hora de marcar nuestro campo de estudio. Vamos a plantear estos elementos de forma más detallada:

En el ámbito político, no se incidirá en la tendencia partidista que mayoritariamente esté representada en los Ayuntamientos que vamos a considerar como objeto de estudio, sino que nos centraremos en el ámbito administrativo-territorial teniendo en cuenta si se trata de capitales de provincia (o de comunidad autónoma) o si por el contrario, solo tienen una jurisdicción municipal sin más.

Desde el punto de vista económico se incidirá en los sectores que más destacan en este campo, con incidencia en la promoción económica del municipio y en las posibilidades laborales que podrían ser potenciadas en la página.

En cuanto al aspecto social, se debe tener en cuenta el tipo de población, ya no solo su número, sino también los perfiles sociológicos que pueden incidir, de algún modo, en la elaboración de una página web municipal con el fin de que ésta tenga el mayor número posible de entradas de usuarios y que participen en ella con sus comentarios, respuestas y, por qué no, propuestas, que aporten un cierto marchamo identificador a su municipio. En este sentido, nos referimos a sectores diferenciados por edades (juventud, infancia, mayores...), por tendencias, hábitos o incluso aficiones (pertenecientes a sectores deportivos, culturales, económicos...); o bien grupos poblacionales que incidan esporádicamente en la actividad del municipio (comisiones de festejos, plataformas constituidas por algún fin concreto, etc).

En estos perfiles sociológicos sería conveniente analizar, entre otros, si se da opción a minorías inmigrantes destacadas ya que, hay que recordar, este sector de la población se

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

ha convertido en un usuario habitual de las nuevas tecnologías. Para ello, se comprobará si se facilita la traducción del contenido de la web a otras lenguas, además de las oficiales de España.

Igualmente, tenemos que destacar también un aspecto muy importante: el tejido social de cada municipio y si éste, a través de los colectivos estructuralmente organizados, tiene un 'hueco' dentro de las páginas web institucionales.

Para la consecución de este análisis se van a seguir las siguientes fases: en primer lugar, se ha procedido a una exhaustiva observación de todas las páginas de Ayuntamientos a través de los diferentes buscadores disponibles en Internet. Como resultado, hemos comprobado en fecha 10 de diciembre del 2009 que, de los 8.112 municipios españoles, un total de 4.672 disponen de página web oficial, es decir, elaborada y gestionada por cada uno de sus Ayuntamientos. Ello supone un 57,12 por ciento del total.

Este porcentaje es el punto de inicio para elegir nuestro campo de estudio. Entre los 4.672 municipios con web, hemos seleccionado 300 que disponen de Ayuntamiento como jurisdicción administrativa de mayor rango. A esta cifra se añaden todas las capitales de provincia del país, puesto que se supone que están en la obligación de implicarse, en mayor medida, en una página web realmente interactiva.

Por tanto, la muestra final está compuesta, en total, por 351 páginas web municipales. Cantidad que consideramos suficiente para poder determinar que las conclusiones finales de este análisis sean pertinentes y válidas. Y, además, cumplan su doble objetivo: por una parte, comprobar el grado de interactividad que se refleja en dichas páginas para que el ciudadano, tanto a título individual como colectivo, se implique en su creación, mantenimiento y, por extensión, en el desarrollo del municipio; y, por otra parte, establecer un modelo de página con recursos suficientes para invitar al ciudadano a que interactúe.

Una vez definida la cifra de Ayuntamientos, es preciso establecer una partición razonable y lógica que no sea únicamente aleatoria. A tal efecto, se decide continuar con la población como variable clave con vistas a establecer una clasificación oportuna con sus correspondientes porcentajes. Atendiendo a las divisiones que realiza el Instituto Nacional de Estadística (INE), la tabla de municipios concluye de este modo:

	Sin Web (%)	Con Web (%)
Menos de 101 habitantes	760 (70.8)	313 (29.2)
De 101 a 500 habitantes	1675 (61.5)	1045 (38.5)
De 501 a 1000 habitantes	452 (42.4)	614 (57.6)
De 1001 a 2000 habitantes	298 (32.1)	630 (67.8)
De 2001 a 3000 habitantes	119 (22.9)	399 (73.1)
De 3001 a 5000 habitantes	77 (15.2)	427 (84.8)
De 5001 a 10.000 habitantes	38 (6.8)	516 (93.2)
De 10.001 a 20.000 habitantes	20 (5.6)	336 (94.6)
De 20.001 a 30.000 habitantes	0 (0)	148 (100)
De 30.001 a 50.000 habitantes	0 (0)	100 (100)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

De 50.001 a 100.000 habitantes	0 (0)	83 (100)
De 100.000 a 500.000 habitantes	0 (0)	56 (100)
Más de 500.000 habitantes	0 (0)	6 (100)
TOTAL	3439 (42.4)	4673 (57.6)

Para obtener la muestra de nuestro estudio, tomamos los municipios que tienen web y calculamos el porcentaje en cada uno de los grupos de la población con respecto a la totalidad:

POBLACION	CON WEB	%
Menos de 101 habitantes	313	6.69
De 101 a 500 habitantes	1045	22.36
De 501 a 1000 habitantes	614	13.14
De 1001 a 2000 habitantes	630	13.48
De 2001 a 3000 habitantes	399	8.54
De 3001 a 5000 habitantes	427	9.13
De 5001 a 10.000 habitantes	516	11.04
De 10.001 a 20.000 habitantes	336	7.19
De 20.001 a 30.000 habitantes	148	3.16
De 30.001 a 50.000 habitantes	100	2.14
De 50.001 a 100.000 habitantes	83	1.77
De 100.000 a 500.000 habitantes	56	1.19
Más de 500.000 habitantes	6	0.12
TOTAL	4.672	99.95

Así pues, aplicamos los porcentajes obtenidos en cada uno de los grupos de población (hasta 500.000 habitantes), en la distribución de los 300 municipios (más las 51 capitales) que conformarán nuestra muestra. De esta forma, analizaremos las siguientes cantidades de web:

POBLACION	%	MUESTRA
Menos de 101 habitantes	6.69	20
De 101 a 500 habitantes	22.36	67
De 501 a 1000 habitantes	13.14	39
De 1001 a 2000 habitantes	13.48	40
De 2001 a 3000 habitantes	8.54	26
De 3001 a 5000 habitantes	9.13	27
De 5001 a 10.000 habitantes	11.04	34
De 10.001 a 20.000 habitantes	7.19	23
De 20.001 a 30.000 habitantes	3.16	10
De 30.001 a 50.000 habitantes	2.14	8
De 50.001 a 100.000 habitantes	1.77	5
De 100.000 a 500.000 habitantes	1.19	1
TOTAL	99.95	300

Como el porcentaje de la muestra nos da como resultado un solo municipio para la franja poblacional superior a los 100.000 habitantes, en el análisis posterior lo uniremos a los situados entre 50.001 y 100.000 censados con el fin de que los resultados sean representativos.

En definitiva, la selección de los municipios no obedecerá a una aleatoriedad pura, sin relativa. La razón es clara: intentamos ser equitativos 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 se ofrecen en Internet. En este contexto, el porcentaje de error en los resultados será de $\pm 5,5$ %; un índice que, aunque se considera como permisible, se podría reducir sensiblemente si, en el cálculo de los resultados, realizáramos un muestreo estratificado con medias 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.

4.2. Modelo de análisis

4.2.1. INTRODUCCIÓN

Tras elaborar el listado de municipios, nos queda exponer cuál será el planteamiento que vamos a seguir para analizar los diferentes sitios web. Realizaremos, en primer lugar, una introducción de la página en la que expondremos diversas cuestiones tales como:

- Si está actualizada y tiene un mantenimiento puntual, principalmente en las secciones dedicadas a la prensa.
- Si el diseño es sencillo e invita a una fácil navegación.
- Si está escrita en varios idiomas.
- Cuáles son las secciones a las que se presta mayor atención.
- Otros aspectos que entrañen determinado interés o que destaquen con respecto a otras páginas web y cuya inclusión en el estudio resulte necesaria.

4.2.2. NIVELES DE INTERACTIVIDAD

La siguiente fase constituye el eje vertebrador del análisis y de las posteriores conclusiones para responder, finalmente, a la hipótesis planteada. Nos referimos a la medición que debemos hacer de la interactividad.

En el anterior capítulo, hemos señalado algunas clasificaciones que reconocidos autores y organismos utilizan para calibrar la interacción y que, desde el punto de vista de nuestro estudio, pueden ser utilizadas para que las conclusiones correspondan al objetivo que hemos propuesto: el grado de participación del usuario en las páginas web municipales.

En este sentido, la terminología que propone Bordewick y Van Kaan (1986) se ajusta a nuestras expectativas. Con una cuádruple división, su modelo se caracteriza por establecer unos grados que miden las posibilidades de participación. Sin embargo, no puede ser extrapolada en términos absolutos ya que los autores elaboran su estudio en torno a los medios de comunicación tradicionales.

Laura Regil (2001) sí que se refiere ya a Internet, con un modelo clasificatorio que responde, en este caso, como nuestro estudio, al modo de utilización de las páginas por parte del usuario; sin embargo, la diferencia con lo que aquí estamos planteando es que la autora se centra fundamentalmente en el diseño, aspecto que, en nuestro caso, relegamos a un segundo plano para dar prioridad a la efectividad de las herramientas propuestas en las web para la participación.

Como contraste, Salinas (1988) sí que se dedica al contenido y a la respuesta del usuario, hecho que también nos resulta útil para el objetivo que aspiramos. No obstante, su modelo tampoco es aplicable en su totalidad a nuestro análisis ya que se refiere al ámbito educacional y a la relación del alumnado con las páginas relacionadas con la docencia.

En definitiva, nuestra clasificación adoptará aquellos aspectos y parámetros propuestos en las anteriores líneas que se adaptan a nuestro objeto de estudio y que pueden alcanzar el fin propuesto para resolver la hipótesis inicialmente planteada. En otras palabras, utilizaremos la terminología de Bordewick y Van Kaan (1986) porque consideramos que se ajusta a las descripciones que planteamos para cada uno de los niveles. La medición de la actividad desarrollada por el usuario en las web municipales tendrá como base principal la aportada por Salinas (1988); y, finalmente, la propuesta de Regil (2001) nos inspirará para tener siempre como referencia a Internet como la vía de relación que puede establecer una adecuada comunicación entre el Ayuntamiento y sus ciudadanos. De este modo, la clasificación (incluida su descripción) que proponemos para cada uno de los niveles de interactividad quedaría definida de la siguiente forma:

- Nivel I o de Transmisión: Son aquellas páginas que no permiten ningún tipo de participación por parte del usuario, solo se puede acceder cliqueando y leyendo los diferentes contenidos de sus enlaces.
- Nivel II o de Consulta: Introduce ya algunas pautas básicas en 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 todos los trámites relacionados con la E-Administración. Son recursos 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 éstos entre sí. A ello se añade el cambio en el contenido de la página que aportan a través de sus contribuciones textuales o audiovisuales. Para conseguir este grado de participación e implicación del usuario, se puede recurrir a foros, chats, álbumes de fotos o de textos, entre otros que iremos descubriendo. Cada uno de estos recursos puede contar con la intermediación del Ayuntamiento a través de filtros u otras modalidades, pero lo importante es que los usuarios interactúen entre ellos a través de la página de su municipio.

- Nivel IV de Registro: Consideramos que, actualmente, es la forma más avanzada para conseguir la implicación del usuario en la página porque es él quien contribuye en una 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.

4.2.3. RECURSOS INDIVIDUALES Y RECURSOS COLECTIVOS

Como complemento a la interactividad planteada y propuesta en la página, creemos necesario comprobar si el Ayuntamiento ofrece espacio en su web para las distintas entidades, ya sean económicas (y dentro de ellas las pertenecientes al sector servicios para la promoción del turismo) o sociales puesto que, como hemos recordado en las anteriores páginas, el tejido asociativo marca una pauta imprescindible en el desarrollo y actividad de los municipios, hecho que, consideramos, debe ser reflejado en la página web del Ayuntamiento.

De este modo, haremos una división en dos tablas: en una primera, se estudiarán lo que hemos denominado *Recursos Individuales*, aquellos que necesitan únicamente la implicación de un único sujeto, lo que en términos legales, se denomina como ‘persona física’; y, en la segunda, se incluyen los que clasificaremos con el término de *Recursos Colectivos*, que serán los que requieren la participación de una entidad ya sea social o económica; es decir, y siguiendo con los mismos parámetros que aporta el Derecho, la ‘persona jurídica’.

Por medio de gráficos se presentarán resumidamente los recursos o herramientas disponibles en cada uno de los municipios para conseguir la interactividad. La selección responde a nuestra propia observación directa y a estudios que, en este ámbito de administraciones municipales o en otros, han sido analizados y plasmados en el transcurso de los anteriores capítulos. En consecuencia, convertiremos los instrumentos interactivos en variables, que se desglosarán de la siguiente forma:

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Recursos Individuales (A)	Recursos Colectivos (B)
Correo electrónico E-Administración Encuestas Foros Chats Fotografías Textos Otros	Empresas de turismo Otras empresas Asociaciones Empleo privado

Antes de continuar con el proceso que seguiremos para nuestro análisis, es preciso matizar el significado que vamos a dar a algunos de estos parámetros: cuando se habla de *Fotografías* y *Textos* nos referiremos a 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. En el apartado de *Otros* se englobarán herramientas propuestas por el Ayuntamiento o por el ciudadano que promueven de alguna forma la interactividad y la comunicación entre ambos o de los propios ciudadanos entre sí, pero que no se recogen en las anteriores variables.

En cuanto a los recursos colectivos, hemos considerado oportuno incluir una herramienta que hemos denominado *Empleo privado*, que abordaría cualquier bolsa de empleo que ponga en comunicación a entidades económicas con ciudadanos que potencialmente optan por los puestos de trabajo que en estas páginas se oferten. Igualmente, integraríamos en este grupo la posibilidad que podría ofrecer la web para que el usuario sea el que se ponga a disposición de las entidades empresariales con la exposición del currículum vitae.

Tras estas observaciones, haremos un cómputo y alcanzaremos algunas conclusiones en cada uno de los grupos poblacionales expuestos anteriormente. Todas las cuestiones obtenidas serán analizadas global y comparativamente para extraer los mejores recursos que pueden ser aplicados en una página web, consiguiendo así la interactividad y, en definitiva, que cada vecino se sienta plenamente identificado con la página que le propone su Ayuntamiento.

ANÁLISIS

CAPÍTULO 5

5. ANALISIS

5.1. Municipios con menos de 101 habitantes

1. AYUNTAMIENTO DE JARAMILLO QUEMADO (www.jaramilloquemado.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 10 de marzo del 2010)

Se trata de un municipio de tan solo 7 habitantes, el más pequeño de nuestro estudio. Aun así, posee una página web que sigue un modelo aportado por la diputación de Burgos a todos sus municipios. No obstante, su dominio es único, sin referencia alguna a la provincia, hecho que imprime a esta página, como al resto de los pertenecientes a esta provincia, una cierta autonomía.

- A.** Interactividad. Se sitúa en un incipiente nivel II de Consulta. Ya que dispone únicamente de un buzón de sugerencias. No hay chat, ni foro ni elementos que inviten al ciudadano a participar en la Red a través de esta web. Hecho que, por otra parte, es lógico teniendo en cuenta la minúscula cantidad población que impide que este tipo de recursos sean viable. Sí contempla la posibilidad de realizar trámites o gestiones on line, pero no son las referidas a la administración municipal, sino a la provincial. Existe un enlace para ello a través del certificado digital. Por tanto la E-Administración, en el plano local, no existe.
- B.** El nivel II que se aplica en esta página está pensado fundamentalmente para indicar las características e historia del municipio, pero no hay mucho más. Incluso en el apartado de teléfonos de interés, se señalan, como más importantes, aquellos que están relacionados con la provincia (servicios sanitarios, de emergencia y de seguridad). No existe ningún elemento para la captación de nuevos usuarios. No consta ninguna entidad social registrada ni empresas que puedan funcionar en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (0)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

2. AYUNTAMIENTO DE VALDEPRADO (www.valdeprado.es) EN SORIA.
(Consulta realizada el 10 de marzo del 2010)

Como el anterior municipio y los sucesivos que analizaremos cuya población no supera el centenar de habitantes, encontramos una “página modelo” facilitada por la diputación provincial, en este caso la de Soria. Su población también es notablemente escasa, 13 habitantes. Pero sí dispone de un dominio propio que no incluye ningún término relacionado con otra administración territorial superior. Este hecho no se produce en otras diputaciones como la de Palencia o la de Lérida. En ambos casos, los dominios de los municipios hacen referencia a estas provincias, por lo que se podría decir que no aporta una identidad propia a la página web de sus municipios. Uno de sus aspectos más destacables es el área denominado Información Turística, en el cual se incluyen diversos enlaces, a saber: *El Medio* (entorno ecológico); *Historia, Arte y Monumentos, Arquitectura Popular* y, por último, *Fiestas y Cultura*. El resto de los elementos de la web no requieren una continua actualización.

- A.** La interactividad se sitúa en un nivel II de Consulta básico, ya que existe la posibilidad de comunicarse con el Ayuntamiento a través del correo electrónico, pero el resto de los servicios interactivos enlazan con la diputación provincial. A diferencia del anteriormente analizado, este pueblo sí cuenta en su directorio con el teléfono del Ayuntamiento, es la única señal identificativa que se recoge de la propia administración municipal. Este número de contacto viene acompañado por otros dos, el de la Guardia Civil y el del Centro de Salud, pero referentes al pueblo de cabecera (San Pedro Manrique).
- B.** Como el anterior pueblo, no dispone de recursos colectivos para potenciar, si es que existe, el tejido social o empresarial de la localidad. Lo que resulta llamativo es que, como se ha mencionado en la introducción, destaca su riqueza natural y cultural y, sin embargo, no se ofrece espacio para la captación de turistas a través de la oferta de establecimientos dedicados a este sector. ni un mantenimiento de la página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

3. AYUNTAMIENTO DE NAVAJÚN (www.navajun.org) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 10 de marzo del 2010)

Se trata de un municipio de tan solo 18 habitantes en cuya página web se hace referencia al propio Ayuntamiento, aunque su elaboración es, como en las localidades anteriores, responsabilidad de una administración territorialmente superior, en este caso el gobierno regional de La Rioja; ya que el único vínculo que tiene es una relación sobre el propio territorio elaborada por este organismo. El resto del contenido está en la página de inicio y sin posibilidad de otros enlaces.

- A. Se sitúa en el nivel más básico, el I de Transmisión. Solo ofrece información del municipio con sus características más peculiares, como es su proyección internacional a través de un yacimiento mineral. No existe ningún vínculo más allá del mencionado en el anterior punto.
- B. Tampoco deja opción para otros enlaces relacionados con colectivos o empresas que funcionen en el municipio. No obstante, es posible que en este tipo de municipios, con dimensiones tan reducidas, no exista movimiento social o económico; pero sí que es probable que la mayoría de ellos aporten propuestas relacionadas con el sector turístico, más concretamente referidas a alojamientos rurales, hecho, que por supuesto, es preciso destacar si así se refleja en las web que se analicen, pero en Navajún no nos encontramos con este caso.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

4. AYUNTAMIENTO DE AGUATON (www.aguaton.com) EN TERUEL (Consulta realizada el 11 de marzo del 2010)

Nos encontramos con el primer municipio de nuestro estudio que, aun con una población muy baja (21 habitantes) tiene la mejor apuesta por las nuevas tecnologías, ofreciendo varios aspectos que no solo tienen que ver con la promoción del municipio, sino con la E-Administración. Incluso, según indica en el inicio, en mayo del 2.009 hicieron una nueva versión de su página con un mayor desarrollo y mejor accesibilidad. Por último, hay que añadir que se trata de una web bien diseñada y con atractivos colores para que la navegación sea entretenida y atractiva. Sí que existen varios vínculos cuyo fin es darse a conocer al exterior. Son tres en concreto, el primero dedicado a la historia del municipio, el segundo es sobre las rutas naturales y su entorno ecológico; y, por último, el referido a las fiestas patronales. Todos están convenientemente ilustrados con imágenes que hacen más atractiva la navegación por ellos.

- A. Se sitúa en un nivel de interactividad III o Conversacional bastante desarrollado teniendo en cuenta las reducidas dimensiones del municipio. Los factores y elementos que nos llevan a situarlo en esta categoría son los siguientes: Existe espacios para una básica E-Administración bajo el epígrafe *Ayuntamiento on line* por el cual el usuario puede descargar modelos de solicitudes para los trámites más usuales en formato PDF. Dispone de un Foro que se denomina *Libro de Visitas*. Además se ofrece en la página un correo electrónico de carácter general, es decir, los destinatarios no son personas en concreto, representantes municipales, sino que el remitente hace sus envíos al Ayuntamiento de Aguatón a través de un modelo incluido en la propia página en el que se pide la identificación personal y una dirección de correo electrónico. No existen encuestas, aunque sí se contempla la posibilidad de que el usuario exponga su opinión sobre las noticias que son publicadas en la página. El modelo para poder acceder a este vínculo es similar al correo electrónico que aporta el Ayuntamiento en esta web.
- B. A pesar de esta cantidad de recursos individuales, no hay espacio para empresas, ya sean relacionadas con el turismo o de otros ámbitos; ni para el posible tejido social que exista en el municipio.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

* Opiniones ciudadanas sobre las noticias de actualidad,

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

5. AYUNTAMIENTO DE ALPENS (www.alpens.cat) EN BARCELONA (Consulta realizada el 11 de marzo del 2010)

Se trata de un municipio catalán, como su propio dominio indica, cuya población alcanza tan solo los 25 habitantes censados. En el momento de consultar esta página se estaba construyendo una nueva, aunque en esa transición mantienen una web con servicios básicos que vamos a analizar. La página se completa con direcciones postales y teléfonos de los principales departamentos municipales. Toda la página de inicio, así como sus escasos enlaces está escrita en catalán, sin posibilidad de traducción a otro idioma.

- A. Se sitúa en un básico nivel de interactividad II de Transmisión que, presumiblemente, aumentará con la página nueva. Conserva no obstante, una sencilla E-Administración en el que se ofrece un modelo marco para solicitudes de carácter general, un apartado para solicitar cita con un técnico municipal o con un determinado representante político; y un tercer apartado de correo electrónico en el que el ciudadano puede exponer sus quejas, sugerencias o incidencias de las que sea testigo o le afecten directamente.
- B. Tampoco hay posibilidad de promoción social ni económica, y, en este último aspecto, en el ámbito turístico.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

6. AYUNTAMIENTO DE ORONZ (www.oronz.es) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 11 de marzo del 2010)

Nos encontramos con una página básica que ofrece servicios turísticos al ser un municipio enclavado en una zona privilegiada de la Comunidad Foral de Navarra. Se trata de otro pequeño municipio con 33 habitantes y, sin embargo, como veremos en el apartado B relativo a los recursos colectivos, ofrece una notable cantidad de opciones para usuarios externos (no residentes) que buscan un rincón de turismo rural. La página se puede leer en castellano con opción para su traducción en euskera.

A. El nivel de Interactividad es II o de Consulta, por tanto, se ciñe a dos apartados básicos:

- a. Una sencilla E-Administración bajo el enlace de *Trámites* con la cual el usuario se puede descargar dos modelos que posteriormente tiene que trasladar físicamente al Ayuntamiento. Uno de ellos es específico para solicitar licencia de obras y el otro es una instancia de carácter general. Ambos tienen formato pdf para poder rellenar a través del ordenador y posteriormente imprimirlos.
- b. Un buzón electrónico con una dirección genérica para el Ayuntamiento, con un modelo ejemplar para la tramitación de solicitudes, opiniones, quejas o incidencias. Tiene un enlace en la página de inicio que toma precisamente el nombre de *Buzón*.

B. Como decíamos al principio, la página web está pensada fundamentalmente para la atracción turística. Por ello, aparte de un vínculo en el que se relatan las características geográficas y culturales, también se hace mención a su rico entorno natural, el cual es paralelo a otro enlace en el que se expone una galería fotográfica de los rincones más atractivos e interesantes de este pequeño municipio.

Uno de los rasgos principales dentro de este carácter de interés turístico es el enlace dedicado a servicios de hostelería que se prestan en Oronz. Tanto restaurantes como hospederías de los que, además de facilitar su dirección postal y teléfono, permite la posibilidad de enlace con las páginas web diseñadas por cada uno de estos enclaves. Aspecto a tener en cuenta para la promoción hacia el exterior del propio municipio y de la actividad de sus vecinos que, fundamentalmente, se dedican al sector económico de servicios.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

7. AYUNTAMIENTO DE PURUJOSA (www.purujosa.es) EN ZARAGOZA.
(Consulta realizada el 12 de marzo del 2010)

Municipio de tan solo 47 habitantes pero, como el de Oronz, se encuentra en un lugar ecológico privilegiado, en este caso, de la geografía aragonesa. De hecho, en su web es presentado como *La cara oculta del Moncayo*. Tiene una página de inicio muy completa que ofrece información del municipio y con enlaces de interés esencialmente turísticos. A pesar de que es una página oficial, no se hace ninguna referencia al Ayuntamiento.

- A.** La interactividad se clasifica en el nivel III Conversacional, pero poco efectivo por lo siguiente: Además de un buzón de sugerencias con destino al Ayuntamiento que se muestra en la página de inicio a través de un vínculo, ofrece al usuario la posibilidad de publicitar su terreno o bien inmueble para su venta a través de una ficha-modelo. Sin embargo, en el momento de consultar la página, nadie había utilizado este servicio.
- B.** Estamos ante una nueva web dedicada fundamentalmente a la promoción turística y, por ello existen enlaces para lugares de interés, no solo albergues o alojamientos rurales, sino también ofertas de senderismo y empresas de ocio. Es peculiar la referencia que se realiza en este entorno a otros pueblos colindantes, como también resulta singular la forma de agrupar diversos vínculos a los cuales se llega a través de la leyenda “más enlaces”. Todos ellos están englobados en apartados como *Deportes, Educación, Entretenimiento*, etc.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

* **Compra-venta particular de bienes inmuebles**

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

10. AYUNTAMIENTO DE VILORIA DE RIOJA (www.viloriaderioja.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 13 de marzo del 2010)

La página de este municipio, como otras del resto de Burgos que vamos a analizar, ha sido fruto de la aplicación de un proyecto elaborado por la diputación provincial denominado *Burgos Provincia Digital* puesto en marcha en mayo del año 2009 con el objetivo de aportar agilidad a las administraciones municipales. Se trata de un buen plan de modernización que ofrece a cada municipio, por muy pequeño que sea, una página visualmente correcta con un dominio propio, sin que aparezca en él referencia alguna a la administración provincial, como ocurre con otras diputaciones como, por ejemplo, la de Lérida, que las direcciones de sus municipios terminan con “.ddl”.

Más allá de esta referencia, común como decimos al resto de los municipios burgaleses que vamos a estudiar, nos encontramos con una página sencilla pero correctamente ordenada, tiene varios enlaces referentes a otras administraciones. Se trata de una página esencialmente estática que, a pesar de las posibilidades que ofrece su diseño, no deja lugar para una interacción fluida y eficaz entre usuario y Ayuntamiento. El mantenimiento es escaso pues no requiere apenas el cambio de los datos que hasta ahora se han reflejado desde que la página fue construida.

- A. Podríamos situar la interactividad en un nivel II de Consulta, con un correo electrónico dirigido al Ayuntamiento de Vitoria en el que se solicitan de forma obligada diversos datos identificativos del destinatario. Para su envío, dispone de un modelo marco. El resto de enlaces, o bien, están faltos de contenido. Bien es cierto que existen determinadas posibilidades para que el usuario, como contribuyente, lleve a cabo algunas tramitaciones, pero todas ellas se refieren a las propias de la diputación provincial de Burgos, por lo que no las tenemos en cuenta ya que nuestra intención es centrarnos exclusivamente en la interactividad que aporta el municipio.
- B. Se encuentra un espacio dedicado a los albergues de turismo rural existentes en el municipio, el cual posibilita enlazar hasta la página web de estos alojamientos. Por otro lado, no existen vínculos ni áreas dedicadas a la participación social de los vecinos.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

11. AYUNTAMIENTO DE CUMBRES DE ENMEDIO (www.cumbresdeenmedio.org) EN HUELVA. (Consulta realizada el 13 de marzo del 2010)

Nos encontramos con un municipio que, como muchos otros de ciertas comunidades autónomas, han contado con la ayuda y la colaboración directa de su junta provincial o de su administración regional. En este caso, la consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta Andaluza fue la que puso en marcha un plan destinado a ofrecer a los Ayuntamientos, principalmente los de dimensiones reducidas, la elaboración de una página web. Se da especial importancia a la imagen y a los atractivos que ofrece esta pequeña localidad onubense. Por último, las noticias no están actualizadas, datan de hace varios meses, aunque no hay que olvidar que se trata de un municipio con una muy escasa población que no debe generar demasiada información.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta, aunque su grado es mucho mayor que el que nos hemos encontrado en otros municipios hasta ahora analizados de las mismas características. Existen algunos aspectos básicos para la E-Administración con la posibilidad de descargar documentos para su posterior presentación física en el Ayuntamiento: alta o cambio en el padrón municipal, certificado de empadronamiento y solicitud de licencia para la ejecución de obras menores. El resto de las tramitaciones se deben llevar a cabo en la propia Casa Consistorial. Por último, existe la posibilidad de presentar on line las quejas, sugerencias y demandas de los usuarios al Ayuntamiento a través de un modelo básico incluido de correo electrónico en la página bajo la denominación de *Participación ciudadana*.
- B.** No se ofrece la posibilidad de inscribirse a asociaciones o grupos interesados en publicar sus actividades. A excepción de la guía de empresas antes citada, no hay otra posibilidad para la promoción de elementos ajenos a las áreas municipales. Por otra, parte, sí se localiza una bolsa de empleo, tanto pública como privada, pero en el momento de la consulta, no se registraba ninguna oferta.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	SI
TOTAL (%)	0(50%)

12. AYUNTAMIENTO DE SENÉS DE ALCUBIERRE (www.senesdealcubierre.es)
EN HUESCA. (Consulta realizada el 13 de marzo del 2010)

Nos encontramos con una página cuyo diseño para la navegación es muy ortodoxo y necesita un cierto tiempo para familiarizarse con él. Los enlaces se pueden visualizar a través de varios desplegables, siendo dos los principales *Ayuntamiento* y *Municipio*. No obstante, sí que aporta algunos aspectos en los que se potencia la participación ciudadana y su identificación con la página web oficial. La construcción y actualización de la página ofrece al punto de vista del usuario una localidad que, a pesar de su escasa población (52 habitantes), mantiene una notable actividad social y participativa que no es propia en otros municipios de similares características repartidos por la geografía española.

- A.** Podemos hablar de un nivel III Conversacional. Encontramos una E-Administración básica para poder descargar modelos de tramitaciones básicos: una instancia genérica, un segundo grupo para petición de certificados y otro documento para solicitud de licencia de obras. Existe un vínculo para el envío de correos con sugerencias y quejas al Ayuntamiento que se encuentra bajo la denominación de “formulario de contacto”. Propone, además, un foro y un *Tablón de Anuncios* abiertos a toda la población.
- B.** Estamos ante un municipio que, por lo que deja traslucir su web, tiene una intensa actividad social aunque podría ofrecer muchas mayores posibilidades para una mayor actividad en la Red de estos colectivos que, teniendo en cuenta que se trata de un pueblo pequeño, es muy posible que su importante movimiento, constituya uno de los pilares fundamentales para su desarrollo y supervivencia.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	2(50%)

*Tablón de anuncios

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

14. AYUNTAMIENTO DE LA QUAR (www.laquar.net) EN BARCELONA.
(Consulta realizada el 15 de marzo del 2010)

Este municipio barcelonés, uno de los más pequeños de la provincia con 60 habitantes, dispone de una página web poco actualizada, aunque con algo más de información que la anteriormente mencionada de Villa de Ves. Tiene un amplio espacio dedicado a enlaces de otras administraciones territoriales. Toda ella está escrita en catalán, sin posibilidad de traducción, por lo que limita mucho la accesibilidad a usuarios que no conozcan ese idioma.

- A.** Se sitúa en un nivel II de Consulta ya que dispone de un buzón de sugerencias bajo la denominación de *Ajuntament en línia* (Ayuntamiento en línea). Es la única posibilidad que existe para que el usuario interactúe. De hecho no dispone de E- Administración, solo ofrece información sobre los lugares donde se puede ir a realizar los trámites y un calendario del contribuyente muy anticuado que no ha sido actualizado ya que data del 2005, hecho que demuestra las pocas expectativas que se dan a la comunicación virtual entre Ayuntamiento y ciudadanos.
- B.** El único enlace que no tiene nada que ver con la administración pública es el referido a un albergue rural. Se trata de un vínculo que enlaza con la página oficial de este enclave turístico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

15. AYUNTAMIENTO DE ROBREGORDO (www.robregordo.com) EN MADRID.
(Consulta realizada el 15 de marzo del 2010)

Situado en la llamada Sierra Pobre de Madrid, dispone de una página cuyo origen es las ayudas que ofreció en su día la Comunidad de Madrid a través de su consejería de Economía e Innovación Tecnológica. Tiene un diseño ameno y atractivo pero está poco actualizada como podemos comprobar en su contenido central referido a las noticias, bandos y publicaciones, siendo la última información al respecto con fecha del 31 de octubre del 2009.

A. La interactividad se sitúa en un nivel I de Transmisión. No existe ni tan siquiera un buzón de sugerencias, hay mucha información sobre las características del municipio, lugar de concentración para amantes del turismo rural ya que, como el resto de las localidades de la Sierra Pobre, se sitúa en una de las zonas más atractivas de la Comunidad de Madrid para este tipo de salidas de ocio.

Hay varios enlaces dedicados a otras administraciones, principalmente las referentes a la autonómica madrileña. Pero en el contenido propio de la localidad, el usuario no puede interactuar, solo navegar de un enlace a otro.

B. El único vínculo para empresas y la red social es el que precisamente está dedicado al turismo rural que, bajo el epígrafe de *Alojamientos*, ofrece la posibilidad de entrar en la página web de un albergue localizado en el municipio. No existe, por otra parte, vínculo alguno en el que los ciudadanos o los colectivos sociales puedan exponer sus actividades o cualquier otro asunto que tenga que ver con el desarrollo del municipio en cualquiera de sus ámbitos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

16. AYUNTAMIENTO DE PESQUERA (www.ayuntamientodepesquera.com) EN CANTABRIA. (Consulta realizada el 16 de marzo del 2010)

Municipio de 61 habitantes en la cornisa cantábrica que dispone de una página web convenientemente actualizada. Dispone de una serie de enlaces ilustrados con multitud de imágenes; este hecho resulta muy atractivo al usuario ya que, en la mayor parte de ellas se reflejan escenas cotidianas de la vida social del municipio. Uno de los aspectos a destacar es la ausencia de la actualización, al menos en uno de los apartados que requiere, en mayor medida, esta tarea: El enlace de noticias no está actualizado; en la fecha de consulta, la última información plasmada data del 8 de diciembre del 2008.

- A.** Es una página con un nivel III Conversacional que ofrece un incentivo para la participación de los vecinos en la web. No hay posibilidad de tramitación en línea. En contactos, existe una dirección de email para que la población pueda plantear sus demandas, requerimientos o sugerencias (ayuntamientodepesquera@hotmail.com), Para alcanzar la interactividad conversacional incluye un enlace dedicado a fotografías cedidas por un importante número de vecinos anónimos que han querido compartir sus imágenes de antaño y actuales con el resto de sus conciudadanos. Ello da pie a pensar que los usuarios que exponen sus propias imágenes en la web oficial se sienten, de alguna forma, identificados con ella.
- B.** Destacamos un vínculo dedicado a “asociaciones” en las que están inscritas tres, pero una de ellas, tiene sede social en Santander. Las otras dos son autóctonas de Pesquera y, “clicando” en sus enlaces, nos ofrecen las características, actividades y organización directiva de sendos colectivos. Ambas aportan una visión muy característica de la localidad. La primera de ellas, la Asociación Socio Cultural Pesquera se presenta y trabaja con el objetivo de estudiar y conservar las tradiciones del pueblo. La segunda asociación es la Peña Bolística, un juego típico del norte de España y de la comunidad cántabra en particular que redundo en la idiosincrasia del municipio. El desglose de ambas asociaciones que hemos realizado en estas últimas líneas responde a nuestro afán por demostrar que esta página ofrece ejemplos ilustrativos de que Pesquera, a pesar de su pequeña población, tiene una intensa vida social que puede ser potenciada con el uso las nuevas tecnologías.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

17. AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE VIVER (www.villanuevadeviver.es)
EN CASTELLÓN. (Consulta realizada el 16 de marzo del 2010)

Es una web muy simple y poco actualizada. De hecho, en su inicio la información más reciente data de marzo del 2009. Incluso aún está visible la noticia de la aparición de esta web en abril del 2007, y explica que se trata de una iniciativa englobada en un proyecto de la diputación provincial de Castellón, en la misma línea seguida por otras administraciones de similar territorialidad, para dar impulso a las nuevas tecnologías en los municipios de su jurisdicción.

A. La interactividad lo podemos encuadrar en el nivel I de Transmisión porque, si bien existe una galería fotográfica como la mencionada en Pesquera, han sido expuestas, no obstante, por los propios administradores de la página y no con la ayuda de la participación vecinal.

B. No existe apartado alguno para que empresas y/o asociaciones tengan su espacio propio dedicado a su promoción.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

18. AYUNTAMIENTO DE VIÑEGRA DE MORAÑA (www.vinegrademorana.es) EN ÁVILA. (Consulta realizada el 15 de marzo del 2010)

La diputación de Ávila es una de las organizaciones territoriales que más ha impulsado las nuevas tecnologías en sus municipios, con una clara dedicación a los más pequeños, teniendo en cuenta que en esta provincia, como en el resto de Castilla-León, se encuentra el mayor número de municipios con menor índice de población. El caso de Viñegra de Moraña es un claro ejemplo de ello. La estructura y el diseño son muy manejables para el usuario, pero el contenido para la participación es mínimo, tal y como vamos a ver

- A. El nivel es II de Consulta con tan solo un modelo de formulario para el usuario en el que puede exponer sus consultas, a través del enlace *Contactos>correo electrónico* que envía el mensaje automáticamente al Ayuntamiento. No existen otros vínculos de participación ya que muchos que podrían ser susceptibles de ellos no se encuentran disponibles aún porque están *en construcción*.
- B. Por esta misma razón, por la provisionalidad de sus enlaces, no ha lugar a la incorporación de mensajes, información o actividades que se lleven a cabo en el ámbito social o económico del municipio.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

19. AYUNTAMIENTO DE BARRIOS DE LA COLINA (www.barriosdecolina.com)
EN BURGOS (Consulta realizada el 16 de marzo del 2010)

Aunque la diputación provincial de Burgos es una de las administraciones de esta territorialidad que más ha apostado por las nuevas tecnologías en los municipios de su ámbito, principalmente en los pequeños, el ayuntamiento de Barrios de la Colina, con sus 65 habitantes empadronados, dispone de una web con estilo propio y características muy diferentes a las que nos podemos encontrar en web de otras localidades burgalesas. No obstante, se trata de una página que no ofrece demasiada información ya que también muchos enlaces se encuentran *en construcción*. Hay que destacar además la escasa actualización de la página, constatable en el *Tablón de Anuncios* que, aparte de no contener ningún mensaje, está fechado el 1 de junio del 2008. Otro dato que confirma este hecho se refleja en los datos del padrón, Los cuales corresponden al año 2007.

- A. Dentro de la escasa elaboración que, de momento, nos encontramos en esta página, nos situamos en un nivel II de Consulta con un correo electrónico personal dirigido al alcalde presidente y al secretario municipal. Igualmente se especifica una tercera dirección con destinatario impersonal: la del propio Ayuntamiento.
- B. Por otra parte, hay un apartado dedicado a las entidades locales, aunque esta denominación puede llevarnos a equívoco ya que no se refiere al tejido social del municipio, sino a las tres pedanías pertenecientes a este municipio, por lo que nos seguimos encontrando en el seno del ámbito público que, por otra parte, se trata igualmente de enlaces que no están aún elaborados.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

20. AYUNTAMIENTO DE TOLLOS (www.tollos.es) EN ALICANTE (Consulta realizada el 16 de marzo del 2010)

La página del Ayuntamiento de Tollos tiene un diseño muy convencional, de hecho nos encontraremos a lo largo de este estudio que otros municipios pertenecientes a la diputación alicantina responden al mismo esquema. Contempla múltiples enlaces convenientemente ordenados, pero la mayoría de ellos sin contenido alguno.

- A.** Esta característica, la falta de información y contenido, sitúa esta página en un nivel I de Transmisión de datos pero con muy poca profundidad ya que, como hemos comentado en el primer punto, existen muchos vínculos que, aun estando reflejados en el inicio, no disponen de información alguna; entre ellos, están los más básicos como los referentes a la identidad del propio Ayuntamiento o del mismo municipio. La única referencia que puede incitar al usuario a interactuar es un enlace para que registre sus datos y pueda recibir información en su correo electrónico.
- B.** Al estar en un nivel básico de interactividad, no existen áreas dedicadas a las posibles entidades y colectivos que funcionan en el municipio ni a la participación de los ciudadanos a título individual.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

5.2. Municipios de 101 a 500 habitantes

21. AYUNTAMIENTO DE ITERO DEL CASTILLO (www.iterodelcastillo.com) EN BURGOS. (Consulta realizada el 16 de marzo del 2010)

Situado en pleno Camino de Santiago, este municipio cuenta con una web realizada por dos particulares pero que se autodenomina como la *Página oficial de Itero del Castillo*. De hecho, como ya veremos, el correo electrónico que se ofrece es el del Ayuntamiento. La mayoría de la información está dedicada a su localización en su calidad de última localidad burgalesa que se encuentran los peregrinos en su camino a Compostela. No está actualizada ya que la última información que se aportó a la página data del 1 de mayo del 2009.

- A.** El nivel de Interactividad es un básico II de Consulta en el que solo se contempla la posibilidad de enviar correos electrónicos, según ya hemos citado, al Ayuntamiento aunque en la dirección que se muestra no hace referencia alguna a esta administración: itero-castillo@terra.es. Por otra parte, se observa una gran cantidad de imágenes repartidas por fechas y acontecimientos destacados en las que se muestran diversas situaciones cotidianas de los vecinos del municipio; sin embargo, no podemos calificarlo como un recurso para la interactividad ya que no se invita a los particulares a aportar sus propias fotografías.
- B.** No existe vínculo alguno para la red social o el tejido empresarial. Se trata de una página con escaso contenido y cuyo fin primordial es exponer un nutrido álbum de fotos.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

22. AYUNTAMIENTO DE FUENTEMOLINOS (www.fuentemolinos.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 17 de marzo del 2010)

Es otra página creada con el auspicio de la diputación provincial y su programa “Burgos Provincia Digital”. En este caso, se puso en marcha el 13 de noviembre del 2009 y, desde entonces, pocos cambios ha experimentado su contenido. Las últimas modificaciones comprobadas se refieren a las previsiones meteorológicas que sí están puestas al día.

- A. La interactividad observada es un básico nivel II de Consulta. Únicamente dispone de un formulario de correo que se envía de forma directa al Ayuntamiento.
- B. Existen sendos vínculos para asociaciones y para alojamientos rurales pero en ambos casos se encuentran vacíos de contenido.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

23. AYUNTAMIENTO DE LEGARDA (www.legarda.es) EN NAVARRA.(Consulta realizada el 17 de marzo del 2010)

La página no necesita mantenimiento por la exigüidad de sus vínculos referidos en su práctica totalidad a la historia, características del municipio y direcciones y teléfonos de interés público. Todo ello es completado con un sencillo álbum de fotografías expuestas por los responsables del diseño de la página y que reflejan algunas localizaciones y vistas panorámicas del municipio,

- A. El nivel de interactividad es también II de Consulta. En este caso, aparte de disponer de un correo electrónico, tiene una sencilla E-Administración que facilita la descarga de documentos (en word y pdf) para su presentación personal en el Ayuntamiento.
- B. No existe espacio para el tejido social pero sí para alojamientos rurales a través del vínculo denominado “Comer y Dormir” en el cual se muestran algunas direcciones de restaurantes y alojamientos cuyos responsables tienen la posibilidad de incluir un enlace hacia su página web y/o correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

24. AYUNTAMIENTO DE MURLA (www.murla.es) EN ALICANTE. (Consulta realizada el 17 de marzo del 2010)

Una página modelo con escaso contenido y con muy escasa participación como veremos en los próximos apartados; si bien en el “saludo de la alcaldesa” invita a la implicación ciudadana, no existen vínculos en el que se refleje dicho aspecto. Dispone de tres secciones destacadas: Ayuntamiento, por un lado; municipio, por otro; y, por último, noticias. Cada uno de ellos con su respectivo desplegable para la apertura de vínculos, pero la mayoría de ellos, a excepción de los referidos al Ayuntamiento, no tienen apenas contenido.

- A. Inicialmente la interactividad se limita a un básico nivel II con un único vínculo de “contacto” en el que presumiblemente el ciudadano puede exponer sus quejas y sugerencias, sin embargo tras un periodo de espera de 15 días, el correo de prueba que enviamos no dio los resultados esperados. Por lo que debemos bajar el grado de interactividad hasta el I de Transmisión, ya que no existen recursos para la participación.
- B. Existe un vínculo destinado a entidades y asociaciones; sin embargo, solo se encuentra el relacionado con la parroquia que, como institución religiosa de carácter oficial, no podemos darlo por válido en la red social del municipio. No existe tampoco la posibilidad de promoción para la actividad económica, ni turística ni de cualquier otro ámbito.
- C. Recursos para individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

25. AYUNTAMIENTO DE SALILLAS DE ORO (www.salillas.es) EN HUESCA.
(Consulta realizada el 18 de marzo del 2010)

Como la anterior, se trata de una página marco, en este caso patrocinada por la diputación provincial de Huesca y los Fondos Europeos de Cooperación Regional FEDER, tal y como consta en la única noticia publicada en la web y que data de octubre del 2008, hecho que pone de manifiesto su nula actualización. Hay varias secciones que no tienen contenido y, al igual que la anterior, la mayor parte de la información está dispuesta en la sección correspondiente al Ayuntamiento.

- A.** La interactividad está situada en el nivel II de Consulta, con una básica E-Administración que posibilita la descarga de documentos en formato pdf para su posterior presentación física en el consistorio. Además dispone de un correo electrónico con un formulario-tipo, pero del que no se obtiene respuesta, hecho que invalida este recurso de interactividad.
- B.** No hay vínculo para el tejido social, pero sí para la actividad económica aunque, resulta curioso este punto por su desorden: existen sendos enlaces, uno para las empresas de cualquier ámbito y otro específico y dedicado al turismo; sin embargo, mientras que el primer vínculo está vacío, en el segundo nos encontramos una única dirección (con correo electrónico incluido) perteneciente a una casa rural para el alojamiento turístico. No obstante, sí que hallamos en este caso una implicación de este sector en la web oficial del municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

26. AYUNTAMIENTO DE SALINAS DE ORO (www.salinasdeoro.es) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 18 de marzo del 2010)

Está dedicada a la información no solo de la localidad, sino de otros servicios que se prestan en el entorno, principalmente turísticos y, en general a los disponibles en la comunidad foral de Navarra. Está preparada para su traducción al euskera, apareciendo por defecto en castellano.

- A. El nivel de interactividad es de Consulta (II) pero, a diferencia de otras web en las mismas circunstancias, no se encuentra un correo electrónico que pueda ser utilizado por el usuario para poder exponer al Ayuntamiento sus quejas, sugerencias o demandas. Sí que hay disponible una E-Administración bastante avanzada en el que, o bien, se pueden descargar formularios en formato pdf, o bien, el contribuyente puede registrarse a través de la firma digital para poder llevar a cabo las tramitaciones on line.
- B. Existe una sección dedicada al sector económico pero está vacía de contenido. Sí que encontramos una dirección de alojamiento rural pero que está englobada en el enlace de “Servicios” donde también se incluyen los datos telefónicos y postales de las áreas y dependencias municipales. El tejido asociativo tampoco tiene hueco en esta página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

28. AYUNTAMIENTO DE CIRUELOS DE CERVERA (www.aytociruelosdecervera.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 19 de marzo del 2010)

Algunos de los enlaces de la página, como el referente al Ayuntamiento, están en construcción. Se trata de un municipio que presta especial atención a sus fiestas ya que un gran porcentaje del contenido de la web se refiere a este tipo de eventos con fotos y diversas informaciones sobre las actividades que se han realizado durante esos días.

- A. El nivel de interactividad es únicamente de Transmisión (I). No dispone de un correo electrónico con destino al Ayuntamiento o a los responsables municipales. Es posible que ello se deba en parte al dato ya mencionado antes de que el vínculo relacionado con la administración municipal se encuentra en construcción. Sí que existe una sección para el foro pero no tiene ningún contenido, y tampoco hemos hallado la forma de poder participar en él, por lo que no podemos considerarlo como un recurso para la interactividad ciudadano-Ayuntamiento.
- B. Destaca un vínculo dedicado a una asociación cultural de la localidad que, a su vez, tiene varios enlaces, lo que le convierte en una página relacionada con la oficial. En este caso sí que dispone de un correo electrónico, pero no podemos considerarlo en el grupo de recursos que estamos analizando ya que no es un vínculo directo con el Ayuntamiento. Por otra parte, existe información detallada sobre una casa rural existente en el municipio, sin embargo su titularidad es pública, por lo que no se incluye en la promoción de empresas de turismo que estamos estudiando.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

29. AYUNTAMIENTO DE SALOBRAL (www.salobral.es) EN AVILA. (Consulta realizada el 19 de marzo del 2010)

Es una página con formato idéntico al que nos encontramos en otros municipios de Ávila ya que también se engloba en el proyecto realizado por la Diputación de esa provincia para el empleo de Internet por parte de las administraciones locales. Sin embargo, muchos de sus enlaces no tienen contenido aunque, presumiblemente (porque así se indica en la página), dispondrá a un corto plazo de más información.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión ya que, de momento, no hay ningún recurso que funcione para la participación del ciudadano. Encontramos un enlace para correo electrónico pero carece de funcionalidad. No dispone tampoco de E-Administración.
- B. En la página de servicios encontramos destacados los alojamientos rurales y los restaurantes del municipio dentro de un directorio mayor con todos estos servicios que funcionan en la provincia de Ávila. No existen otros recursos para la actividad empresarial de carácter general ni para el tejido asociativo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

30. AYUNTAMIENTO DE CONESA (www.conesa.altanet.org) EN TARRAGONA.
(Consulta realizada el 19 de marzo del 2010)

La página está escrita en catalán y sin posibilidad de traducción al castellano u otros idiomas. Sobre esta cuestión encontramos una peculiaridad: en el vínculo de “agenda”: Nos encontramos una iniciativa escrita en latín referida a la historia del municipio. Por otro lado, la información de esta web está actualizada ya que se encuentran noticias referentes a febrero del 2010.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión. Como en El Salobral, existe una dirección de correo electrónico con destino al Ayuntamiento pero, una vez realizadas las oportunas comprobaciones, observamos que no tiene ninguna función útil ya que el usuario no recibe respuesta a sus envíos. No existen tampoco recursos para al E-Administración.
- B. A pesar de ser una localidad costera, no hay promoción alguna del turismo a través de un directorio de empresas dedicadas a este sector, o de restauración y hostelería. Igualmente no encontramos una guía de recursos económicos ni del tejido asociativo.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

31. AYUNTAMIENTO DE BEIRES (www.beires.es) EN ALMERÍA. (Consulta realizada el 20 de marzo del 2010)

Una página con un estilo claro pero con escaso contenido ya que muchos de sus vínculos están “en construcción” por lo que la escasa información que se aporta es intemporal y no necesita actualización alguna.

- A.** La interactividad de esta web se sitúa en el II de Consulta. Dispone de administración en línea, e incluso se tiene previsto que se mejore a través del pago de impuestos on line, pero este extremo es, por el momento, un anuncio que actualmente no podemos darlos como recurso válido. No existe un correo electrónico funcional, tal y como hemos podido comprobar.
- B.** Existe un directorio de empresas de carácter general dividido en secciones y actividad económica (sanidad, hostelería, construcción etc.). No hay una específica para el turismo ni tampoco hemos encontrado recurso alguno para la promoción de las posibles entidades sociales que funcionan en el municipio.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

32. AYUNTAMIENTO DE HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA (<http://www.hiriberri-villanuevadeaezkoa.es>) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 20 de marzo del 2010)

Una página sencilla en la que predominan las imágenes del municipio en plena zona montañosa. Existen varios vínculos referidos a las características del casco urbano y de su entorno, así como de los niveles de población y otros datos estadísticos. No hay una clara información sobre el Ayuntamiento, quedando éste en segundo plano con respecto a otros rasgos del municipio ya mencionados.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta. Existen dos vías de correo electrónico, aunque una de ellas, correspondiente a un modelo-formulario, no funciona y sugiere al usuario que utilice una dirección de correo para ponerse en contacto con el Ayuntamiento. Igualmente encontramos una serie de recursos de la administración en línea, con modelos de tramitación en formato pdf que deben ser entregados físicamente por el contribuyente.
- B. Dispone de un directorio sobre alojamientos y hostelería que facilita la inclusión de una dirección web, sin embargo, ninguna de las empresas englobadas en esta guía hace uso de este recurso. No existe un vínculo destinado a la promoción del tejido social, ni tampoco para el resto de las empresas ubicadas en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

33. AYUNTAMIENTO DE PARDILLA (www.pardilla.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 20 de marzo del 2010)

Se trata de una versión más moderna que las vistas hasta ahora correspondientes a los municipios burgaleses, pero que, como éstos, está patrocinado por la diputación provincial. Fue creada en mayo del 2009 y, desde entonces no ha sido actualizada. Se trata de una nueva promoción para la potenciación de páginas web en las administraciones locales, pero que no ha sido aprovechada por este municipio, ya que adolece de varios enlaces sin contenido.

A. Uno de estos enlaces sin información es el de la tramitación on line. Sí dispone de vínculos de este tipo para otras administraciones, pero este aspecto queda fuera de nuestro objeto de estudio. Encontramos, por otra parte, varias vías de correo electrónico y una serie de direcciones que el usuario puede utilizar a través de una contraseña que es gestionada desde el Ayuntamiento. Existe, asimismo, un vínculo para la propuesta de encuestas pero, desde que se creó, no se ha llevado a cabo ninguna, por lo que no podemos englobarlo en el conjunto de recursos para la participación del ciudadano. Por ello, con estos datos, se obtiene un nivel de interactividad II de Consulta, aunque todavía muy básico.

B. Al igual que en las encuestas, la página dispone de un vínculo para las empresas hoteleras y de restauración, sin embargo, está vacío. No cuenta con un espacio para las asociaciones y colectivos del municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

34. AYUNTAMIENTO DE VICIÉN (www.vicien.es) EN HUESCA. (Consulta realizada el 23 de marzo del 2010)

Es una página modelo y común a diversos municipios oscenses. No está actualizada ya que las últimas noticias datan de marzo del 2009. Tiene algunos enlaces sin contenido pero son los menos. No obstante, son vínculos intemporales que no necesitan actualización, por lo que nos lleva a la conclusión de que están expuestos desde que fue creada la página, sin modificación alguna.

- A.** Existe una básica E-Administración con documentos descargables para, posteriormente, entregar en el propio Ayuntamiento. Dispone además de un correo electrónico con un buen servicio en el que incluso se ofrece la posibilidad de seguir su proceso a través de mensajes enviados al correo electrónico del usuario. No obstante, es un modelo común de todos los municipios oscenses que comparten el mismo diseño de web. Como incentivo y forma de invitación para que el usuario exponga sus comentarios, el vínculo del correo tiene una peculiar denominación. “¿cuál es tu opinión?”. Existe otro enlace para posibles encuestas pero no se propone ninguna desde que fue creada la página, por lo que, en conclusión, debemos englobar esta página en el Nivel II de Consulta.
- B.** Hay un vínculo para las empresas cuyo directorio refleja los datos telefónicos y domiciliarios, pero en ningún caso se expone una dirección de correo electrónico o un dominio de web. En el caso del enlace para el tejido social, existen diversas entidades que, en la propia página municipal, pueden exponer sus características. Incluso una de ellas propone un vínculo para descargar un formulario de inscripción para nuevos socios que debe ser entregado en el buzón físico del Ayuntamiento.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

35. AYUNTAMIENTO DE CONSTANZANA (www.constanzana.es) EN ÁVILA.
(Consulta realizada el 23 de marzo del 2010)

Se trata de un modelo fórmula para todos los municipios de Ávila que han querido acogerse al proyecto financiado por la diputación provincial pero que, sin embargo, en el caso que analizamos, existe un vacío absoluto en gran parte de sus enlaces. Solo tienen información los apartados intemporales, es decir, los que, presumiblemente, se elaboraron en el momento que se mostró por primera vez la web en Internet. Esta página-modelo, común en toda la provincia, es muy similar a la utilizada por la propia diputación para ofrecer información a los abulenses a través de la Red. Cambian ciertos contenidos y los colores no son iguales para marcar una seña identificativa a cada una de las administraciones públicas que se diferencian por su territorialidad.

- A.** En consonancia a su nivel de contenido, se encuentra una escasa interactividad que se limita al nivel I de Transmisión por el cual el usuario únicamente tiene posibilidad de ‘clicar’ y navegar por sus enlaces: hay un buzón virtual para sugerencias, pero en ninguna de sus dos vías funciona, ni por el acceso directo con un programa destinado a este objetivo, ni con el empleo de la dirección de correo electrónico que, por otra parte, se encuentra detallada en el pie de página con un cuerpo de letra muy pequeño y casi ilegible. No hay E-Administración ni, por extensión, ningún otro recurso para la participación vecinal.
- B.** Seguimos en la misma línea cuando hablamos de promoción empresarial, turística y social del municipio. No hay ningún espacio para alguno de estos fines y de los colectivos y entidades que los caracterizan: empresas, servicios turísticos o asociaciones de cualquier ámbito.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

36. AYUNTAMIENTO DE VILLANOVA (www.villanova.es) EN HUESCA.
(Consulta realizada el 23 de marzo del 2010)

Se ha encontrado ya alguna página web muy similar a la de este municipio, diseñada por la diputación de Huesca en 1997 y destinada a la potenciación de las nuevas tecnologías en las administraciones locales. En el caso que ahora nos ocupa, la falta de contenidos es una de las tónicas generales. De hecho, hay algunos enlaces intemporales, como el *Saluda del alcalde* o la ausencia de información en las diferentes áreas administrativas.

- A.** Entre los recursos para la participación, encontramos un correo electrónico que ciertamente responde a los objetivos obligados en esta vía de comunicación ya que hemos podido comprobar que las respuestas a los envíos de los ciudadanos no superan las 24 horas. Sí que existen algunos documentos para la gestión por parte de los contribuyentes. Es este aspecto, por tanto, el que nos lleva a englobar la página web en el nivel II de Consulta, pero nos debemos limitar a este punto porque no existen otros recursos que potencien la implicación vecinal.
- B.** Existe en la página un vínculo dedicado a asociaciones y entidades del municipio, pero es un mero directorio de nombres sin otros datos añadidos. En la *Guía empresarial* encontramos algunos negocios e industrias que sí tienen vínculo en el que pueden facilitar sus datos postales, telefónicos y su correo electrónico, pero este campo no es utilizado por ninguna de las unidades económicas existentes.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

37. AYUNTAMIENTO DE COLUNGO (www.colungo.es) EN HUESCA. (Consulta realizada el 24 de marzo del 2010)

De similares características a la página del Ayuntamiento de Vilanova, la de Colungo también parte del modelo propuesto por la diputación provincial oscense, aunque las propias características turísticas del municipio es un factor para que veamos en este caso un mayor contenido en sus enlaces. Está algo más actualizada con informaciones de agenda fechadas en enero del 2010. Aunque en el vínculo de las noticias, solo nos encontramos la primera que se publicó en la que se anunció, a principios del 2007, la habilitación de esta página.

- A. El nivel de interactividad es también un II de Consulta con un correo que, en un principio, confirma de forma automatizada la tramitación hecha por el usuario y, posteriormente, en un plazo máximo de 24 horas, devuelve una respuesta. Aunque hemos comprobado que se trata de un mensaje enviado por un servicio centralizado de la diputación provincial. No obstante, continuamos en este nivel de interactividad ya que existen recursos para la E-Administración a través de formularios pdf, también homogéneos para todos los municipios con este tipo de página, pero con la identidad propia del Ayuntamiento correspondiente. Es una administración virtual muy básica ya que se tienen que descargar para entregar personalmente al área administrativa municipal.
- B. El interés que esta localidad despierta en el exterior es causa directa para que la página municipal disponga de un directorio de empresas dividido por sectores y, dentro del más destacado para el turismo. En este campo, hay varias secciones, además de alojamientos y restauración, nos encontramos con un tercer grupo para las actividades dedicadas a la artesanía y a la agroalimentación. En todas las unidades económicas se exponen los datos identificativos y posibilita la inclusión de su dirección de correo electrónico o de página web. Lo mismo ocurre con el tejido asociativo. En esta sección se incluye, además, algunas de las propuestas de iniciativas privadas para el disfrute del ocio y tiempo libre en el entorno natural del municipio.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

38. AYUNTAMIENTO DE BEUDA (www.beuda.com) EN GIRONA. (Consulta realizada el 24 de marzo del 2010)

La página está escrita íntegramente en catalán sin posibilidad de traducción al castellano o a otros idiomas, por lo que, concluimos, está pensada para los ciudadanos del municipio o del entorno de la comunidad autónoma, pero no para el resto de los usuarios de Internet. Es una web sencilla con escasos vínculos y muchos de ellos sin actualización, como el referente a las noticias, ya que la última publicada data de agosto del 2009.

- A. Uno de los dos recursos efectivos de interactividad que existe en la página es el de la E-Administración, con formularios que son descargables previo registro del usuario y que, posteriormente pueden ser tramitados personalmente en el Ayuntamiento o por Internet. Existe, por otra parte, un correo electrónico y que goza de la efectividad adecuada tal y como hemos podido comprobar, ya que respondió a la solicitud que se ha enviado para tal efecto en un plazo de 24 horas. Por ello, fijamos esta página en el nivel de interactividad II o de Consulta
- B. Dispone de vínculos para las asociaciones, aunque solo está inscrito un colectivo con datos postales o telefónicos y sin posibilidad de enlace a otra página. Hay una clasificación las empresas que las divide en entidades relacionadas con el ocio y el turismo, y un segundo grupo para el resto de empresas. En ambos casos sí que hay posibilidad de vínculos con direcciones de correo electrónico y/o de página web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

39. AYUNTAMIENTO DE EL REDAL (www.elredal.es) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 24 de marzo del 2010)

La página, creada en el 2006, está pensada para la participación ciudadana con un modelo similar al que podría tener cualquier web no oficial del municipio. Lo que marca su municipalidad es la existencia de un enlace relacionado con el Ayuntamiento y en el que se expone, entre otras cuestiones, un saludo del alcalde, la composición de la corporación municipal y la oferta de actividades que se proponen a los ciudadanos desde el consistorio.

- A.** Debido a ese protagonismo que se quiere dar a los ciudadanos, el nivel de interactividad se sitúa en el III Conversacional con varios recursos que enumeramos: Dispone de varias direcciones para correos electrónicos que pueden ser enviados desde distintas vías para que el ciudadano exponga directamente sus sugerencias. Antes mencionábamos que la oficialidad de la página se presenta en escasos vínculos. En este sentido, se echa de menos un enlace relacionado con la E-Administración; pero sí nos encontramos con otros recursos que sí nos obligan a situar a esta página en un nivel notablemente alto de interactividad. Sobre esta cuestión, la web de El Redal dispone de un foro cuya previa inscripción es obligada a través de la constatación de algunos datos personales del usuario. Igualmente encontramos un álbum de fotos en el que se puede observar una gran participación ciudadana con más de medio centenar de imágenes añadidas por los usuarios.
- B.** Para la red social existe un enlace a modo de directorio en el que cada colectivo especifica su sede social, objetivos y actividades incluyendo enlaces a web propias o direcciones de correos electrónicos. Igualmente encontramos un vínculo denominado *Economía* en el que se insertan, por una parte, los servicios públicos disponibles en el municipio, y, por otra parte, las empresas privadas, aunque en este caso solo nos encontramos con una entrada, relacionada con una cooperativa vinícola.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

40. AYUNTAMIENTO DE VENTOSA (www.aytoventosa.org) EN LA RIOJA.
(Consulta realizada el 25 de marzo del 2010)

La página es, en este caso, una iniciativa de la administración autonómica a través de su programa *Pueblos en la red* puesto en marcha en el año 2006. Sin embargo y a pesar de que empezó con muchas expectativas, la página languideció en el año 2008 y en la actualidad no tiene prácticamente contenido actualizado. Lo más reciente que se encuentra es una comunicación en el vínculo denominado *Perfil del contratante* relativo a la adjudicación de unas obras que fue aprobada en el Ayuntamiento en abril del 2010. El resto de enlaces que precisan de un mantenimiento que coincide con los de un mayor ámbito social, datan, en el mejor de los casos del 2008. Sirva de ejemplo la galería fotográfica relativa a las fiestas patronales del municipio que datan del año 2003.

- A. El nivel de interactividad es el más sencillo y que hemos denominado como I de Transmisión ya que no existen ningún vínculo para que el ciudadano pueda implicarse con esta página y lo único que puede hacer es navegar y clicar por los distintos enlaces sin poder intervenir de ninguna otra forma. Existe una dirección de correo electrónico pero su efectividad, traducida a la potencial contestación remitida por el Ayuntamiento, es nula.
- B. Como en la mayoría de los municipios de La Rioja, se da especial importancia a las bodegas vinícolas y el caso de Ventosa es un claro ejemplo ya que, en el vínculo de *Industrias/Empresas* encontramos como unidad económica principal una bodega que dispone incluso de su propio vínculo para enlazar con su web, lo que da a entender que se trata de la principal fuente de recursos de la localidad ya que, si bien, el resto de las actividades económicas tienen su espacio en la página del Ayuntamiento, no gozan del privilegiado sitio que dispone la bodega enológica. Las asociaciones tienen su espacio en el vínculo de actividades culturales. En él pueden exponer las actividades que realizan, sus fines como entidad y la dirección de su sede social

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

41. AYUNTAMIENTO DE ITERO DE LA VEGA (www.iterodelavega.es) EN PALENCIA. (Consulta realizada el 25 de marzo del 2010)

Un aspecto que llama la atención, tanto en la anterior página analizada (del municipio de Ventosa) como la presente, es su escaso aprovechamiento para aportar información de cara a su promoción exterior, ya que ambos son municipios enclavados en la ruta internacionalmente turística del Camino de Santiago. En el caso que nos ocupa, nos encontramos con el modelo que ya hemos visto en otros municipios palentinos y que ha sido dispuesto como marco general por la diputación provincial. Esta web fue abierta al público en marzo del 2007, tal y como se informa en el vínculo de *Noticias* y, desde entonces no se ha publicado ninguna otra información, una evidente muestra de la escasa apuesta por las nuevas tecnologías.

- A. En la misma línea y paralela a la del municipio de Ventosa, la página de Itero de la Vega se sitúa en la interactividad I de Transmisión. Dispone de una dirección de correo electrónico pero tampoco es efectiva porque, tras llevar a cabo las oportunas comprobaciones, no hemos recibido respuesta municipal; en consecuencia, no podemos darlo por válido para su utilización por parte de los ciudadanos y demás usuarios de la Red.
- B. En este apartado sí que encontramos diferencias con el municipio de Ventosa. La sección de alojamientos incluye tres localizaciones. Dos de ellas disponen de vínculo para su página oficial y es curioso que en ambos casos están escritas en inglés para la promoción turística extranjera, hecho que no se ofrece en la web municipal. No hay espacio para el resto de unidades económicas de la localidad ni para su posible tejido social.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

42. AYUNTAMIENTO DE IZAGAONDOA (www.izagaondoa.es) EN NAVARRA.
(Consulta realizada el 25 de marzo del 2010)

Página patrocinada por la Comunidad Foral de Navarra, con un diseño sencillo en el que se localizan escasos vínculos, la mayoría de ellas de carácter intemporal, como fotografías que proceden de instancias anónimas en el sentido de que no se conoce si son cedidas por particulares: Otros enlaces versan sobre la historia y sobre las características geográficas y sociológicas del municipio. Es una de las páginas web de la autonomía navarra que utiliza como único idioma el castellano, sin posibilidad de poder traducirla al euskera.

- A.** Dispone de un buzón de sugerencias con dos posibilidades de envío: un modelo asociado a uno de los vínculos de la página, y una segunda a través de una dirección de correo electrónico facilitada por el Ayuntamiento. Sin embargo, ninguna de las dos opciones funciona correctamente: la del formulario no permite tan siquiera el envío por parte del usuario, mientras que de la segunda no se obtiene respuesta, tal y como hemos podido comprobar; por lo que, al ser un recurso sin efectividad, debemos prescindir de él para el presente estudio. Sí que cuenta con una básica E-Administración con modelos pdf que el usuario puede descargar para su posterior presentación física en el Ayuntamiento, por lo que con esta posibilidad, esta página alcanza el nivel II o de Consulta, en lo que a interactividad se refiere.
- B.** A pesar de existir un vínculo denominado *Comer y Dormir* no se incluye ningún dato sobre alojamientos turísticos que puedan funcionar en este término municipal. Igualmente carece de directorio sobre empresas de la localidad y sobre su posible tejido social.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

43. AYUNTAMIENTO DE NOVALES (www.novales.es) EN HUESCA. (Consulta realizada el 26 de marzo del 2010)

Se trata del modelo adaptado que aporta la diputación provincial de Huesca y que ya hemos encontrado en otros municipios oscenses. En este caso, varios de sus vínculos están sin contenido y lo que existen son intemporales.

- A. El nivel de interactividad es, como otras web del entorno, de Consulta (II) ya que dispone de una tramitación con descarga de documentos que, posteriormente se deben entregar en el Ayuntamiento, y un correo electrónico que sí obtiene respuesta por parte de la administración municipal aunque, como ya hemos comprobado en anteriores ocasiones, se trata de un servicio centralizado que, presumiblemente, es gestionado por la empresa encargada del diseño de esta página. No existen otros recursos disponibles para la interactividad del usuario.
- B. No hay recursos para la promoción económica y social del municipio, ni tan siquiera para los servicios de hostelería y restauración que, previsiblemente funcionan en este municipio, situado muy cerca al Pirineo oscense.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

44. AYUNTAMIENTO DE CORDOVIN (www.cordovin.org) EN LA RIOJA.
(Consulta realizada el 26 de marzo del 2010)

Es igual al modelo que propone la diputación provincial y que ya hemos tenido oportunidad de analizar en anteriores ocasiones. No obstante, en este caso nos encontramos con menos vínculos que el resto pero todos ellos con contenido, por lo que aporta al usuario una sensación de mayor eficacia, aunque no requiere un gran esfuerzo porque todos sus vínculos son intemporales y no precisan mantenimiento.

- A. Encontramos una dirección de correo electrónico que no es efectiva tal y como hemos podido comprobar. No hay más recursos para la interactividad por lo que esta página se limita a un nivel I de Transmisión.
- B. Por su calidad de municipio riojano, las bodegas vinícolas ocupan un espacio destacado en la economía de Cordovín. Por ello, en esta página existe un directorio de empresas dividido en dos partes, la primera para este sector y la segunda para el resto de industrias y empresas que funcionan en el municipio. Los colectivos y entidades sociales exponen sus datos domiciliarios (no electrónicos) en el enlace de *Actividad cultural*. No hay posibilidad de incluir un vínculo en cada una de ellas para la promoción de sus actividades.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

45. AYUNTAMIENTO DE NOVIERCAS (www.noviercas.es) EN SORIA. (Consulta realizada el 26 de marzo del 2010)

Una página con un adecuado mantenimiento de la información porque, teniendo en cuenta que Noviercas tiene una población que no alcanza los 200 habitantes, expone en su web noticias fechadas en marzo del 2010. Su diseño es un modelo del propuesto por la diputación provincial con algunos enlaces que, o no funcionan o tardan mucho en abrirse, hecho que resulta contraproducente para incitar a la navegación del usuario. Un ejemplo de ello es la *Guía Urbana* en el que se expone un callejero del municipio y diversos mapas de la comarca.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión ya que la única posibilidad de interactividad que se propone es una dirección de correo electrónico pero, por lo que hemos comprobado, carece de efectividad. No existe ninguna otra opción para que el internauta pueda hacer algo más que ‘clickear’ entre las distintas secciones que se exponen.
- B. Existe una guía para el comercio y entidades bancarias (que curiosamente son dos las que funcionan en este pequeño municipio). El tejido social también tiene su vínculo en el que las entidades, todas ellas en una misma página, exponen sus características, objetivos y dirección postal de su sede. Para el resto del sector económico, incluido el turístico, no se han planteado enlaces propios que faciliten su mayor promoción a través de Internet.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

47. AYUNTAMIENTO DE MILLENA (www.millena.es) EN ALICANTE. (Consulta realizada el 29 de marzo del 2010)

Es un modelo fórmula ya encontrado en otros municipios y que en esta ocasión se desconoce si está patrocinado por la diputación provincial o pertenece a una entidad privada dedicada a este servicio y que expone un diseño marco para la páginas municipales. Muchos de sus contenidos, los intemporales, están escritos en valenciano, como son los referentes a la historia y a las características de Millena. Otras áreas están vacías de contenido como son las relacionadas con las noticias de actualidad.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión porque no tiene tan siquiera una dirección de correo electrónico efectiva y no hay ningún recurso para la E-Administración. No hay más cauces para la participación ciudadana.
- B. Tampoco hay espacio para la promoción empresarial del municipio ni para el tejido asociativo. Se trata de una página elaborada con escaso cuidado y sin prestar atención a la participación del vecino.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

48. AYUNTAMIENTO DE VERTAVILLO (www.vertavillo.es) EN PALENCIA.
(Consulta realizada el 29 de marzo del 2010)

Una nueva página obtenida del modelo propuesto por la diputación de Palencia que en la mayoría de los enlaces no hay contenido, ni intemporal ni de mantenimiento o actualizado. El único vínculo más completado es el referente a otros enlaces los cuales están relacionados con el organismo provincial.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión, sin un buzón electrónico que sea efectivo y con un vínculo para las tramitaciones on line que, como muchos otros y como ya hemos mencionado, tampoco dispone de contenido.
- B. No existe ningún enlace para la red social ni para el conjunto de empresas y/o industrias existentes en el municipio.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

49. AYUNTAMIENTO DE RODA DE ERESMA (www.rodadeeresma.es) EN SEGOVIA. (Consulta realizada el 29 de marzo del 2010)

La página fue creada en el 2007 y desde el 2008, con motivo de sus fiestas patronales de agosto, no ha sido actualizada. En este caso no solo hay vínculos sin contenido, sino que incluso algunos son prácticamente ilegibles y, por supuesto, sin enlace alguno.

- A. No existe un correo efectivo ni recurso alguno para la participación por lo que situamos esta página en el nivel I de Transmisión e incluso con ciertas reticencias ya que la página está obsoleta y necesita un profundo proceso de renovación.
- B. Igualmente no hay posibilidad para la promoción y participación de entidades ciudadanas de cualquier ámbito social ni para las empresas que pueden estar asentadas en esta localidad.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

51. AYUNTAMIENTO DE PARAUTA (www.parauta.es) EN MÁLAGA. (Consulta realizada el 1 de abril del 2010)

Situado en plena serranía de Ronda, el Ayuntamiento de Parauta dedica su página web a este hecho con varios vínculos sobre ello, principalmente para mostrar las características del municipio y de su entorno natural. Está convenientemente actualizada con una hemeroteca de las informaciones que se han publicado en la página desde el año 2008.

- A. A pesar de su promoción al exterior, no aportan apenas vínculos participativos para los vecinos del propio municipio. El nivel de interactividad se limita al II de Consulta con una dirección de correo electrónico para la recepción de sugerencias. Existe un álbum fotográfico pero ha sido elaborado con imágenes aportadas por el propio archivo municipal.
- B. Incluye un directorio convenientemente ordenado de alojamientos y restaurantes; cada uno de ellos con su propio vínculo para que, sin tener que abrir una nueva ventana, pueda ofrecer, de forma individualizada, las características, precios y otros aspectos que pueden interesar al posible visitante de la localidad. No tenemos directorio de empresas dedicadas a otros sectores ni un vínculo para el tejido asociativo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

52. AYUNTAMIENTO DE MUTILOA (www.mutiloa.net) EN GUIPUZKOA.
(Consulta realizada el 1 de abril del 2010)

En este caso el modelo empleado es el que aporta la diputación provincial de Guipúzcoa a través de su programa *Gipuzkoa.net*. Predomina la imagen al texto, el cual está escrito en euskera con posibilidad de su traducción al castellano. No está actualizado desde que en año 2007 fue creado, aunque la mayoría de sus contenidos son intemporales.

- A. No existe ningún recurso para la participación del ciudadano, de hecho, no hemos encontrado tan siquiera una dirección de correo electrónico, por lo que se limita a un nivel de interactividad I de Transmisión.
- B. Sí que dispone de una sección para los alojamientos rurales del municipio, situado en la comarca de Goierri. En cada uno de ellos existe la posibilidad de publicar sus datos para el posible visitante y se facilita enlaces para sus propias páginas web. No hay más enlaces destinados a otros sectores empresariales ni para la red social de la localidad.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

53. AYUNTAMIENTO DE NAVARREDONDILLA (www.navarredondilla.net) EN ÁVILA. (Consulta realizada el 3 de abril del 2010)

Una curiosa página de la cual únicamente se sabe que es titularidad del Ayuntamiento a través del buscador, ya que no hay un solo contenido que haga referencia a la administración municipal. Está centrada única y exclusivamente en la localidad (costumbres, fiestas, historia...) y en sus vecinos. Tiene una conveniente actualización de todos los acontecimientos que se celebran a lo largo del año. Hay un álbum de fotografías adecuadamente clasificado en el que se reflejan las principales celebraciones y costumbres del pueblo, aunque todas las imágenes han sido cedidas, presumiblemente, por un fotógrafo profesional.

- A. Con este preámbulo podemos deducir que nos encontramos en un nivel III Conversacional con varios recursos disponibles para el usuario. Además de un correo electrónico, existe un foro que es muy utilizado por los habitantes de Navarredondilla, y un chat, que no lo es tanto pero que también tiene un cierto uso.
- B. Existe un enlace para la promoción de todas las empresas del municipio, ya sean las de ámbito turístico y hostelero y las que corresponden a otros sectores económicos. Todas ellas tienen publicados sus datos domiciliarios, telefónicos e incluso las direcciones de correo electrónico.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	SI
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

55. AYUNTAMIENTO DE VILLAVIEJA DEL LOZOYA (www.villaviejadelozoya.es) EN MADRID. (Consulta realizada el 4 de abril del 2010)

Es uno de los pocos municipios de la llamada Sierra pobre de Madrid que cuenta con su propia página web, hecho que le brinda un valor añadido. Está destinada fundamentalmente a la promoción turística del municipio ya que se encuentra en uno de los sitios más atractivos del entorno natural madrileño. Tanta es su aspiración a conseguir la captación de visitantes que incluso es una de las escasas páginas que tiene la posibilidad de ser traducida al inglés.

- A. Su nivel de interactividad, no obstante, es de nivel II de Consulta con un correo electrónico, aunque no es el medio más utilizado por el usuario según ha constatado la propia administración local. No existen otros recursos interactivos.
- B. Como ya hemos mencionado, la promoción hacia el exterior es uno de los puntos fundamentales, dedicando una gran cantidad de contenido a los alojamientos, empresas y áreas de restauración existentes en el municipio. Ya no solo como directorio sino que en la propia página se informa sobre las excelencias y bondades de cada una de estas unidades empresariales. Sirva como ejemplo un enlace único dentro de la web del supermercado existente en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

56. AYUNTAMIENTO DE CIRAT (www.cirat.net) EN CASTELLÓN. (Consulta realizada el 4 de abril del 2010)

Una web sencilla, con escaso contenido y, como ocurría en Navarredondilla, se sabe que es de titularidad municipal porque así se especifica en la página de inicio ya que, por otro lado, no hay referencia alguna al Ayuntamiento. Su información, de carácter intemporal, se refiere básicamente a las características del municipio, situado en la zona interior de Castellón.

- A. Se sitúa en un mínimo III Conversacional de interactividad ya que no pasa por el nivel II porque la dirección de correo que se publica no funciona. Para alzarse al nivel III cuenta con un solo recurso: la posibilidad de los usuarios para insertar relatos referidos al municipio, una herramienta notablemente empleada por varios usuarios. No existen más opciones para la participación ciudadana.
- B. Existe un directorio para los alojamientos con enlaces para sus web. El resto de empresas ni tampoco el tejido asociativo tiene espacio en esta página.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

57. AYUNTAMIENTO DE CORERA (www.corera.org) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 5 de abril del 2010)

Predominan las imágenes al contenido, y está convenientemente actualizada con noticias recientes que incluso aportan vídeos que son publicados en Youtube sobre informaciones relacionadas con Corera y que se obtienen de la emisión en determinados canales televisivos. La estructura adolece de un cierto desorden aunque no es demasiado complicado familiarizarse con esta página que, aparte de aportar información sobre el Ayuntamiento, ofrece novedades y datos característicos del municipio.

- A.** El nivel de interactividad es Conversacional (III) mucho más avanzado que el que se acaba de analizar de Cirat. Dispone de un correo electrónico efectivo y una sencilla Administración Virtual que funciona a través de formularios de petición que pueden ser remitidos por el usuario directamente desde la propia página. Lo mismo ocurre con el buzón de sugerencias que funciona con notable eficacia. Pero, además, dispone de un *Libro de visitas*, es decir, un foro muy utilizado por los vecinos con dos vías de comunicación, entre los propios internautas y entre éstos y el Ayuntamiento.
- B.** Las asociaciones del municipio ocupan un lugar destacado en esta web. De hecho, en la página de inicio se destaca en la parte central las actividades que realizan en otros colectivos; además existe un directorio para conocer sus actividades, sede social y correo electrónico si es que disponen de ello. Existe también un listado para la economía del municipio con todas las empresas que funcionan en Corera, independientemente del sector al que pertenezcan.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

58. AYUNTAMIENTO DE ALMENAR DE SORIA (www.almenardesoria.es) EN SORIA. (Consulta realizada el 5 de abril del 2010)

Una página cuidadosamente diseñada y bien estructurada pero que los contenidos en sus vínculos son escasos y los que hay son intemporales. Tiene varios enlaces relacionados con la diputación provincial, pero los que pertenecen exclusivamente al Ayuntamiento están vacíos.

- A.** El nivel de interactividad es I o de Transmisión ya que, aunque dispone de un vínculo para el correo electrónico, éste carece de efecto como hemos podido comprobar. Tampoco tiene recursos para la E-Administración ni otras posibilidades para la participación ciudadana.
- B.** De los escasos vínculos que hay referidos al municipio, hay dos que sí están dedicados a la promoción social y económica. Igualmente tiene otro para los lugares donde comer y dormir para promocionar, de esta forma, el posible turismo. El resto de las empresas y las entidades ciudadanas se encuentran en sendos vínculos incluidos en un solo apartado denominado: directorio y empleo. En ninguno de los casos, ni en la promoción turística ni en los otros dos, hay posibilidad de enlace con su propia página o con una dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

59. AYUNTAMIENTO DE BECEDAS (www.becedas.es) EN ÁVILA. (Consulta realizada el 6 de abril del 2010)

Es la página modelo desarrollada por la diputación de Ávila y que ya hemos visto otras prácticamente idénticas pertenecientes a la misma provincia. En esta caso, muchos de sus vínculos están vacíos de contenidos y, como ocurría en Almenar de Soria, prácticamente los únicos que contienen algo de información son los referentes a la administración provincial.

- A. El nivel de interactividad es igualmente el I de Transmisión, sin un correo efectivo ni recursos para que los contribuyentes puedan realizar sus trámites a través de la web. La información es escasa y está claramente obsoleta y desactualizada.
- B. Sí que existe un vínculo para conocer los alojamientos turísticos que existen en la zona. Se trata de un directorio incluido en un enlace que conduce al usuario hasta el vínculo que dispone para esta cuestión, la página de la diputación provincial, pero está convenientemente ordenado y aporta la dirección de correo electrónico o de la página que dispone cada uno de los lugares propuestos.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

60. AYUNTAMIENTO DE COPONS (www.copons.net) EN BARCELONA. (Consulta realizada el 7 de abril del 2010)

Escrita íntegramente en catalán y sin posibilidad de traducción al castellano o a otros idiomas, la página del Ayuntamiento de Copons está convenientemente actualizada con las actividades culturales y sociales que se ofrecen desde el propio municipio, además de las noticias que se generan desde la administración local. Existen vínculos en redes sociales como Facebook en las que el Ayuntamiento está registrado, tal y como se observa en el inicio de la web. Se trata de un municipio pequeño y, como el resto de las mismas características, dispone de poco presupuesto por lo que consideramos una buena idea utilizar las redes sociales que, según aseguran las propias fuentes municipales, tiene una gran aceptación.

- A. A pesar de esta posibilidad de inscribirse en la mencionada, el nivel de interactividad lo catalogamos en el II de Consulta ya que nuestro análisis se ciñe a la participación ciudadana dentro de la propia página oficial. Existe la posibilidad de registrarse para recibir la información en el propio correo electrónico del usuario. La medida de interacción de consulta se argumenta con una E-Administración por la cual se pueden llevar a cabo tramites en línea a través de la descarga de archivos. Dispone, por otra parte, una dirección de correo electrónico efectiva y útil que responde a las expectativas y sugerencias del ciudadano.
- B. Facilita la promoción de la actividad empresarial del municipio en sus enlaces. Igualmente hay cabida para el tejido social y para las actividades de los colectivos que puedan existir en el municipio. Encontramos, además, un vínculo asociado a una ventana externa en la que se especifica una serie de actividades realizadas por el Centro de Educación Infantil de Copons, pero, al ser de ámbito público, no lo podemos desvincular de la propia administración territorial.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

61. AYUNTAMIENTO DE SAMANIEGO (www.aytosamaniego.com) EN ÁLAVA.
(Consulta realizada el 8 de abril del 2010)

Uno de los fines principales de la página es la promoción del nuevo turismo enológico, no obstante también cuenta con otras informaciones correctamente actualizadas, la mayoría de ellas relacionadas directamente con el Ayuntamiento. El diseño es sencillo y se prima en gran medida la imagen al texto.

- A. Dispone de una única dirección de correo electrónico que sí tiene efectividad tal y como hemos podido comprobar. No existen otros recursos para la participación ciudadana, por lo que se sitúa en un nivel II o de Consulta en lo que a interactividad se refiere.
- B. La ya citada promoción del turismo enológico se refleja en esta web con un enlace destacado en la página de inicio referido a las diez bodegas que funcionan en este municipio cuya población apenas supera los 300 habitantes. Lo que da a entender su dedicación económica a este sector. En los sucesivos enlaces nos encontramos con varias reseñas sobre alojamientos rurales y hoteles englobados en el vínculo denominado “Ocio y Turismo” donde nos encontramos algunos lugares de interés cultural que pueden ser visitados en el municipio. Existe una única entidad que, según esta página, funciona en Samaniego y en la que tienen la oportunidad de ofertar diversas iniciativas que proponen, no solo para sus socios, sino para toda la población *melguera* (gentilicio de la localidad); todas ellas están convenientemente actualizadas, lo que pone de manifiesto la intensa actividad de este colectivo.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

62. AYUNTAMIENTO DE PARADA DE RUBIALES (www.paradaderubiales.es) EN SALAMANCA. (Consulta realizada el 8 de abril del 2010)

La página está pensada fundamentalmente para mostrar una intensa actividad cultural y social que se desarrolla en este municipio salmantino de 300 habitantes (datos aportados por el INE a 31 de diciembre del 2009). Igualmente habla de su entorno y de sus características más peculiares como las 1.500 bodegas subterráneas que están repartidas por todo su término municipal. La fotografía ocupa un lugar destacado y todos los eventos que se desarrollan a lo largo del año tienen su propio álbum en esta página.

- A.** El nivel de interactividad, no obstante, se queda en el I de Transmisión ya que hay dispuesto un vínculo on line de sugerencias pero no funciona, tal y como hemos podido comprobar. Tampoco otros recursos para la participación ciudadana a pesar, como decimos, de la intensa actividad que, según los textos de la página, se desarrolla en este municipio.
- B.** Existe un enlace dedicado a las características y objetivos que persiguen las dos asociaciones que funcionan en Parada de Rubiales, la primera es de mayores y la otra es de mujeres. En ninguno de los casos se especifica un enlace o una forma de contactar con dichos colectivos. No hay, por otra parte, promoción económica o empresarial.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

63. AYUNTAMIENTO DE RUPIT I PRUIT (www.rupitpruit.cat) EN BARCELONA.
(Consulta realizada el 12 de abril del 2010)

Al igual que se ha comprobado en varias páginas de Catalunya, la página de Rupit i Pruit está escrito en el idioma oficial de esta comunidad autónoma y sin posibilidad de traducción al castellano o a otra lengua, salvo una excepción que constituye una peculiaridad: el vínculo dedicado a las características, historia y entorno natural del municipio ofrece la posibilidad de ser traducido al castellano, al inglés y al francés. El resto de los enlaces no aportan esta opción.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en la Consulta (II) ya que, si bien aporta una dirección de correo que carece de efectividad, sí que facilita al contribuyente la posibilidad de la tramitación on line con la descarga de formularios que pueden ser remitidos Al ayuntamiento a través del correo ordinario o por medio de la propia página municipal. No existe ninguna otra opción para la participación del usuario.
- B.** Incluye un vínculo para el tejido asocial dividido por su funcionalidad (deportivas o culturales) Igualmente existe un directorio empresarial también clasificado en sectores económicos y en el que se incluyen los campings enclavados en el municipio y otros alojamientos destinados al turismo como son hoteles, restaurantes y pensiones.
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

64. AYUNTAMIENTO DE ABADÍA (www.abadia.es) EN CACERES. (Consulta realizada el 12 de abril del 2010)

Es el modelo aportado por la diputación provincial y que ya hemos visto en varios municipios cacereños. En el caso que no ocupa, no está actualizado desde el año 2008, según se refleja en su sección de *Noticias*, pero, igualmente, hay otros vínculos que carecen de contenido.

- A. En la misma línea, nos encontramos que el nivel de interactividad se queda en el I de Transmisión, ya que, aunque existe un vínculo para la E-administración, no facilita ni documentos ni modelos de tramitación para la gestión de los contribuyentes. Del mismo modo, la única dirección de correo electrónico encontrada carece de efectividad.
- B. En el capítulo de *Directorios* sí que encontramos dos que interesan para este estudio, por una parte, el referido al tejido social y por otra a la actividad económica del municipio. En ambos casos facilita la posibilidad de incluir los datos postales telefónicos y electrónicos, tanto direcciones de correo en Internet como dominios de páginas web.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

65. AYUNTAMIENTO DE HIGUERA DE LAS DUEÑAS
(www.higueradelasduenas.es) EN AVILA. (Consulta realizada el 13 de abril del 2010)

Es, de nuevo, el modelo propuesto por la diputación provincial y visto ya en otros municipios abulenses. En este caso, la comunicación e información a través de la web es prácticamente nula. Hay escasos datos intemporales y un ejemplo muy ilustrativo se encuentra en la *Galería de Imágenes* que incluye una sola fotografía del municipio. No hay tablón de anuncios, ni noticias ni datos propios de la localidad que interesen o puedan interesar a sus vecinos. El único vínculo con información algo más detallada es el referente a los Enlaces de Interés pero se trata de vínculos relacionados con la diputación provincial por lo que debemos descartarlos para este estudio.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión, sin ningún enlace para la administración en línea ni una dirección de correo eficiente, tal y como hemos podido comprobar. No existe ningún recurso ni tan siquiera proyecto para llevarlo a cabo y que contribuya a la participación ciudadana.
- B. Dispone de un enlace que desemboca en un directorio con todos los alojamientos y locales de restauración inscritos en la página de la diputación de Ávila. No existe ningún otro listado dedicado al resto de actividades empresariales ni para el posible tejido social que exista en la localidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

66. AYUNTAMIENTO DE FISCAL (www.aytofiscal.es) EN HUESCA. (Consulta realizada el 13 de abril del 2010)

Como otros municipios de similares dimensiones, nos encontramos una página facilitada por la Diputación Provincial que, según se informa, se puso en marcha en enero del 2009, pero desde esa fecha no se ha realizado ninguna actualización ni se han planteado contenidos nuevos. La mayoría de las informaciones fueron aportadas por la administración territorial oscense como punto de arranque de la web y, sin embargo, no ha tenido continuidad alguna.

- A. El nivel de interactividad es un sencillo II de Consulta. El único recurso efectivo es una básica E-Administración con la incorporación de diversas instancias para la tramitación burocrática que, una vez rellenas por el contribuyente, pueden ser entregadas físicamente en el ayuntamiento. Existe igualmente un modelo de envío de correo electrónico pero hemos comprobado que no funciona, por lo que no podemos darlo por válido
- B. El tejido social sí que tiene su espacio aunque, como ocurre en la mayoría de los contenidos, no está convenientemente actualizado y solo dispone de información intemporal. Además solo podemos hablar de una sola entidad social inscrita. Hay también un vínculo para la promoción turística pero carece de contenido.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

67. AYUNTAMIENTO DE FIGUEROLA DEL CAMPEN TARRAGONA. (Consulta realizada el 14 de abril del 2010)

Escrita íntegramente en catalán y sin posibilidad de traducción a otro idioma, la página de Figuerola del Camp está organizada de forma adecuada e incluye contenidos e información en todos sus vínculos convenientemente actualizados. Predomina el texto sobre la imagen.

- A. El nivel de interactividad es el III Conversacional ya que, aparte de un modelo de envío de sugerencias y una dirección de correo electrónico; los usuarios pueden exponer su opinión a través del denominado *Llibre de visites* (Libro de visitas) que muestra una activa participación de los vecinos y eventuales visitantes, que exponen sus opiniones acerca del municipio y de su desarrollo para compartirlas, a modo de un foro virtual, con otros usuarios. Por otra parte, dispone de una E-Administración que aporta una adecuada facilidad para que el contribuyente pueda llevar a cabo sus gestiones por Internet. Esta facilidad se traduce en ejemplos como el siguiente: en el caso del pago del Impuesto de Vehículos de Tracción Mecánica, solo es preciso incluir la matrícula y un número de tarjeta vinculada a una cuenta donde se pueda cargar la tasa. No hace falta mayor gestión por lo que es una administración on line suficientemente viable.
- B. Existe un directorio de asociaciones y otro de entidades empresariales que no distingue entre las turísticas y las que no son. Sin embargo, en ambos listados se echa en falta la posibilidad de un vínculo hacia sus propias páginas oficiales o hacia una dirección de correo electrónico.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

68. AYUNTAMIENTO DE HONTALBILLA (www.hontalbilla.es) EN SEGOVIA.
(Consulta realizada el 14 de abril del 2010)

Se trata de una página realizada por la propia administración local de diseño sencillo y escasos vínculos de contenido. Su intención es que *sirva de vía comunicación entre el ciudadano y el Ayuntamiento*, tal y como se asegura en su presentación. Sin embargo, este objetivo que, por otra parte, es el eje central de nuestro estudio, no se cumple en gran medida en parte, porque se desaprovechan varios de sus enlaces y que a continuación detallamos.

- A.** No obstante, el nivel de interactividad es el III Conversacional debido a la existencia de un foro pero, que, por otra parte y tal y como hemos comprobado, está infrautilizado ya que únicamente hemos visto mensajes de una sola persona que emplea este recurso para explicar historias antiguas, leyendas y otras características propias de la cultura popular. Unos textos que podían ser extraídos para otro vínculo en el que se invite a la participación de todos los ciudadanos para que creen su propia literatura. Por otra parte, hay una dirección de correo que no hemos hallado su efectividad y, paralelamente, la página carece de una E-Administración con la que el contribuyente pueda llevar a cabo sus trámites a través de Internet.
- B.** No existe ningún vínculo dedicado a la actividad social o a la promoción empresarial de Hontalbilla. Lo que si hemos descubierto es un enlace notablemente destacado en la página de inicio que desemboca en la oficina de empleo tanto público como privado que funciona como organismo autónomo municipal en Hontalbilla. Sin embargo este vínculo podría ser usado como bolsa de empleo y, sin embargo, se limita solo a contar las características de este departamento local.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

69. AYUNTAMIENTO DE FUENTELENCINA (www.fuentelencina.com) EN GUADALAJARA. (Consulta realizada el 15 de abril del 2010)

Creada en el año 2001, según se plasma en su contenido, la página de Fuentelencina tiene como fin la promoción del municipio y, sobre todo de cara al exterior para evitar el despoblamiento que afecta a muchos pueblos españoles y, en especial, alcarreños. No obstante, también dispone de información municipal dirigida a la población empadronada.

- A. Su nivel de interactividad lo debemos situar actualmente en el II de Consulta, aunque su pretensión era llegar al III conversacional con un tablón de anuncios en el que los vecinos podrían colaborar en su ampliación con sus aportaciones, sin embargo solo se encuentra la información facilitada por la administración municipal. El nivel II lo encontramos en un formulario de correo electrónico que sí funciona, tal y como hemos podido comprobar, y en una serie de recursos de la E-Administración con formularios que los contribuyentes pueden descargar para su entrega física en la Casa Consistorial.
- B. No existe ningún vínculo relacionado con el tejido social ni con la actividad empresarial general, pero sí turística con enlaces propios dentro de la página que llevan a ventanas independientes donde se especifican las bondades y características de los alojamientos rurales existentes en este municipio enclavado, por otra parte, en un lugar privilegiado del área alcarreña.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

70. AYUNTAMIENTO DE SAN JUAN DE GREDOS (www.sanjuandegredos.com)
EN ÁVILA. (Consulta realizada el 15 de abril del 2010)

Construida en el año 2007, su principal función es aportar información sobre las tres poblaciones que componen este municipio abulense y las novedades que se van generando en el Ayuntamiento. Se encuentra convenientemente actualizada, hecho que se demuestra con la información que se expone procedente de acuerdos y decisiones que se adoptan en el consistorio. Hay que señalar, por otra parte, que, a diferencia de otros mismos municipios de Ávila con similares características, San Juan de Gredos ha apostado por un diseño personal que se desmarca del propuesto por la diputación provincial.

- A. No obstante, su nivel de interactividad es el I de Transmisión y no dispone ni tan siquiera de una dirección de correo electrónico. Hay en la página de inicio una encuesta para comprobar cuál ha sido la vía que ha llevado al usuario a conocer esta página, pero no podemos considerarlo como un forma de interacción ya que no está expresando opiniones como se persigue en otras encuestas que se exponen en las páginas de Ayuntamientos. En el caso que ahora nos ocupa es una encuesta que no influye de forma directa en el desarrollo de la localidad. No hay tampoco recursos para la gestión de trámites en línea.
- B. Hay vínculos para conocer la riqueza natural de esta zona de la sierra de Gredos, sin embargo no se promociona el turismo rural a través de la publicidad de empresas dedicadas a este sector ni a otros que también contribuyan al desarrollo económico del municipio. Tampoco se ha encontrado vínculos para las asociaciones o colectivos que puedan funcionar en esta localidad.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

71. AYUNTAMIENTO DE NAVAS DE RIOFRIO (www.ayto-navasderiofrio.es) EN SEGOVIA. (Consulta realizada el 16 de abril del 2010)

Muy cercano a la sierra segoviana de Guadarrama, el Ayuntamiento pretende promocionar a este municipio a través de su atractivo turístico explicado en la página y, a su vez, ser vía de comunicación de toda la información generada en la administración local. Un diseño sencillo con una serie de vínculos globales que, a su vez, engloban a diversos enlaces.

- A. El nivel de interactividad llega al II de Consulta fundamentado en una E-Administración básica que facilita la descarga de varios modelos para diversos trámites, pero que después es preciso entregar en el Ayuntamiento personalmente. Tiene una dirección de correo electrónico y un vínculo para la exposición de quejas y sugerencias pero que carece de efectividad. No hay más recursos para la participación del ciudadano.
- B. Debido a su afán de promover turísticamente el municipio, en el inicio de la página web existen sendos vínculos claramente destacados denominados “Dónde dormir” y “Dónde comer” con respectivos listados de alojamientos y restaurantes que aportan la posibilidad en cada uno de los casos de insertar su propio enlace de su página web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

72. AYUNTAMIENTO DE POBOLEDA (www.poboleda.oasi.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 16 de abril del 2010)

Escrita íntegramente en catalán y sin posibilidad de traducción a otros idiomas, la página de Poboleda presenta un modelo genérico con algunos de sus vínculos sin contenido y pensada más que para la única promoción del municipio para el del resto de la comarca y de otras localidades que se integran en un sistema similar de diseño de web.

- A. El nivel de interactividad únicamente alcanza el II de Consulta ya que dispone de una dirección de correo electrónico con una gran efectividad, ya que la respuesta a nuestra solicitud fue prácticamente inmediata. Dispone también de algunos recursos para la gestión virtual de trámites, los cuales se pueden llevar a cabo a través de un modelo genérico para el mismo diseño de página utilizado por otras administraciones públicas.
- B. Existe un enlace para las empresas y negocios de la localidad pero a los que se añade el tejido industrial de otras aldeñas, lo que corrobora la afirmación que antes hemos realizado sobre la promoción conjunta de varios municipios en esta misma página. No hay lugar para la posible red social que funcione en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

73. AYUNTAMIENTO DE BEAS DE GUADIX (www.beasdeguadix.org) EN GRANADA. (Consulta realizada el 17 de abril del 2010)

No existe una debida actualización ya que las últimas noticias referentes al Ayuntamiento así como los bandos y actas plenarias datan de octubre del 2008. Ello trae como consecuencia que, a pesar de tener un claro y sencillo diseño, no cuenta con la debida participación ciudadana, tal y como veremos en el siguiente punto.

- A.** Realmente se trata de una página difícil de catalogar en los niveles de interactividad propuestos para este estudio, por ello nos vamos a ceñir a las propuestas que ofrece el Ayuntamiento para la participación, independientemente del uso que el ciudadano haga de ellas. En este entorno, nos encontramos, pues, en un nivel III Conversacional, con un correo electrónico que se explicita a modo de formulario en la propia página pero que carece de efectividad, no hay tampoco facilidades para administración on line pero sí hemos encontrado un vínculo para la generación de un Foro, sin embargo, no tiene ninguna entrada registrada, hecho que nos atrevemos a achacar a la escasa promoción que el Ayuntamiento realiza de su página con contenidos intemporales y con otros muchos, como ya hemos comentado, desactualizados, lo que trae consigo una merma del interés que esta página podría despertar al usuari.
- B.** Existe un directorio de empresas y otro para alojamientos turísticos. En ambos casos no hay posibilidad de que se incluya un vínculo para la página propia de cada una de las unidades económicas. Igualmente hay una sección destinada a los colectivos sociales en la que se exponen sus actividades, sede y objetivos, pero tampoco disponen de vínculo para su web o correo electrónico.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

74. AYUNTAMIENTO DE ALTZO (www.altzo.net) EN GUIPÚZCOA. (Consulta realizada el 19 de abril del 2010)

Disponible en tres idiomas, castellano, inglés y euskera, siendo éste el que se emplea por defecto en el arranque de la página. La razón de este multilingüismo estriba en su promoción hacia el exterior por la riqueza natural del entorno ideal para aficionados a la montaña y al senderismo. Dispone de secciones aparte en las que se explica a los posibles turistas las cualidades del municipio con los enclaves ecológicos y culturales que pueden ser visitados.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el III Conversacional con una iniciativa original y muy peculiar que utiliza, como vía, la página municipal. Se trata de un proyecto denominado *Compartir coche* en el que se propone a los vecinos poner a disposición de otros conciudadanos su vehículo si deben realizar la misma ruta diaria para trasladarse a su lugar de trabajo o estudio. Para ello, se plantea un espacio dentro de la web en la que los usuarios se pueden poner en contacto entre ellos con el fin de lograr el citado objetivo. Por otra parte, hay varios recursos para la tramitación de diversas gestiones que deben realizar los contribuyentes. Esta administración on line requiere la identificación previa del usuario. La dirección de correo que se facilita no funciona, tal y como hemos podido comprobar.
- B.** Sí que existe un vínculo para la promoción de las asociaciones del municipio, pero, curiosamente, no hemos encontrado vínculo para el tejido empresarial, ni siquiera para el turístico a pesar de que, como hemos mencionado en la introducción, éste es uno de los objetivos que se persigue con la construcción de esta página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

* Proyecto “comparte tu coche”

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

75. AYUNTAMIENTO DE VESPELLA DE GAIÁ (www.vespella.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 19 de abril del 2010)

Escrita en su inicio en catalán pero con posibilidad de traducción al castellano y al inglés. Está desfasada ya que las últimas noticias corresponden a septiembre del 2009. Es una tónica habitual en páginas que, como la presente, son facilitadas previamente por la diputación provincial correspondiente, en este caso, la tarraconense.

- A. El nivel de interactividad solo logra alcanzar el I de Transmisión. Existe un vínculo para la administración en línea, sin embargo, no tiene funcionamiento alguno, lo mismo ocurre con su correo electrónico que carece de efectividad, tal y como hemos podido comprobar. No existe otro vínculo para facilitar la participación ciudadana.
- B. No hay espacio en esta página ni para el tejido asociativo ni para la red empresarial del municipio.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

76. AYUNTAMIENTO DE VALDEPIELAGO (www.aytovaldepielago.es) EN LEÓN.
(Consulta realizada el 20 de abril del 2010)

Nos encontramos de nuevo con un modelo propuesto por la administración provincial que, como ya hemos visto en anteriores municipios, carece de actualización. No tiene ninguna noticia salvo la referida a la creación de la propia página web que data del 2008. Varias de sus secciones están vacías de contenido y otras se refieren al conjunto de la comarca, sin centrarse propiamente en el municipio de Valdepiélago.

- A.** Existen una serie de modelos para la tramitación de gestiones por parte del contribuyente que son descargables para, posteriormente, ser presentados a través del correo ordinario o personalmente en el Ayuntamiento. La dirección de correo electrónico existente carece de efectividad, según hemos podido comprobar. No hay otra vía de participación para el usuario de la página. Por ello, el nivel de interactividad se sitúa en un básico II de Consulta.
- B.** Como hemos mencionado en la introducción, nos encontramos con sendas secciones dedicadas a las empresas turísticas y al tejido asociativo, pero en ambos casos se refieren a entidades empresariales y colectivos sociales que pertenecen no solo a Valdepiélago, sino a todo el entorno. No es, por tanto, una página que contribuya a la identidad del Ayuntamiento a través de la Red.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

77. AYUNTAMIENTO DE FAYON (www.fayon.es) EN ZARAGOZA. (Consulta realizada el 20 de abril del 2010)

La página fue creada en el 2006 y dos años después dejó de ser actualizada tal y como se demuestra con las noticias incluidas en la página. Contiene diversos datos y características del municipio, principalmente culturales, sociales y económicas, todos ellos de carácter intemporal. Es una página que, pese a su escaso mantenimiento, no se encuentra en el grupo de las cedidas por la diputación provincial, sino que su diseño fue encargado a una empresa privada.

- A. La interactividad se sitúa en el II de Consulta con una E-Administración cuyos formularios pueden ser rellenados desde la propia página web y enviados por esta misma vía. Dispone además de un modelo de correo para la recepción de consultas y sugerencias pero hemos comprobado que carece de efectividad. Existe una encuesta que fue realizada cuando se creó la página, este recurso ya no ha vuelto a ser utilizado por lo que, actualmente, no podemos considerarlo como un canal real de participación ciudadana.
- B. Existe un vínculo para la promoción turística con los alojamientos y empresas de restauración existentes en el municipio. Hay un vínculo para la actividad económica, aunque solo se refiere al polígono industrial del municipio y no de las industrias o unidades económicas que existan en esta área. Las asociaciones también tienen su espacio, pero no existe posibilidad de que puedan incluir un vínculo para su propio correo electrónico o su página web.

C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

78. AYUNTAMIENTO DE MONTÁN (www.montan.es) EN CASTELLÓN. (Consulta realizada el 21 de abril del 2010)

En este caso sí que está convenientemente actualizada, tal y como se demuestra en el sumario de noticias. Existe mucha información sobre el municipio de cara a su promoción exterior, principalmente para el ámbito turístico.

- A.** Nos encontramos ante un peculiar nivel III Conversacional, y hablamos de peculiar porque no hay ningún recurso efectivo entre lo que hemos considerado de Consulta, ya que no existe E-Administración y la dirección de correo electrónico carece de funcionamiento. Pero sí que hay un talón de anuncios sobre compra-venta e intercambio a disposición de los vecinos y que, por tanto, contribuye a su implicación en la creación de esta página.
- B.** Existe un vínculo bastante amplio para las asociaciones y entidades locales que pueden incluir su propio correo electrónico o un vínculo hacia su página oficial, además de aportar datos sobre sus características, sede social y objetivos. Igualmente encontramos un directorio para todo tipo de empresas, divididas por actividad y con la incorporación de una sección para las turísticas. Aparte, existe una bolsa de empleo independiente a las posibles ofertas públicas que, en este sentido, realice el Ayuntamiento.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4 (100%)

* Anuncios particulares

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

79. AYUNTAMIENTO DE BOLULLA (www.bolulla.es) EN ALICANTE. (Consulta realizada el 22 de abril del 2010)

Página modelo de la diputación provincial con varias secciones faltas de contenido, solo disponen de información aquellas que son intemporales y se crearon a la par que la propia web.

- A. El nivel de interactividad es un básico II de Consulta con documentos para la E-Administración que el contribuyente tiene oportunidad de descargarse, completar e imprimir para, posteriormente, presentarlos personalmente en la sede consistorial. Existe una dirección de correo electrónico pero que carece de efectividad como hemos podido comprobar. No existe ningún recurso más para la participación.
- B. En el área de *Turismo* se incluye un directorio denominado *Donde comer y alojarse* en el cual se incluyen las direcciones de hoteles, pensiones, restaurantes y otros locales del mismo sector. Empresas de otro tipo no tienen espacio en esta página. Tampoco hay opciones para el tejido asociativo ni para propuestas de empleo.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

80. AYUNTAMIENTO DE HINOJAL (www.hinojal.es) EN CÁCERES. (Consulta realizada el 23 de abril del 2010)

Página sin apenas contenido, un modelo procedente de la diputación que, a pesar de una buena estructura de las distintas secciones, todas ellas convenientemente organizadas, no están aprovechadas en absoluto.

- A. La interactividad es tan solo de Transmisión (I). No hay recursos para la E-Administración ni tampoco funciona la dirección de correo electrónico que se ofrece en la página y que se dirige directamente a la alcaldía del municipio. A partir de aquí, seguimos sin encontrar otros recursos para la participación ciudadana.
- B. Hay una sección dedicada a los alojamientos turísticos y restaurantes, pero como otros muchos vínculos, carece de contenido. No hay espacio para la promoción del resto del tejido económico ni para los colectivos sociales que posiblemente funcionen en Hinojal.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

81. AYUNTAMIENTO DE MINGORRÍA (www.mingorria.com) EN ÁVILA.
(Consulta realizada el 23 de abril del 2010)

Esta página obtuvo, según informa en su inicio, el segundo premio Internet Castilla y León 2006. Es un modelo original y diseñado por la administración local con una gran cantidad de imágenes pero también con información actualizada convenientemente organizada.

- A. Nos encontramos con un nivel de interactividad III Conversacional gracias a la iniciativa denominada *Cuadernos Ciudadanos* a los cuales se puede acceder a través de una solicitud que es respondida de forma prácticamente inmediata por medio del correo electrónico. Con esta propuesta, los usuarios podrán exponer sus quejas, participar en encuestas e informar de actividades propias que interesen al resto de los ciudadanos del municipio. Funciona a modo de blog para cada uno de los internautas registrados. A todo ello se añaden diversas direcciones de correo electrónico correspondientes a los distintos representantes políticos municipales, incluida la alcaldesa. Existen también recursos para la E-Administración a la cual se puede acceder igualmente a través de una identificación del usuario y un código clave.
- B. Dispone de un directorio para todas las empresas y comercios de cualquier sector y un segundo dedicado exclusivamente a la promoción del turismo. Las asociaciones cuentan también con un espacio y cada una de ellas con un vínculo en el que pueden plasmar todos sus datos, actividades y objetivos, así como imágenes que consideren convenientes reflejar en esta página.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	4 (50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

82. AYUNTAMIENTO DE OSERA DE EBRO (www.oseradeebro.org) EN ZARAGOZA. (Consulta realizada el 26 de abril del 2010)

La escasez de contenido poco actualizado y un diseño poco armónico cuyo manejo no resulta sencillo son las características principales de esta página. La página de inicio está compuesta únicamente por cinco vínculos monotemáticos.

- A. El nivel de interactividad es I de Transmisión. Existe una dirección de correo electrónico pero, tal y como hemos comprobado, no tiene respuesta. Tampoco existe E-Administración ni otros recursos para la interacción ciudadana.
- B. Como hemos comentado al principio, los únicos vínculos que existen son relacionados con las características del municipio, servicios municipales y externos. Se trata de una página un tanto “impersonal” que no da cabida a la actividad que se desarrolla en el municipio, ni económica ni social.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

83. AYUNTAMIENTO DE CORNAGO (www.cornago.org) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 26 de abril del 2010)

Se trata de un modelo propuesto por la diputación provincial con contenidos claramente referidos a las características del municipio sin hacer especial mención a la actividad del Ayuntamiento. Existe un único vínculo para este tipo de información en la que se informa de la dirección postal y corporación municipal.

- A. No hay ningún recurso para la participación ciudadana. La dirección de correo electrónico que se expone no funciona y carece de efectividad. Tampoco hay posibilidad de las tramitaciones en línea, por lo que se sitúa en el nivel I de Transmisión.
- B. Entre los vínculos de esta web, existe uno referido a la actividad económica pero en ella se habla de la riqueza productiva del municipio y, en ningún caso, se hace mención de las empresas e industrias que funcionan en la localidad. Tampoco hay posibilidad de promoción asociativa.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

84. AYUNTAMIENTO DE SAN JUAN DE ÉNOVA O SANT JOANET
(www.santjoanet.com) EN VALENCIA. (Consulta realizada el 27 de abril del 2010)

Página con diseño propio que puede ser traducida tanto al castellano como al valenciano. Abunda la información municipal con diseño rico y bien estructurado, aunque con escasas informaciones y algunas de ellas no están actualizadas, como las referentes a las actividades culturales que datan de julio del 2008.

- A.** El nivel de interactividad es el II de Consulta con una oficina virtual para la E-Administración a la que se puede acceder a través de una firma digital que previamente es facilitada en la casa consistorial. Las dos vías de correo existentes funcionan correctamente, tal y como hemos podido comprobar tras obtener respuesta a nuestra solicitud. No existen otros recursos para la interacción ciudadana
- B.** No hay vínculos para el tejido empresarial del municipio ni para la red social, lo más parecido a éste último es, por una parte, la publicidad que se ofrece al equipo de fútbol sala del municipio y, por otra parte, de la banda municipal, pero en ambos casos no lo podemos incluir en los colectivos sociales ya que no aportan actividades para el resto de la población.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

85. AYUNTAMIENTO DE SALEM (www.salem.es) EN VALENCIA. (Consulta realizada el 28 de abril del 2010)

Web, igual que la anterior, que facilita al usuario su traducción al castellano o al valenciano. Dispone de mayor contenido informativo aunque, a priori, la búsqueda resulta un tanto complicada debido al diseño de la página y a los colores utilizados en el índice. Algunas de sus informaciones no están actualizadas, un ejemplo son las englobadas en *Eventos* que datan de abril del 2009.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el III Conversacional por diversos recursos que ahora detallamos pero, que, sin embargo, no son prácticamente utilizados por el ciudadano. Dispone de un correo electrónico pero hemos comprobado que carece de efectividad. Para alcanzar el grado II de consulta facilita una serie de tramitaciones en la E-Administración con solicitudes en formato pdf que, posteriormente, hay que entregar personalmente en el Ayuntamiento. Hay un buzón de sugerencias pero que es habilitado por la Diputación de Valencia, por lo que no tiene cabida en este estudio. Sí que dispone, en lo que se refiere exclusivamente a la página municipal, de un libro de visitas para que el usuario pueda evaluar la propia página y escribir sus propios comentarios sobre ella o sobre la localidad, pero éste es uno de los recursos que nunca ha sido utilizado, tal y como hemos podido comprobar. Igualmente ocurre con un foro que, se presupone que al inicio de la creación de esta página, tuvo una sensible acogida, aunque en la actualidad no hay ninguna entrada de los usuarios, los cuales se tienen que registrar previamente. No obstante y a pesar de su infrautilización, debemos incluir en nuestro estudio ambos recursos como incentivos para la participación ciudadana.
- B. Dispone de tres directorios que también son necesarios destacar, dos de ellos para la actividad económica del municipio (comercios, por un lado, e industrias, por otro) que pueden promocionar su propia web a través de esta página municipal. El tercero de ellos está dedicado a las asociaciones que, igualmente, pueden facilitar su dirección de correo electrónico o incluir un vínculo a su página propia.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

* Libro de visitas

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

87. AYUNTAMIENTO DE CINCTORRES (www.cinctorres.es) EN CASTELLÓN.
(Consulta realizada el 28 de abril del 2010)

Aunque la página puede ser traducible a dos idiomas, a diferencia de otros municipios con bilingüismo, la de Cinctorres se inicia por defecto en castellano. Está convenientemente actualizada con informaciones sobre los eventos destacados más recientes. Contiene, como otros muchos ya analizados, una gran cantidad de imágenes pero ninguna ha sido aportada por los ciudadanos.

- A. Dispone de un vínculo para la tramitación de gestiones que, por medio de formularios modelo, pueden ser enviados a través del correo electrónico o por fax, sin necesidad de que el usuario se persone en el Ayuntamiento. Sin embargo, hemos comprobado que la dirección de correo para la recepción de sugerencias ciudadanas no funciona. No existen más vínculos que faciliten la participación de los vecinos, por ello debemos englobarlo en el nivel II de Consulta
- B. Existen dos directorios para el tejido empresarial, uno de ellos dedicado al ámbito turístico y el segundo engloba el resto de los sectores económicos. La red asociativa no tiene espacio en esta web.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

5.3. Municipio de 501 a 1.000 habitantes

88. AYUNTAMIENTO DE LA FRESNEDA
(<http://www.lafresnedaweb.com/informacion/ayuntamiento.htm>) EN TERUEL.
(Consulta realizada el 28 de abril del 2010)

Nos encontramos con una página muy sencilla y bastante poco cuidada que necesita una conveniente actualización, ya que la información más actual data del 2007. No obstante, se presenta una peculiaridad ya que el dominio de www.lafresnedaweb.com corresponde a un particular que ha elaborado una página donde se puede encontrar más información del municipio que en la propia del Ayuntamiento. La particularidad mencionada reside en que ambas direcciones se inician igual, siendo ampliada en la correspondiente a la administración pública que es, en realidad, en la que nos tenemos que centrar ya que es la incluida en nuestro objeto de estudio. Por otra parte, debemos de añadir que la institucional parece subordinada a la elaborada por el particular, ya que, incluso en aquella, existe un enlace con la denominación *Página web* en la que se produce un vínculo con www.lafresnedaweb.com

- A. No obstante, la apariencia de subordinación antes aludida queda descartada cuando vemos más en profundidad la página específica del Ayuntamiento: En la fecha consultada se encuentra en construcción y la elaborada por el particular se puede considerar como un paso transitorio hasta la terminación de una página web institucional. Ello se demuestra con el anuncio en la página de la renovación del foro que ya no estará ubicado en la página particular sino en la del Ayuntamiento, al cual se podrá acceder a través del registro del DNI y de un correo electrónico. Y mientras este foro se ponga en funcionamiento, la página tiene un básico nivel I de interactividad o de Transmisión ya que solo tiene una dirección de correo que ni tan siquiera funciona, como ya hemos visto en otros municipios con menor índice de población.
- B. El resto del contenido de la página es muy sencillo y algunas de las partes, como las características del municipio, están literalmente copiadas de la página realizada por el particular. No existe la posibilidad de participación por ninguna otra vía, de entidades, asociaciones o incluso particulares.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

89. AYUNTAMIENTO DE GENALGUACIL (www.genalguacil.es) EN MÁLAGA.
(Consulta realizada el 29 de abril del 2010)

Página bien cuidada y con algunas secciones dedicadas a la participación pero poco efectivas, como comprobaremos en el siguiente punto. Está bien actualizada con eventos culturales y festivos que se muestran en la página de inicio con su correspondiente vínculo.

- A.** El nivel de interactividad alcanza el III Conversacional ya que, aparte de un correo electrónico, nos encontramos con dos secciones en las que potencia la participación; sin embargo, en grados diferentes, no son demasiado efectivas. La primera son *Noticias* en las que se invita a que el usuario plantee su propio texto para publicarlo en la web. A pesar de ello, solo se encuentran tres, la última data de diciembre del 2009 y todas las informaciones tienen carácter institucional. Lo mismo ocurre con la otra sección que, bajo la denominación de *Imágenes* nos muestra fotografías del pueblo o de la comarca que, presumiblemente, el usuario puede colgar; pero, como en la sección anteriormente citada, las 36 instantáneas que se muestran son anónimas, lo que nos lleva a la conclusión de que todas ellas han sido colgadas por el Ayuntamiento.
- B.** Por otro lado, existe la posibilidad de que se oferten entidades privadas de ámbito turístico enclavados en el término municipal. Se encuentra en una sección localizada en el apartado *Turismo* donde hay otras subsecciones con alojamientos para que, cada uno, pueda exponer sus características, propuestas y, si está disponible, enlace con su página web. Por lo demás, no existe otra sección que invite a la participación propia del ciudadano, ni en el ámbito asociativo ni a título individual.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

90. AYUNTAMIENTO DE MACHARAVIAYA (www.macharaviaya.es) EN MÁLAGA . (Consulta realizada el 29 de abril del 2010)

Escasamente actualizada ya que, por una parte, el vínculo de las noticias es erróneo; y, por otra, los enlaces dedicados a las actas de pleno y los edictos se remontan al verano del 2009. No obstante, posee una información sin caducidad que está bien organizada cuya búsqueda y hallazgo son sencillos desde su página de inicio.

A. El nivel de Interactividad lo situamos en el II de Consulta, con dos aspectos básicos:

a. Una E-Administración sencilla con la posibilidad de que el usuario se descargue diversos documentos para que, posteriormente, pueda tramitarlos personalmente en el Ayuntamiento.

b. Hay dos formas de comunicación, por un lado, en la sección de *Contacto* se facilitan varias direcciones de correos electrónicos (Ayuntamiento, alcalde, secretaría, juzgado y recaudación); y, por otra parte, un *link* denominado *Tu Ayuntamiento te escucha* en el que se expone un formulario-modelo para que el usuario pueda exponer sus sugerencias. Los datos que se requieren para esta última vía son nombre y apellidos (optativo) y correo electrónico del emisor (obligatorio para, presumiblemente, recibir respuesta).

B. No existe ninguna posibilidad para que los vecinos, ni a título individual ni asociativo, participen en la elaboración de la página. De hecho, el único enlace que podríamos incluir en esta área es el de *Restaurantes y Alojamientos* pero, en el momento de la consulta, aún estaba en construcción.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

91. AYUNTAMIENTO DE PUIGDÀLBER (www.puigdalber.org) EN BARCELONA.
(Consulta realizada el 29 de abril del 2010)

Escrita en su mayor parte en catalán, sin opción al cambio de idioma, lo que nos lleva a la conclusión de que se trata de una web destinada a ofrecer información a sus vecinos, pero no para darse a conocer en el exterior. Aunque existen algunos vínculos destinados, por una parte, a dar conocimiento de los albergues rurales; y por otra parte, para aportar datos sobre los lugares más interesantes del término municipal. Asimismo, es una página que requiere escaso mantenimiento ya que no ofrece información de actualidad del municipio.

- A. Su nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con un buzón de sugerencias en el que se requiere el nombre y el número del documento de identidad del usuario. Por otra parte, hay que destacar una ya avanzada E-Administración con la posibilidad de solventar algunos trámites a través de Internet y con el registro del ciudadano por medio de un identificador y una contraseña.
- B. Hay un área dedicada a asociaciones y entidades, aunque no todas utilizan este espacio, las que sí lo aprovechan exponen sus actividades ilustradas con imágenes y aportan un vínculo para su página web o su blog. Por lo demás, no se localizan más recursos colectivos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

92. AYUNTAMIENTO DE RODONYÀ (www.rodonya.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 30 de abril del 2010)

Se trata de una página escrita en catalán, sin posibilidad de traducción al castellano. Está convenientemente actualizada y ello se demuestra en su inicio, ya que el eje central engloba eventos e informaciones relativas a los últimos hechos ocurridos en el municipio y en el entorno, con una periodicidad prácticamente diaria. Estas informaciones, por otra parte, aportan algo de interactividad tal y como veremos en el siguiente punto.

- A.** Estamos en un nivel III Conversacional, con una gran parte de nivel II más avanzado que las páginas anteriormente analizadas debido a diversos aspectos que a continuación detallamos: La E Administración es más completa ya que, en este caso, aparte de facilitar formulario, pueden ser tramitados on line, adjuntando a través de la vía electrónica la documentación requerida. Para situar a esta página en el nivel III hay que referirse a diversos aspectos. El primero de ellos se refiere a las informaciones que se facilitan en la zona central de la página de inicio, las cuales se completan con la posibilidad para el usuario de valorarlas a través de un sencillo cuestionario cuyo resultado queda reflejado automáticamente en la página. Está adecuadamente diseñado ya que solo se puede enviar una opinión por cada ordenador; de esta forma, se intenta paliar el posible abuso de votaciones. Existe un libro de visitas en el que el usuario puede exponer la opinión del internauta acerca del municipio. Para la participación es preciso facilitar una dirección de email. Tiene también la posibilidad de crear un vínculo hacia su propia página web o hacia su blog. No obstante, no es un foro que tenga mucha participación ya que los mensajes reseñados tienen una periodicidad media de un mes y el último se refiere a diciembre del 2009.
- B.** Existen dos vínculos para las entidades sociales y para las actividades económicas. La primera de ellas bajo la denominación de *Entitats i Associacions* (Entidades y asociaciones); y la segunda *Guia Comerç i Eempreses*, (Guía de comercios y empresas). Sin embargo, en ninguno de los dos casos tienen efectividad.
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	4 (50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

93. AYUNTAMIENTO DE ONTIÑENA (www.ontinena.es) EN HUESCA. (Consulta realizada el 30 de abril del 2010)

Una página que, debido a su escasa actualización, presenta una serie de incongruencias. La más destacada estriba en el formulario expuesto para solicitudes cuyo envío es a la *Sra. Alcaldesa-presidenta del Excmo. Ayuntamiento de Ontiñena* cuando en la actualidad es un regidor el que gobierna el municipio, D. Ángel Torres. Por lo demás, se trata de una página muy sencilla con pocos vínculos y un reducido acceso a la participación. La escasa actualización de la web se comprueba igualmente en el apartado *Noticias*, la más reciente data de enero del 2007.

- A. Se sitúa en un nivel II de Consulta muy básico, con un formulario que, como hemos mencionado anteriormente, está desactualizado. Por otra parte, existe un vínculo con el fin de que el vecino interesado se pueda registrar para recibir en su correo electrónico las novedades del municipio. Existe otro enlace para consultas a través del correo electrónico.
- B. Debido a la simplicidad de la página y de su contenido, no se encuentran espacios para la implicación de entidades o ciudadanos a título individual. Lo único que existe es un directorio de las asociaciones del municipio sin más datos que su denominación y que no facilitan un vínculo para que sus miembros ofrezcan información sobre sus actividades o, tan siquiera, sobre su domicilio social.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

94. AYUNTAMIENTO DE CANET D'ADRI (www.canet-adri.org) EN GIRONA.
(Consulta realizada el 1 de mayo del 2010)

El municipio de Canet d'Adri, tal y como se refleja en la página, ofrece gran cantidad de actividades y ofertas para la participación del vecino, pero todas ellas son organizadas por el Ayuntamiento y auspiciadas por él. No obstante, sí que refleja una sensible implicación de determinadas entidades sociales, como veremos en los siguientes puntos. Hay que reseñar, por otra parte, que está escrita en catalán sin posibilidad de traducción.

A. El nivel de interactividad es únicamente de Consulta (II) con la posibilidad de descargar formularios referentes a la E-Administración que deben ser tramitados personalmente en el Ayuntamiento. Dichos formularios no solo sirven para la realización de gestiones del contribuyente, sino también para inscribirse en algunas de las actividades propuestas.

Por otra parte existe un modelo para enviar consultas y sugerencias a través de un correo electrónico.

B. Existe un vínculo para las asociaciones que, aparte de ser directorio, sí que ofrece la posibilidad de enlazar con la página oficial de estos colectivos. Por otra parte, hemos encontrado en la página principal una reseña a una actividad (concretamente una caminata popular) organizada por una entidad y patrocinada, entre otros, por el Ayuntamiento. Se encuentra en una zona preferente de la web inicial.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

95. AYUNTAMIENTO DE RUIDERA (www.ruidera.es) EN CIUDAD REAL.
(Consulta realizada el 1 de mayo del 2010)

Nos encontramos con uno de los municipios con mayor interés turístico de Ciudad Real, Ruidera, junto al Parque Natural de las Lagunas que llevan el mismo nombre. Este hecho es reflejado en la página del Ayuntamiento con varios enlaces para atraer al mayor número posible de foráneos que quieran disfrutar de este privilegiado entorno. Se trata de una web sencilla, con pocos enlaces y adolece de un escaso mantenimiento; aunque no es nulo, porque la última de las informaciones localizadas en la página de inicio data de febrero del 2010 pero consideramos que un municipio cuya población supera los 600 habitantes puede ofrecer a sus ciudadanos algo más que una información cada dos meses.

- A.** El nivel de Interactividad es el II de Consulta, aunque como ya hemos adelantado y veremos en el siguiente punto, el turismo es el punto fuerte de esta página. Por un lado, una E-Administración con la incorporación en la página de una serie de formularios para tramitaciones muy concretas (solicitudes para licencia de obras en el pueblo y en el Parque Natural, peticiones de abastecimiento de agua y de alcantarillado). Se trata de modelos pdf que, posteriormente, se deben de entregar personalmente al Ayuntamiento. El buzón de consulta habilitado en esta página no necesita un programa específico, como ocurre en otros municipios ya analizados. Se indica un formulario con el único requisito obligatorio de un correo electrónico y, con un solo *click*, el mensaje se envía automáticamente a la dirección del Ayuntamiento.
- B.** La promoción de alojamientos y otro tipo de actividades económicas que sean foco de atracción para el turismo ocupan uno de los espacios más destacables en la web. En la sección denominada *Publicidad* se incluye un directorio de todos los negocios y entidades empresariales de la localidad, con una especial atención a los alojamientos (hoteles y camping) y restaurantes. En ambos grupos se incluye, si está disponible, un vínculo que enlaza con su propia página web. En cuanto a las asociaciones, tienen un pequeño espacio en el apartado de *Ayuntamiento* en el que, también a modo de directorio, se especifica el nombre del colectivo, los miembros de su junta directiva, un número de teléfono y la dirección física de su sede. En ningún caso hay un correo electrónico ni un vínculo a otras páginas web.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

96. AYUNTAMIENTO DE TORREJON EL RUBIO (www.torrejonelrubio.es) EN CACERES. (Consulta realizada el 1 de mayo del 2010)

Torrejón El Rubio no es un municipio tan conocido como el anteriormente analizado, pero ésta es la única diferencia que se observa en un primer vistazo. Ambos tienen la misma población (614 habitantes cada uno, según el INE) y se encuentran enclavados en dos zonas naturales privilegiadas. Si Ruidera estaba junto a las Lagunas, Torrejón lo hallamos en el entorno del paraje natural de la Sierra de Monfragüe. Sin embargo, la localidad que ahora analizamos no aprovecha el recurso de la web, ni para la autopromoción ni como vía de conexión entre Ayuntamiento y vecinos. Se trata de una 'página-marco' propuesta por la diputación de Cáceres y que ya hemos visto en otros municipios de menor tamaño poblacional. Pero la mayoría de sus enlaces están faltos de contenido.

- A. El nivel de Interactividad no podemos situarlo en el II de Consulta, nos quedamos en el I de Transmisión ya que lo único que existe es una pequeña zona de *Contacto* pero que carece de efectividad. Hay enlaces destinados a lo que denominan *Teleadministración*, pero todos sus campos están vacíos: no existe la tramitación on line.
- B. Los enlaces de asociaciones y entidades, así como el de la guía comercial (con alojamientos y otro tipo de empresas) es muy sencillo: solo son directorios con la posibilidad de *clickear* en cada uno de los registros en los cuales nos encontramos, en el mejor de los casos, datos del correo ordinario y/o un teléfono de contacto. En esta página no hay más protagonismo que éste ni para la ciudadanía ni para el tejido social que, presumiblemente, funciona en el municipio.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

97. AYUNTAMIENTO DE OCHAGAVIA (www.ochagavia.com) EN NAVARRA.
(Consulta realizada el 1 de mayo del 2010)

Volvemos a encontrarnos con un municipio de interés turístico por sus parajes naturales del Pirineo Navarro y cuya página web es aprovechada fundamentalmente para ello, pero dando poca opción para la participación de los propios vecinos del municipio, como comprobaremos en los siguientes puntos. La promoción al exterior se observa también en la posibilidad de cambiar el idioma de la página en euskera y en castellano, siendo en éste último con el que se inicia por defecto. Por otra parte, está escasamente actualizada en lo que respecta a los datos del Ayuntamiento ya que los edictos más recientes publicados datan del año 2007.

A. El nivel de interactividad lo situamos en el II de Consulta porque, a pesar de que existe una única dirección de correo electrónico para el Ayuntamiento, sí es efectiva. No existe E-Administración, pero sí que nos encontramos con una peculiaridad que se puede ver en otras páginas, aunque no sea objeto de nuestro estudio: cada uno de los enlaces nos ofrece la posibilidad, a través de un link, de mandar de forma automática, la página a otro usuario de Internet. Ello multiplica notablemente la promoción turística del municipio. No requiere una elaboración por parte del internauta que esté visitando la página, pero sí que le implica en cierta medida en la difusión de las bondades de este municipio a través de la web de este Ayuntamiento.

B. Reiteramos en este punto la promoción que se realiza del municipio a través de un amplio directorio sobre las actividades comerciales, con especial mención a los alojamientos y a la restauración. Están clasificados en directorios con vínculos para informar sobre su dirección postal, número de teléfono y características del lugar.

No hay ningún espacio para el tejido social del municipio. La práctica totalidad de la página está destinada al forastero en detrimento de la participación y el protagonista del vecino del municipio.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

98. AYUNTAMIENTO DE BADARAN (www.badaran.org) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 2 de mayo del 2010)

Como el resto de los municipios de la comarca, las bodegas constituyen una de sus señas de identidad. Por esta razón, este aspecto ocupa un destacado lugar en la página municipal. Por lo demás, se trata de una web muy sencilla elaborada por *Pueblos con la red*, una entidad dedicada a esta labor que ofrece a municipios con dimensiones muy limitadas un sitio en Internet para que, desde la administración pública, se ocupen de su mantenimiento y actualización. No obstante, en este caso, no se realizan labores de mantenimiento ya que apartados como *Noticias* o *Tablón de Anuncios* están vacíos de contenido.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el I de Transmisión. Solo existe una dirección de correo electrónico del Ayuntamiento pero no es efectiva. Es la única forma de contacto virtual que el ciudadano podría tener con la administración local. No hay nada relacionado con la E-Administración o cualquier otra vía para que los vecinos puedan interactuar.
- B.** Como decíamos al principio, las bodegas ocupan un lugar destacado. Tienen su propio directorio con registros que incluyen las características de cada una y un vínculo, si está disponible, hacia la página oficial. Por otra parte, también existe la posibilidad de promoción de otras actividades empresariales, principalmente aquellas que aporten un mayor interés turístico, como son alojamientos y restaurantes. No obstante, se ofrece un lugar para cualquier establecimiento incluido en el sector económico terciario.
- No hay posibilidad ni espacio para la participación o potenciación de actividades de la red social que esté funcionando en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

99. AYUNTAMIENTO DE FUENTENOVILLA (www.fuentenovilla.com) EN
GUADALAJARA. (Consulta realizada el 2 de mayo del 2010)

La gran cantidad de fotografías es una de las características principales de esta página del Ayuntamiento de Fuentenovilla. Sin embargo, no está convenientemente actualizada ya que áreas, como la presentación de actas de plenos, datan del 2006. Del mismo año se presenta todo el contenido incluido en el vínculo de *Novedades*, por lo que se obtiene la conclusión que, desde entonces, no se ha incluido ningún contenido más, a excepción de los cambios de gobierno que se hayan producido en este cuatrienio.

- A.** A pesar del escaso mantenimiento, la interactividad de esta página la situamos en el nivel III Conversacional. No existe ningún contenido relacionado con la E-Administración, pero sí descubrimos un correo electrónico cuyos envíos llegan directamente a la dirección del Ayuntamiento. Consideramos que se sitúa en el grado conversacional ya que existe la posibilidad de que los propios ciudadanos descarguen y expongan las fotografías que disponen del municipio. Estas imágenes se encuadran en el apartado *Contribuciones* y en él aparecen las cesiones realizadas por vecinos de la localidad. No obstante, es el único aspecto que lo sitúa en este nivel de interactividad, No hay disponible ningún otro vínculo como, por ejemplo, foros o chats, donde la participación ciudadana pueda ser más numerosa y diversificada.
- B.** La red social del municipio tiene sus propios vínculos dependiendo del ámbito que ejerzan su actividad. A nivel más generalizado, en el vínculo de *Asociaciones* encontramos cuatro colectivos y en el área de *Deportes* hay otros tantos. En cada uno de ellos se ofrece información e imágenes aportadas por los miembros de estas entidades, además de la dirección y sede social, lo que da idea de la implicación social en el desarrollo del municipio y que queda reflejado fehacientemente en esta web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

100. AYUNTAMIENTO DE MONTANEJOS (www.montanejos.com) EN CASTELLON. (Consulta realizada el 2 de mayo del 2010)

Lo primero que llama la atención de esta web es que, a pesar de ser la oficial de Montanejos, no aparece contenido alguno sobre la administración municipal. Toda ella está dedicada a la promoción de sus parajes naturales y del propio casco urbano (incluyendo una webcam que muestra la actividad en tiempo real de la plaza principal del municipio). Tiene la posibilidad de traducción a tres idiomas: valenciano, inglés y castellano, siendo éste último el que se utiliza por defecto para el inicio.

- A. Se sitúa en un nivel I de Transmisión muy básico con una interactividad que únicamente responde a un correo web que se destina, presumiblemente, al Ayuntamiento, aunque, a la hora de comprobar su eficacia, no ofrece ningún dato sobre si ha sido enviado correctamente ni a quién. Como decíamos al principio, no aporta información alguna sobre la administración municipal y, por extensión, no da cuenta de ningún contenido referido a la E-Administración.
- B. La mayoría de los vínculos están dedicados a la actividad social y económica del municipio. Se presentan como un directorio donde cada uno de las entidades, ya sean asociaciones o unidades empresariales, pueden plasmar su página web oficial. Existe también una gran parte de la página dedicada a actividades y turismo que se puede disfrutar y practicar en su entorno natural, ya que este municipio es famoso por sus aguas termales.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

101. AYUNTAMIENTO DE CARDENETE (www.cardenete.org) EN CUENCA.
(Consulta realizada el 3 de mayo del 2010)

Encontramos una página convenientemente ordenada y sin actualizar porque ofrece noticias datadas a finales del 2009. Por otra parte, la última de ellas corresponde a noviembre de ese año con unas sesiones cuya periodicidad es trimestral, por lo que todavía es posible que en la fecha que consultamos esta página, aún no se haya publicado el informe sobre la última sesión. La página de inicio tiene varias secciones con varios vínculos que no solo hablan del municipio, sino de otros del entorno y de la propia diputación provincial de Cuenca.

- A.** La interactividad se sitúa en un nivel básico de Consulta (II) con la posibilidad de plantear sugerencias a través de una dirección electrónica genérica del Ayuntamiento. La E-Administración se concentra en la inclusión de unos modelos de formulario que deben presentarse a través del correo ordinario, por fax o personándose en el Ayuntamiento. No se ofrece la posibilidad de la vía telemática, aunque sí existe para aquellas contribuciones que tienen que ver con la diputación provincial. Por otra parte, hay que reseñar que, aunque en la actualidad la página se sitúa en un nivel II, antes era de grado III o conversacional ya que había dos apartados (Foro y Libro de Visitas) que, según se detalla, han sido temporalmente suspendidas por un problema de filtración de contenidos, hecho que, según se anuncia, se espera solventar *en un periodo corto de tiempo*.
- B.** No hay lugar para asociaciones ni guía comercial o empresarial. No existe ningún vínculo para la implicación de los vecinos o trabajadores del municipio, ni a título individual ni colectivo.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

102. AYUNTAMIENTO DE PUENTES VIEJAS (www.puentesviejas.org) EN MADRID. (Consulta realizada el 3 de mayo del 2010)

Se trata de uno de los últimos municipios constituidos en Madrid. En 1975 cuatro núcleos de población de la denominada Sierra Pobre (Mangirón, Paredes de Buitrago, Serrada de la Fuente y Cinco Villas) acordaron constituir una única administración local con el nombre de Puentes Viejas. La página tiene su origen en el proyecto de la administración autonómica para llevar las nuevas tecnologías a las pequeñas localidades de la región. Esta apuesta queda reflejada en cualquiera de los espacios disponibles en la web; de hecho, en la página de inicio la presentación del municipio viene acompañada por el logotipo y la bandera de la Comunidad de Madrid.

- A.** Debemos situar esta página en un nivel II de Consulta pero con mucha prudencia, ya que solo nos encontramos con una dirección de correo electrónico dirigido al alcalde del municipio quien, en su *Saluda* especifica textualmente *os animo a todos a conocer nuestro municipio, y a aquellos que ya nos conocen, a hacernos llegar sugerencias y opiniones a través de esta página web*. Existe otra dirección genérica del Ayuntamiento, pero es difícil acceder a ella; para localizarla hay que pasar por tres vínculos de la web. Esto es todo lo que se puede hablar sobre la incitación e invitación de esta administración local a que el ciudadano participe en la página. No existen más recursos a pesar de que se trata de un municipio que, aun con poca población (623 habitantes) cuenta con un gran movimiento turístico fundamentalmente para “escapadas” de miles de madrileños que viven en la capital.
- B.** Al estar en uno de los lugares más privilegiados del entorno natural de Madrid, existen varios alojamientos rurales que disponen cada uno de ellos de un vinculo donde pueden incluir su propia página web. No existe nada para el acceso del tejido asociativo y, en cuanto al resto del sector empresarial y comercial del municipio, existe un directorio en formato pdf, por lo que, presumimos, ha sido realizado de forma unilateral por el Ayuntamiento a través de su registro de actividades económicas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

103. AYUNTAMIENTO DE VALLE DE LAS NAVAS (www.valledelasnavas.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 3 de mayo del 2010)

Es otra de las páginas modelos propuestas por la Diputación de Burgos para los municipios de su ámbito territorial. Aunque el diseño es bastante intuitivo, como ya hemos visto en otras localidades burgalesas; el contenido en este caso es impersonal y en algunos casos tan siquiera existe. Un ejemplo de su impersonalidad es el *Saluda del alcalde*, un texto-marco aplicado por defecto en la elaboración de la página, sin una firma ni un nombre de identificación.

- A. Como el resto de la web, la escasa interactividad que hay responde también a un modelo de formulario que el usuario se encuentra en la sección *Sugerencias*. Se requiere un nombre y apellidos, una dirección de correo electrónico del remitente, el nombre del asunto y, por supuesto, el mensaje. El envío es directo. Éste es el único modo de participación del ciudadano, por lo que nos encontramos en un nivel II de Consulta muy básico.
- B. Aunque hay enlaces dedicados a alojamientos turísticos, asociaciones y guía empresarial, en ninguno de los casos encontramos contenido; solo en uno de ellos aporta un mensaje sobre la inexistencia *en estos momentos* de alojamientos disponibles. Las otras dos áreas están, sin más, vacías.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

104. AYUNTAMIENTO DE DESTRIANA (www.aytodestriana.es) EN LEON.
(Consulta realizada el 4 de mayo del 2010)

Como en Valle de las Navas, se trata de una página modelo; en esta ocasión aportada por la diputación de León. A pesar de que son tres núcleos poblacionales los que integran esta administración local (Destriana, Robledo de la Valduerna y Robledino) no existe apenas actividad social al menos es lo que refleja su página web y que comprobaremos en los siguientes puntos.

- A.** En nuestras anteriores líneas, comparábamos esta página con el municipio burgalés, pero la diferencia que nos encontramos ahora es la existencia de una E-Administración, básica, pero suficiente para que el usuario pueda dar los primeros pasos en las tramitaciones de gestiones. Puede llevar a cabo varias, desde las referidas al padrón de habitantes hasta las solicitudes de licencias, pasando por la ocupación en vías públicas. En la web se puede acceder a los formularios correspondientes en formato pdf y, posteriormente, remitirlos por correo ordinario o presentarlos en el Ayuntamiento personalmente. Otro de los aspectos en los que el ciudadano puede participar es a través del envío de sugerencias y quejas a través de otro formulario preestablecido en la página y que, tras incluir los datos requeridos, es enviado directamente al correo electrónico del Ayuntamiento. Este es el único factor válido para poder confirmar que nos encontramos de nuevo con una web municipal situada en el nivel II de Consulta de interacción con los usuarios.
- B.** No encontramos ni vínculos ni contenidos referidos a las entidades sociales y económicas que puede haber en el municipio. La página está pensada para mostrar la actividad municipal, las características de la localidad y para la tramitación de gestiones. No hay demasiadas facilidades para la implicación ciudadana a título individual y/o colectivo.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

105. AYUNTAMIENTO DE SANTA MARÍA DEL TIETAR (www.santamariadeltietar.es) EN AVILA. (Consulta realizada el 5 de mayo del 2010)

Una de las peculiaridades encontradas en esta página es que, aun siendo oficial, permite la presencia de publicidad. Es una web convenientemente actualizada que se demuestra en el apartado de noticias, siendo las más recientes del 30 de abril del 2010. La cantidad de imágenes, algunas de ellas cedidas por los ciudadanos, es otra de sus características más sobresalientes.

A. El nivel de interactividad no podemos definirlo claramente. Lo situamos en un III Conversacional. Las razones para llegar a esta conclusión son las siguientes: existe, como decíamos al principio, una gran cantidad de fotografías localizadas en el vínculo de *Galerías* que son cedidas por vecinos del municipio, por lo que en este aspecto vemos una clara contribución del ciudadano en la elaboración de la web. Sin embargo, no hemos visto ningún vínculo que permita el envío de un correo electrónico, un buzón de sugerencias o algún aspecto relacionado con la E-Administración.

En su lugar, existe un enlace denominado *Contacto* en el que se especifica que solamente se pueden acceder a los servicios de la web cuando el usuario suministre los datos personales imprescindibles para la prestación del servicio solicitado. Dichos datos deben ser facilitados personalmente en el Ayuntamiento por el interesado. Este hecho supone una dificultad para el acceso, interacción y participación del ciudadano en la página web, en vez de ofrecer una de las muchas alternativas que aporta Internet para evitar el desplazamiento físico del ciudadano a la casa consistorial.

B. Existe un directorio con algunas de las empresas económicas, tanto de restauración y turismo como del resto de sectores. Cada una de ellas puede abrir un vínculo a su propia web, hecho que solo es aprovechado por una de ellas en el momento que consultamos esta página. Por otra parte, el listado carece de un orden lógico, ni alfabético ni por sectores, lo que nos da a entender que se han incorporando conforme lo han ido solicitando.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

106. AYUNTAMIENTO DE VALL DE GALLIERA (www.valldegallinera.es) EN ALICANTE. (Consulta realizada el 5 de mayo del 2010)

La página tiene tres áreas destacadas: *Ayuntamiento*, *Municipio* y *Última Noticias*. Es una página modelo con algunas secciones fijas pero sin contenido, como la de Noticias y *Tablón de anuncios*, por lo que no existe una línea de actualización en todas las secciones de la web, hecho que también se demuestra con el área de *Ordenanzas municipales y actas de pleno*, que en el primer caso datan del 2003; y del segundo, se confirma que no hay ni un solo acta publicada. No ocurre este problema de mantenimiento con *El perfil del Contratante*, donde se difunde información relativa a la contratación administrativa y en la que el último anuncio sobre este aspecto está fechado en diciembre del 2.009.

- A. Situamos la interactividad en un mínimo nivel II de Consulta con un único recurso: un correo electrónico. Ésta es la única vía, aunque tenemos que destacar la posibilidad que se ofrece en algunas opciones para que el usuario mande a otro destinatario la sección que está consultando. Sin embargo, hemos comprobado que algunas de éstas áreas no funcionan.
- B. No existe ninguna sección dedicada a la actividad empresarial de Vall de Gallinera ni referente a su tejido asociativo. El único área similar que se encuentra es en el denominado *Donde comer y alojarse* pero solo refleja localizaciones de otros pueblos cercanos, por lo que no podemos incluirlo como parte de recursos del municipio

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

107. AYUNTAMIENTO DE FÉREZ (www.ferez.org) EN ALBACETE. (Consulta realizada el 6 de mayo del 2010)

El ayuntamiento de Férez ofrece una página amena, con varios vínculos, aunque algunos de ellos sin actualizar como el de *Noticias* en el cual encontramos información fechada en agosto del año anterior a la consulta. No obstante, es una web original, con numerosas fotos, la mayoría del río Segura (que pasa por este municipio) y de su entorno urbano. Una nota destacable es que algunas de sus secciones aparecen con publicidad.

- A. La interactividad se sitúa en el nivel III Conversacional con un foro aunque su participación es escasa ya que, según sus estadísticas, el “record” de usuarios on line fue de dos personas que coincidieron el 8 de diciembre del 2009. Igualmente dispone de un chat pero el éxito es similar al foro. No encontramos nada relacionado con la E-Administración, pero sí que existen dos vías dentro de la página para contactar a través del correo electrónico con el Ayuntamiento.
- B. Existe un vínculo para las asociaciones pero no tiene contenido. Sí que hay un directorio, con muy escaso orden, de las empresas y comercios que funcionan en la localidad. Es un documento html que no ofrece la posibilidad de marcar vínculos para cada una de las unidades económicas reflejadas en él.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	SI
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

108. AYUNTAMIENTO DE JUBRIQUE (www.jubrique.org) EN MALAGA.
(Consulta realizada el 6 de mayo del 2010)

Página dedicada fundamentalmente a presentar el municipio como lugar de interés turístico, aunque existen vínculos destinados a ofrecer determinados servicios a sus vecinos. No está convenientemente actualizada ya que uno de los enlaces más importantes, el relativo a *Fiestas*, contiene información sobre este tipo de eventos datados en el año 2009.

- A.** Nos situamos en una interactividad de nivel II o Consulta con solamente un correo con una dirección general del Ayuntamiento al que se puede acceder a través de Outlook, Windows mail o cualquier programa similar. Paralelamente, nos encontramos una tramitación muy básica con la posibilidad de descargas diversos formularios en formato pdf que posteriormente hay que entregar en el Ayuntamiento físicamente o por correo ordinario. No existe ninguna otra posibilidad de interactividad que pueda ejercer el usuario.
- B.** Existe un vínculo dedicado específicamente a *Turismo* en el que nos encontramos los domicilios postales y números de teléfono de diversos alojamientos rurales y otras empresas de restauración, en ninguno de los casos existe vínculos para que estos establecimientos puedan insertar un vínculo con su propia página web o con una dirección de correo electrónica.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

109. AYUNTAMIENTO DE MOLINASECA (www.molinaseca.org) EN LEÓN.
(Consulta realizada el 7 de mayo del 2010)

Municipio enclavado en pleno Camino de Santiago, hecho que queda reflejado en su página web con las cuestiones que ello conlleva; es decir, la página se convierte en un reclamo para los visitantes esporádicos (está situado en plena cuenca de El Bierzo), principalmente para los aficionados al turismo rural y al senderismo, con un vínculo denominado específicamente *Guía del Peregrino*. No conocemos su nivel de actualización porque su principal medidor, el vínculo de información municipal, se encuentra *en construcción*

- A. Nos situamos en un muy básico nivel II de Consulta ya que no existe E-Administración que contenga enlaces para que el usuario pueda interactuar. Lo único que encontramos es un correo electrónico al que podemos acceder a través de un formulario que requiere solamente un email de contacto del usuario. No existe ningún otro recurso que incite a la participación del usuario.
- B. A pesar de destacar su carácter turístico, lo único que se localiza en esta página web es un directorio sobre lugares de restauración y hostelería sin vínculos para su página web o para un email de contacto. No hay tampoco enlaces para la promoción del tejido social del municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

110. AYUNTAMIENTO DE YUNCLILLOS (www.yunclillos.com) EN TOLEDO.
(Consulta realizada el 7 de mayo del 2010)

La página de inicio está cargada de información, aunque bien estructurada con una clara división entre la información del propio municipio, la comarca y la provincia, además de un área dedicada a servicios en general. Sin embargo y a pesar de su denso contenido, éste no está convenientemente actualizado. El primer ejemplo que nos encontramos para demostrar este extremo lo encontramos en el principio donde precisamente en *Novedades* nos informan de la habilitación del *Perfil del contratante* con un anuncio que data del 22 de abril del 2009. Esta escasa actualización se repite en otras secciones que comprobaremos en los siguientes puntos.

- A. El nivel de interactividad es alto, está en el III Conversacional, pero con un mínimo rendimiento, precisamente por lo que hemos comentado: por el escaso mantenimiento que se produce en la página. Cuenta con dos vínculos punteros en este grado interactivo: un libro de visitas y un acceso a un chat. En este nivel también nos encontramos con una galería de fotografías que son colgadas por los vecinos, pero las más recientes datan de la Nochevieja del 2006, aunque sí debemos darlo por válido ya que su acceso está abierto. Por lo demás, dispone de un correo electrónico general del Ayuntamiento y no encontramos nada referente a la E-Administración.
- B. Existe un vínculo denominado *Directorio de empresas* sin embargo, no está habilitado. Para las asociaciones u otros colectivos que puedan participar en la elaboración de esta web no existe espacio alguno. Consideramos, por tanto, que se trata de una página, bien elaborada, pensada para la participación pero que, o bien por su escaso mantenimiento o bien porque no tiene secciones actualizadas, no consigue este objetivo de implicar al usuario y que éste se sienta identificado con la página de su Ayuntamiento.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	SI
Fotografías	SI
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

111. AYUNTAMIENTO DE LUNA (www.luna.es) EN ZARAGOZA. (Consulta realizada el 10 de mayo del 2010)

La web de este municipio aragonés tiene un gran volumen de información. Este rasgo conlleva una complicada organización en la que el usuario debe dar varias vueltas durante la navegación por la página para encontrar los datos que busca. Se trata de una localidad con un interesante pasado que es reflejado en la propia página dentro de diversos capítulos de la sección *Historia*. Con ese nombre, Luna, ha sido centro de inspiración para historias y leyendas sobre los caballeros templarios que también se localizan en el conjunto de la página, tal y como veremos en los siguientes puntos.

- A.** El nivel de interactividad es III o Conversacional, con algunas secciones muy originales, como la referida a *Artículos*. Se trata de una sección donde se publican todo tipo de textos sobre temas relacionados con la Villa de Luna. Todos los usuarios pueden participar enviando por cualquier vía su propio relato al Ayuntamiento. Dispone de una dirección de correo electrónico general como vía principal de enlace entre la administración local y el vecino. No tiene ningún recurso referido a la E-Administración.
- B.** Existe un recurso muy competente para el tejido social del municipio en el que se ofrece la posibilidad de conocer las características de cada uno de los colectivos a través de dos opciones: o bien, con información incluida en un propio enlace de la página oficial; o bien con un vínculo que lleva al usuario hasta la web de la entidad. En cuanto a la red económica, existen dos directorios, uno de ellos para el área de restauración y turismo y un segundo para el resto de actividades que funcionan en el municipio. Sin embargo, consideramos que adolece de dos problemas: El primero de ellos es la dificultad para hallarlos, ya que se encuentran en un directorio incluido en el vínculo del Ayuntamiento, debajo del saludo del alcalde y junto a otros directorios bastante dispares entre sí, como es el referido a la composición de la corporación municipal o los pertenecientes a los servicios públicos municipales. La segunda cuestión que podría modificarse es que, a pesar de ofrecer a los industriales y empresarios la posibilidad de incluir la dirección de su página oficial, no hay habilitado un vínculo directo que facilite al usuario llegar a ella sin mediación. En este sentido, el tejido económico está en desventaja con respecto al social.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

112. AYUNTAMIENTO DE SOTORRIBAS (www.sotorribas.org) EN CUENCA.
(Consulta realizada el 10 de mayo del 2010)

Sotorribas está compuesto por ocho pedanías en Cuenca, hecho que se refleja en la página web como asunto principal. Aparte de ello, tan solo existen otros cuatro vínculos referidos al Ayuntamiento, enlaces con otras páginas de diferentes organismos públicos y con asociaciones, y, por último, un *Tablón* en el que se explican los últimos acuerdos e informaciones sobre la gestión municipal.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con una E-Administración apta para la descarga de documentos en pdf y una dirección de correo electrónico general para cualquier tipo de sugerencia que se quiera exponer al Ayuntamiento. No existe otro tipo de posibilidad para interactuar por parte del usuario.
- B. Como decíamos al principio, existe un vínculo dedicado a las asociaciones existentes en las diferentes pedanías de Sotorribas. Algunas de ellas tienen habilitado un vínculo para conocer su funcionamiento, sin embargo, están muy poco actualizadas ya que la fecha más reciente que hemos encontrado en una de ellas es de febrero del 2005.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

113. AYUNTAMIENTO DE ORXETA (www.orxeta.com) EN ALICANTE. (Consulta realizada el 11 de mayo del 2010)

Se trata de una página pensada para la atracción del turismo y es precisamente la forma en que se presenta *Orxeta*, dentro de una campaña que pretende renovar totalmente su imagen hacia el exterior como municipio turístico de calidad, inaugura su nueva página web oficial". Sin embargo, su creación es muy reciente ya que hay muchas de sus secciones que están vacías de contenido, por lo que presumimos que en breve irán construyéndola, ya no solo para la atracción de foráneos, sino también para que se convierta en una señal de identificación con sus ciudadanos. Como punto a destacar y dentro de esta apuesta por el turismo, la página de Orxeta puede ser traducible al inglés, al valenciano y al castellano, siendo en este idioma el que marca por defecto el inicio de la página.

- A. Por el momento se sitúa en un nivel básico II de Consulta. Su interactividad se reduce a la inclusión y habilitación de una dirección de correo electrónico. Hay enlaces para la E-Administración, pero como ya hemos adelantado, aún no tienen contenido, por lo que no podemos darlo por válido en este estudio.
- B. Existe un directorio con los principales establecimientos de sector servicio, pero no hay posibilidad de vincularlos con sus propias páginas o con enlaces similares, como puede ser una dirección de correo electrónico. Por otra parte, no hay un solo enlace dedicado a la participación del tejido social.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

114. AYUNTAMIENTO DE VEGA DE LIÉBANA (www.ayto-vegadeliebana.com)
EN SANTANDER. (Consulta realizada el 11 de mayo del 2010)

La página de Vega de Liébana es de una sorprendente sencillez teniendo en cuenta que, aún siendo aún un municipio pequeño, registra una población de 929 habitantes, un volumen ya suficiente para realizar una mayor apuesta por las nuevas tecnologías destinada a ofrecer una comunicación directa entre el Ayuntamiento y sus vecinos.

- A.** Nos encontramos con una de las pocas web de este grupo de población cuyo nivel de interactividad es el I de Transmisión, aunque hay que reseñar que, en posteriores análisis, se verá que diversas localidades con una población hasta seis veces mayor se quedan también en ese grado de interacción. No existe una dirección de correo electrónico para que el usuario se comunique con el Ayuntamiento a través de Internet, ni recurso alguno referido a la Administración Electrónica o E-Administración. Su página de inicio es muy sencilla y lo único destacable es el vínculo de turismo del que hablaremos en el siguiente punto.
- B.** Es precisamente en esa captación de visitantes donde el usuario ha tenido la única posibilidad de participar en la elaboración de la página. Existe en este enlace un directorio con toda la oferta de hostelería y restauración que se localiza en este municipio y en los del entorno, y a cuyos establecimientos se les ha facilitado la posibilidad de insertar un enlace a su propia página web y/o a una dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

115. AYUNTAMIENTO DE ARIANY (www.ajariany.net) EN BALEARES. (Consulta realizada el 12 de mayo del 2010)

Una de las características más sobresalientes de esta página es la posibilidad que tiene de su traducción a cuatro idiomas: castellano, inglés, alemán y catalán, siendo éste último con el que se inicia por defecto la página; no obstante, durante la lectura en el resto de las lenguas, comprobamos que hay secciones que siguen escritas en catalán. En el momento de consultarla se estaban realizando labores de mantenimiento en algunos de sus enlaces, como es el caso del relacionado con las *Noticias de interés* situado al inicio de la página de presentación. El resto está convenientemente actualizado.

- A.** Se sitúa en el nivel II de Consulta y en este encuadre destacamos una sección cuya denominación resulta muy sugerente para la participación ciudadana: *Governa amb nosaltres* (Gobierna con nosotros). Una buena idea si se pretende conseguir la cooperación de los vecinos en el desarrollo del municipio. Sin embargo, su contenido es muy similar al resto de correos electrónicos con formularios que nos hemos ido encontrando a lo largo de este análisis y que ya veremos en otras páginas catalanas. Por otra parte, no se ha hallado ningún vínculo para la gestión de trámites a través de la Administración Electrónica.
- B.** Existe un enlace en la página de inicio para conocer las asociaciones y entidades de cualquier ámbito que funcionan en este municipio. Sin embargo y a pesar de que alguna de ellas tiene reseñada la dirección de su web, no está habilitado un área para ello. Sí que nos hemos encontrado, en otra sección, un vínculo directo que lleva hasta la página oficial de la Asociación de Jóvenes Ariany. Está situado en un lugar destacado de la ‘home-page’ del Ayuntamiento, por lo que presumimos que se trata de un colectivo que, en el menor de los casos, es semipúblico. No existe un directorio de empresas o núcleos económicos a pesar, no olvidemos, de que se trata de un municipio situado en la isla de Mallorca, uno de los mayores focos de atracción que tenemos en nuestro país para el turismo extranjero.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

116. AYUNTAMIENTO DE LÚCAR (www.lucar.es) EN ALMERÍA. (Consulta realizada el 12 de mayo del 2010)

En el momento de la consulta nos encontramos con una web en construcción tal y como se señala en la cabecera de la página. No obstante podemos obtener diversos datos válidos para nuestro estudio. El inicio ofrece una buena presentación y una adecuada organización. Arranca con algunas informaciones sobre la historia, localización y aspectos de interés cultural de Lúcar. Y en su directorio de enlaces se divide entre todo lo que tiene que ver con el Ayuntamiento y una serie de guías referidas, a priori, a la actividad comercial, económica y social del municipio.

- A. A pesar de estar en construcción, nos encontramos con un nivel II de Consulta destacando principalmente su E-Administración que está muy avanzada en comparación con los otros municipios analizados hasta ahora. Cuenta con todos los recursos disponibles para un ‘ayuntamiento virtual’ y está habilitado para aquellos que disponen de una firma digital. En cuanto al resto de los aspectos de esta interactividad, existe también una dirección de correo electrónico.
- B. En el vínculo de *Guías* antes reseñado, encontramos algunos apartados aún vacíos que, presumimos, serán cubiertos cuando la página esté totalmente elaborada y construida. A pesar de ello, hay que destacar un directorio con todos los establecimientos de los más diversos sectores que funcionan en el municipio, aunque ninguno de ellos ha tenido la posibilidad de incluir un enlace con su página web o con una dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

117. AYUNTAMIENTO DE VEGA DE INFANZONES (www.aytovegadeinfanzones.es) EN LEÓN. (Consulta realizada el 13 de mayo del 2010)

La página es un modelo básico que hemos encontrado en otros pequeños municipios de la provincia de León. Con escasa necesidad de mantenimiento ya que, salvo contadas secciones, dispone de una información atemporal. Algunas de ellas no tienen texto, por lo que nos confirma nuestra aseveración anterior de que se trata de una página marco elaborada por otras administraciones con mayor territorialidad, en este caso, la diputación provincial de León.

- A.** Encontramos un nivel II de Consulta ya que dispone de un correo electrónico situado en un pequeño enclave dentro de la cabecera de la página. La E-Administración funciona de forma muy básica: Con documentos pdf que pueden ser descargados por el usuario para su posterior presentación personal en el Ayuntamiento o a través de fax o correo ordinario. Es destacable un hecho que habíamos ya constatado en otros municipios leoneses con página web: La posibilidad que ofrece de ser enviada por el usuario a otra persona con el objetivo de difundirla y darla a conocer; este recurso está marcado en la mayoría de los vínculos de esta página; sin embargo, dudamos de su buen funcionamiento ya que hemos realizado repetidas pruebas y el resultado ha sido infructuoso. Este vínculo, que se localizará en sucesivas páginas, no lo tendremos en cuenta, ya que nos extralimitaríamos en nuestro objeto porque, para comprobar su efectividad, sería preciso analizar las condiciones tecnológicas que caracterizan al equipo informático del receptor, tanto a nivel de software como de hardware.
- B.** No existe ningún vínculo para la participación de la red social y para la promoción del tejido económico del municipio. Igualmente no encontramos ningún enlace que posibilite la colaboración de determinados colectivos en la elaboración de la página. Como hemos afirmado al principio, la mayoría de los textos contenidos en todas sus secciones carecen de temporalidad y han sido escritos cuando fue presentada la página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

118. AYUNTAMIENTO DE SANCTI-SPIRITUS (www.ayt-sanctispiritus.com) EN SALAMANCA. (Consulta realizada el 13 de mayo del 2010)

Esta página tiene escasos vínculos que requieran un mantenimiento continuo porque son prácticamente intemporales; sin embargo, hay determinados detalles que deben ser actualizados, como el del número de habitantes englobado en *Características del Municipio*, ya que refleja los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística en diciembre del 2002. Por otra parte, destacamos igualmente la sección noticias que, aunque sí tienen una buena actualización, no tienen nada que ver con los asuntos relacionados directamente con el municipio, ya que son las informaciones facilitadas por diversos medios de comunicación (principalmente la agencia Europa Press y el diario El Mundo) y se refieren fundamentalmente al ámbito internacional.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con varios correos electrónicos de diversas áreas municipales (alcaldía, secretaría, administración, cultura, biblioteca, informática, auxiliar y registro civil), todos ellos englobados en un vínculo situado en la cabecera de la página de inicio denominado *Contactos*. Dispone de administración electrónica básica con documentos pdf que pueden ser descargados para su entrega física o por correo ordinario. Hay que reseñar que hasta noviembre del 2008 esta página alcanzaba el nivel III conversacional con un foro habilitado para la participación; sin embargo, y según un anuncio del alcalde, fue retirado porque *hemos encontrado publicaciones de amenazas, insultos, mensajes que han podido violar la ley de protección de datos y afectar a personas ajenas a la corporación de este municipio*. Este hecho se podría haber evitado con una participación constructiva de los usuarios y, si ello no es posible, se pueden aplicar una serie de filtros que faciliten un foro fluido con una libertad de expresión bien entendida.
- B.** A pesar de que existe un vínculo denominado *Polígono industrial* éste carece de contenido; igualmente no se ha encontrado ningún otro enlace para que tanto empresas como colectivos sociales puedan incluir su propia información.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

119. AYUNTAMIENTO DE SANT CUGAT DE SESGARRIGUES (www.santcugatsesgarrigues.cat) EN BARCELONA (Consulta realizada el 14 de mayo del 2010)

La web está escrita en catalán sin posibilidad de cambio a otros idiomas, hecho que indica que está pensada para los vecinos del municipio y no para la atracción de un posible turismo. Es una página convenientemente actualizada que se demuestra en varias de sus secciones, como son las noticias de interés o acuerdos alcanzados en el seno de la administración municipal.

A. Su nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con un carácter muy básico ya que solo se indica en uno de los enlaces, el referido al *Ajuntament* (Ayuntamiento) una dirección de correo electrónico de carácter generalizado. No dispone de recurso alguno relacionado con la E-Administración.

B. A pesar de su escaso grado interactivo, tenemos que destacar la gran participación vecinal que se registra en este municipio de 932 habitantes. Esta implicación social se refleja en esta web en la cual, dentro de la sección *Entitats i Associacions* (Entidades y Asociaciones), se registran nada menos que 13 colectivos de todo ámbito: culturales, deportivos, generacionales, etc. Cada uno de ellos dispone de un vínculo hacia otra parte de la misma página en la que explican sus objetivos y actividades; sin embargo, salvo una de ellas que dispone un número de teléfono, no tienen una dirección de contacto ni de correo ordinario ni electrónico y, por extensión, tampoco cuentan con un recurso para enlazar con su posible página web.

Por otro lado, la página no tiene una sección para el sector empresarial, aunque sí destacamos un enlace adecuadamente actualizado sobre ofertas públicas y privadas de empleo que se generan en el municipio y en el resto de la comarca a la que pertenece, el Alto Penedés.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

120. AYUNTAMIENTO DE PETRÉS (www.petres.es) EN VALENCIA. (Consulta realizada el 14 de mayo del 2010)

Es una página modelo diseñada por la Comunidad Valenciana y así se apunta en la cabecera de la misma: *Todos los municipios de Valencia en Internet*. Su diseño es sencillo y ofrece escasa información, siendo un gran porcentaje relacionado con la administración regional. Hay que destacar también la posibilidad de traducción al castellano y al valenciano, este último es el que se utiliza al inicio por defecto.

- A. El nivel de interactividad es de un básico II de Consulta. Solo cuenta con un modelo de formulario para correo electrónico y no existe otra forma de interacción. Tampoco es posible la tramitación burocrática a través de la página, no existe nada referente a la E-Administración.
- B. Existe un vínculo dedicado a bolsa de trabajo, sin embargo, en el momento de la consulta no tenía ningún contenido, ni para ofertas públicas ni privadas. No hay posibilidad en esta página para la participación, ni de la red social ni del tejido empresarial.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

121. AYUNTAMIENTO DE VALDEMANCO (www.valdemanco.org y www.valdemanco.es) EN MADRID. (Consulta realizada el 14 de mayo del 2010)

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) y la otra realizada y diseñada por el área técnica municipal (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, es conveniente analizar la interactividad que se plantea en cada una de ellas.

- A.** 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. 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.es es bien distinto. 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. Esta página, estrenada en noviembre del 2009, dispone en la actualidad de un foro bien diseñado donde, desde el primer momento, han habilitado un filtro según queda reflejado, “*el administrador revisará todos los mensajes antes de publicarlos*”. Ello supondrá que se podrán evitar 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. Decimos que en un futuro se situará, posiblemente en un nivel IV de registro ya que actualmente existe una encuesta tipo test en la que se pregunta al usuario *¿Te gustaría participar en la creación de esta web?*
- B.** Ninguna de las dos páginas dispone aún de un espacio para entidades sociales o económicas. No obstante, sí que hay un vínculo en la elaborada en el municipio para alojamientos rurales y áreas de restauración a los que se ofrece la posibilidad de incluir un enlace con su propia página o con su dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

122. AYUNTAMIENTO DE VALVERDE DEL MAJANO (www.valverdedelmajano.com) EN SEGOVIA. (Consulta realizada el 15 de mayo del 2010)

La actualización de la página a diario es una de sus principales características, hecho que no hemos encontrado hasta ahora entre los municipios de este sector de población (entre 500 y 1000 habitantes). Este aspecto queda plasmado en varios de sus contenidos. Por otra parte, se trata de una web correctamente diseñada y organizada, aunque en algunos vínculos tiene un defecto: en sitios como el buzón de sugerencias, hay que volver a la página de inicio si el usuario pretende navegar por otras secciones. El directorio se cierra y es preciso ir hacia atrás para seguir indagando por las secciones que nos ofrece la página.

- A.** Nos encontramos ante un nivel III Conversacional en el que la parte del Ayuntamiento ocupa un lugar no muy destacado con respecto al resto, para dar más protagonismo a los vecinos, tanto a título individual o colectivo. Dicho nivel lo encontramos en los siguientes espacios: Un buzón de sugerencias con un formulario modelo. Del mismo modo, una herramienta de tramitación muy básica con la posibilidad de descargar documentos en formato Word para su posterior presentación física en el Ayuntamiento; y una solicitud que sí se puede enviar por correo electrónico para que el contribuyente pueda pedir la domiciliación de los pagos que debe realizar al administrador municipal. Existe otro vínculo denominado *Anuncios particulares* en el que los usuarios, ya sean o no residentes en la localidad, pueden insertar una información publicitaria relacionada con la compra/venta, el alquiler o incluso la posibilidad de ofrecer trabajo.
- B.** Además, esta web tiene vínculos para cada una de las asociaciones del municipio, las cuales pueden insertar una dirección electrónica o un vínculo a su propia página web. También existe un directorio de empresas con 122 entidades con enlaces de cada una de ellas con una completa información donde se incluye, además, sus direcciones telemáticas. Ofrece también la posibilidad para los demandantes de empleo de insertar un anuncio en la sección *Bolsa de trabajo*, el cual será enviado, con intermediación del Ayuntamiento, a empresas que potencialmente estén interesadas en la contratación del solicitante.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	3(75%)

* Tablón de anuncios

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

123. AYUNTAMIENTO DE HOYOS (www.hoyos.es) EN CACERES (Consulta realizada el 15 de mayo del 2010)

Como otros muchos municipios ya analizados, la página de Hoyos es un modelo marco cedido por la diputación provincial de Cáceres. Su diseño es sencillo y muy intuitivo, pero en este caso falta contenido en algunas áreas y, en las que hay, está desactualizado; es el caso de la sección “Anuncios”; el último de los cuales data de noviembre del 2009.

- A. El nivel de interactividad es de un I de Transmisión con una única dirección de correo electrónico que, por otra parte, no está bien expuesta. Solo se encuentra en el final de la página de inicio en un cuerpo de letra muy pequeño y que no tiene efectividad. Por otra parte, aunque existe un vínculo dedicado a la E-Administración (o Teleadministración, como lo denominan en esta página), no existe ningún recurso relacionado con ello, Sí nos hemos encontrado, como en otras páginas pertenecientes a la provincia de Cáceres, la opción para el usuario de enviar a otro internauta la web entera o alguna de sus secciones. Sin embargo, y como hemos comprobado en anteriores ocasiones, no funciona, lo que da idea del escaso mantenimiento que se aporta a esta página.
- B. Existe un vínculo para un directorio comercial, pero está vacío de contenido. Sí hemos encontrado algunas entidades sociales pero ninguna de ellas pertenece al municipio; únicamente tienen que ver con el entorno natural de la localidad, situada en la turística Sierra de Gata y, a pesar de ello, la página no está dirigida a promocionar el municipio en el exterior.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

124. AYUNTAMIENTO DE PUIGPELAT (www.puigpelat.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 16 de mayo del 2010)

Encontramos otro modelo de página formulado por la diputación provincial, en este caso de Tarragona. Está escrita en catalán sin posibilidad de traducción a otro idioma. Es más completa que la anterior consultada de Hoyos, pero al igual que ésta, tampoco está actualizada. La muestra se encuentra, por ejemplo, en la información sobre los plenos municipales, el último está fechado en marzo del 2009. Dispone de más secciones y la mayoría tienen contenido, aunque éste versa principalmente sobre información de la comarca, de la provincia o de la propia comunidad autónoma.

- A.** El nivel de interactividad es III o Conversacional ya que, aparte de ofrecer un correo electrónico como forma de contacto entre el Ayuntamiento y el usuario, éste puede interactuar escribiendo su mensaje y opinión en el denominado “Llibre de visites” (libro de visitas) un foro que, sin embargo, está también desactualizado ya que el último mensaje recibido data del 30 de noviembre del 2008, pero que debemos de darlo por válido porque todavía se encuentra en uso. En cuanto a la E-Administración existe la posibilidad de realizar trámites por Internet a través de la llamada “Base” (www.base.es) un organismo de la diputación de Tarragona que se encarga de gestionar tributos de varios municipios a través de una página web común. Sin embargo, la tramitación para los contribuyentes de Puigpelat resulta un tanto complicada para el contribuyente ya que tiene que pasar por diferentes vínculos hasta llegar a la información que le interesa.
- B.** Encontramos un enlace dedicado a las asociaciones del municipio, existen varios colectivos inscritos en este directorio pero no hay posibilidad de acceder a sus web y, ni tan siquiera, se ofrece información en la propia página sobre sus actividades o las vías que existen para poder contactar con ellas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

125. AYUNTAMIENTO DE OBANOS (www.obanos.es) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 14 de mayo del 2010)

Está incluida en el proyecto “Web básica” puesto en marcha por el gobierno de Navarra para la participación en Internet de los Ayuntamientos pertenecientes a esta Comunidad Foral. Está bastante completa en cuanto a contenido se refiere pero en los casos más básicos no está actualizada. Tiene opciones de accesibilidad con la posibilidad de aumentar el carácter de la letra en cada uno de los enlaces. Incluye mucho texto poco ilustrado con fotografías.

- A. El nivel de interactividad es un básico II de Consulta, con un correo electrónico cuyo modelo de formulario se incluye en la propia página web. En cuanto a la Administración Electrónica, existe una serie de vínculos para la descarga de formularios en pdf que posteriormente deben ser presentados físicamente por el contribuyente.
- B. Para las entidades sociales no existe ningún vínculo donde puedan explicar sus actividades e implicarse, de este modo, en la elaboración de la página. Sí que existen dos directorios, uno de ellos para alojamientos y negocios de restauración que tienen cada uno su propio vínculo personal en la misma página municipal; y el otro es una guía alfabética con el resto de industrias y empresas que funcionan en el municipio y que pueden incluir la dirección de su correo electrónico o de su propia página web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

126. AYUNTAMIENTO DE TAMAMES (www.tamames.net) EN SALAMANCA.
(Consulta realizada el 14 de mayo del 2010)

La sección del *Ayuntamiento* en esta página aparece prácticamente eclipsada por el resto de enlaces que tienen que ver con el municipio y la actividad que realizan sus vecinos. El diseño puede ser corregido en algunos detalles ya que, por ejemplo, es excesivamente largo y resulta complicado llegar hasta el final del contenido. Por otra parte, engloba un gran porcentaje de la información sobre la cultura, artesanía y tradiciones, por lo que uno de sus objetivos es la promoción del municipio al exterior. Convenientemente actualizada con informaciones expuestas en fechas muy recientes a la consulta.

- A.** Nos situamos con un avanzado nivel III Conversacional, puesto que hay múltiples recursos para que el ciudadano interactúe y participe. En primer lugar, existe un modelo de correo electrónico, aunque no hay ningún recurso relacionado con la E-Administración. Sí existe un chat que solo necesita un nombre o un *nick* para poder interactuar. Dispone igualmente de un *Libro de Visitas* que funciona como un foro, pero no dispone de filtro, hecho que está dando lugar a la proliferación de mensajes sin contenido lógico y con direcciones de correo de dudoso remitente. Como cuarta opción para la interacción, existe en esta página un *Álbum fotográfico* para que los vecinos puedan enviar sus imágenes. El método es a través del correo electrónico del Ayuntamiento y, desde éste, se encargan de ordenarlas por diversas secciones (fotos para el recuerdo, del pueblo, de actualidad o actividades deportivas). Otra sección digna de destacar es la denominada *Envía tus archivos* en la que se invita al ciudadano a enviar *recetas, coplas tradicionales o canciones populares* para compartirlas con el resto de los vecinos.
- B.** Debido al objetivo perseguido por esta página y mencionado al principio sobre su interés por promocionar el municipio, existe una sección denominada “Ocio” en la que se registran todos los locales de hostelería y restauración, incluidas discotecas y pista de baile. Ofrece la posibilidad de insertar imágenes de estos negocios y un vínculo para su página web si es que disponen de ella. Igualmente, existe un directorio para el resto de empresas que también facilita la inclusión de una dirección de web o correo electrónico que están correctamente clasificadas por secciones y éstas, a su vez, por orden alfabético.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	SI
Fotografías	SI
Textos	SI
Otros*	SI
TOTAL (%)	5(62.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

* Otras opiniones

5.4. Municipios de 1.001 a 2.000 habitantes

127. AYUNTAMIENTO DE SANT MARTI DE CENTELLES (www.smarticentelles.org) EN BARCELONA. (Consulta realizada el 17 de mayo del 2010)

La página, escrita en catalán y sin posibilidad de traducción, ofrece una gran cantidad de información sobre el municipio y de sus características geográficas, turísticas y patrimoniales, pero muy escasa del propio Ayuntamiento. Está convenientemente actualizada e incluye boletines informativos en pdf con una periodicidad anual.

- A. El nivel de interactividad es bajo, tan solo alcanza un básico II de Consulta, con una gestión de trámites on line a través del proyecto ya citado anteriormente de E-Tram facilitado por el gobierno autonómico. Incluye una dirección de correo electrónico para la emisión de sugerencias pero no tiene efectividad, según hemos podido comprobar. No mantiene ningún otro vínculo que involucre al ciudadano para que participe.
- B. Existe un enlace para la red empresarial del municipio dividida en los diversos sectores económicos, pero no existe un capítulo destinado exclusivamente al ámbito turístico. Lo mismo ocurre con el tejido asociativo, que no tiene espacio alguno en esta página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

128. AYUNTAMIENTO DE ALEDO (www.aledo.es) EN MURCIA. (Consulta realizada el 17 de mayo del 2010)

Convenientemente actualizada en todas sus secciones, la web de Aledo está destinada fundamentalmente a ser una vía de información sobre las actividades municipales, por un lado, y sobre las características de la localidad, por otro; este último aspecto persigue, como objetivo, la promoción al turismo debida a su localización en el valle murciano de España.

- A. Su finalidad, como hemos mencionado, es básicamente la información, pero no la participación. Por el momento, solo plantea su funcionamiento en un nivel I de Transmisión. No cabe la posibilidad de la tramitación en línea y hemos comprobado que la dirección de correo existente carece de efectividad.
- B. Del mismo modo que no hay espacio para la participación ciudadana, tampoco existe para la red asociativa ni para el tejido empresarial. A pesar de que, como hemos comentado al principio, uno de los fines de esta página es su promoción turística, no dan cabida a alojamientos rurales o servicios de hostelería.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

129. AYUNTAMIENTO DE ELGETA (www.elgeta.net) EN GUIPÚZCOA. (Consulta realizada el 17 de mayo del 2010)

La mayoría del contenido de esta página puede ser traducida al castellano, aunque hay algunos contenidos que han sido creados exclusivamente en euskera. El mantenimiento es correcto con noticias actualizadas y puestas al día, así como la agenda y actuaciones gestionadas por el Ayuntamiento. Dispone de vídeos, tanto de carácter político-municipal como social, hecho que no se encuentra en la mayoría de las web analizadas hasta el momento.

- A.** Uno de los principales recursos de participación es la administración on line, con la posibilidad para el usuario de descargarse modelos de tramitación pero que, posteriormente, deben ser entregados personalmente o a través del correo ordinario. Existe igualmente un modelo para la emisión de quejas y sugerencias; sin embargo, hemos comprobado que carece de efectividad al no haber obtenido respuesta. No tienen otras posibilidades para que el ciudadano participe en la elaboración de esta web, por lo que esta página alcanza únicamente el nivel II de Consulta.
- B.** Hay gran cantidad de información y varios directorios referidos a la actividad económica de esta localidad. Todos ellos convenientemente divididos por sectores. Como listados reseñables están, por una parte, el referente a los hostales del municipio; y, por otras, el destinado a los restaurantes; lo que nos lleva a la conclusión de la aspiración del Ayuntamiento por la promoción turística a través de esta página. Igualmente existe otro vínculo para las asociaciones que funcionan en el municipio, fundamentalmente las gastronómicas, hecho muy habitual en los municipios del País Vasco. No obstante, hay que señalar que en ninguna de estas reseñas se aporta la posibilidad de vincular los distintos establecimientos y entidades a su propia página web o a destacar una dirección de correo electrónico. Por último, hay un vínculo para las ofertas de empleo pero solo se reseña el de carácter público, por lo que no podemos considerarlo como objeto de nuestro estudio sobre el grado de participación ciudadana.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

130. AYUNTAMIENTO DE SANT LLORENÇ DE MORUNYS (www.ajuntamentdesantllorencdemorunys.org) EN LÉRIDA. (Consulta realizada el 18 de mayo del 2010)

Escrita íntegramente en catalán y sin posibilidad de traducción, la página de este municipio leridano se encuentra totalmente desactualizada y da la impresión de que su mantenimiento y, por tanto, su supervivencia, se ha relegado a un segundo plano. Las últimas noticias datan de finales del 2009. No existe información adicional y la página de inicio está desorganizada.

- A. No cuenta con ningún recurso para la interactividad. No hay E-Administración y el vínculo destinado a “contacto” no funciona. Tampoco se refleja una dirección de correo electrónico. Por lo que se sitúa en el grado I de Transmisión en su faceta más básica
- B. Del mismo modo, no hay posibilidad para la promoción económica y social del municipio. Se trata de una página por la que no se ha apostado, al menos, desde el presente año y necesitaría una profunda renovación.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

131. AYUNTAMIENTO DE ALBARRACÍN (www.albarracin.org) EN TERUEL.
(Consulta realizada el 18 de mayo del 2010)

Como uno de los municipios más visitados de España, su página web dedica gran parte de su contenido al turismo y a las características naturales de la sierra del entorno. Tanto es así, que la información dedicada al Ayuntamiento queda relegada en un segundo plano. Debido a su diseño complica sensiblemente la consulta. La cabecera es demasiado ancha y deja poco espacio para la información.

- A.** El nivel de interactividad es bajo, solo lo podemos catalogar en un II de Consulta con una básica E-Administración, centrada únicamente en la emisión de modelos para formularios con formato Word que pueden ser rellenados para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. Existen diversas direcciones de correo, pero, tal y como hemos podido comprobar, el usuario no obtiene respuesta de ellos.
- B.** Debido a su carácter eminentemente turístico, la página cuenta con una considerable cantidad de directorios para los alojamientos y servicios de hostelería que pueden ofrecer servicio al visitante. En total hemos contabilizado nueve listados correspondientes a hoteles, posadas, campings, restaurantes e incluso de tiendas de recuerdos. El resto de las actividades empresariales, al no ser la principal fuente generadora en la economía del municipio, no tienen espacio en esta web. Lo mismo ocurre con el tejido asociativo, que no puede participar en la elaboración de la página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS A	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

132. AYUNTAMIENTO DE JEREZ DEL MARQUESADO (www.jerezdelmarquesado.es) EN GRANADA. (Consulta realizada el 19 de mayo del 2010)

La página no tiene actividad desde el año 2006, cuando fue creada. Se mantienen las noticias de aquel entonces y, por supuesto el contenido es de carácter intemporal. Su diseño es bastante esquemático y no aporta demasiada información ni del Ayuntamiento ni de la propia localidad

- A. Su nivel de interactividad es I de Transmisión con la información antes mencionada pero que no proporciona la participación ciudadana deseable en una página municipal. No hay posibilidad de tramitaciones on line, tal y como hemos podido comprobar. Además, la dirección de correo electrónico que se refleja en la página carece de efectividad.
- B. Existe un apartado destinado a los alojamientos turísticos del municipio, pero no hay posibilidad de enlace a su correo electrónico o a sus propias páginas web. No hay, por otra parte, espacio para el resto de actividades económicas ni para el tejido asociativo.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

133. AYUNTAMIENTO DE OTXANDIO (www.otxandio.net) EN VIZCAYA.
(Consulta realizada el 20 de mayo del 2010)

La página se presenta en dos variaciones, escrita en euskera o bien en castellano, aunque algunas de las secciones como es, por ejemplo, el saluda del alcalde, están escritas en el lenguaje autóctono de la Comunidad y sin posibilidad de traducción. La actualización es medianamente buena porque, aunque hemos encontrado informaciones recientes, la periodicidad es muy amplia a la hora de insertar nuevas noticias.

- A. El nivel de interactividad es de un básico II de Consulta ya que lo único que nos hemos encontrado es una serie de formularios muy sencillos que, según se indica, deben ser presentados en el Ayuntamiento personalmente o a través de fax. También se informa de que se puede utilizar la vía de correo electrónico; sin embargo, hemos comprobado que no funciona el formulario habilitado para ello y, ni tan siquiera, se refleja una dirección de email correspondiente al Ayuntamiento.
- B. No hay opción para el tejido económico del municipio pero sí para las asociaciones con un vínculo bastante destacado en la página de inicio. Las entradas del directorio corresponden a cada una de las entidades, las cuales pueden incluir, dentro de esta web municipal, sus datos, actividades, programas e incluso fotos. No hay otras opciones para la promoción del municipio con la participación de colectividades.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

134. AYUNTAMIENTO DE SANTA ELENA DE JAMUZ (www.aytosantaelenadejamuz.es) EN LEÓN. (Consulta realizada el 20 de mayo del 2010)

Las secciones que incluye son prácticamente todas intemporales y las que necesitan mantenimiento solo requieren actualizarse en periodos de tiempos muy extensos. En todos sus vínculos predomina la imagen al texto y el contenido se refiere fundamentalmente al municipio y a las poblaciones que lo compone, relegando en un segundo plano la información del Ayuntamiento.

- A. Aunque está pensada para mostrar las características y rasgos del municipio, la interactividad solo alcanza un II de Consulta con una serie de modelos para la E-Administración de formato Word para ser entregados personalmente en el consistorio. Existe una dirección de correo electrónico, pero hemos comprobado que carece de efectividad.
- B. No hay espacio para el tejido asociativo a pesar de que, como se ha corroborado por nuestra propia observación, el movimiento social es muy activo en este municipio. Otra paradoja se da con la ausencia de un listado para la empresa hotelera y de restauración, a pesar de incluir un vínculo mostrando al potencial turista la gran cantidad de tradiciones y fiestas que se celebran en el municipio. Igualmente no hay espacio para el resto de la actividad económica y empresarial.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

135. AYUNTAMIENTO DE CASTRELO DO VAL (www.castrelodoval.com) EN OURENSE. (Consulta realizada el 20 de mayo del 2010)

Una de sus peculiaridades aplicadas recientemente en esta web es la posibilidad de su traducción a cuatro idiomas: gallego, castellano, inglés y portugués. Está convenientemente actualizada con noticias frecuentes y puestas al día. Su organización es adecuada y dedica gran parte de espacio a las poblaciones que integran este concello.

- A.** Dispone de un recurso para la E-Administración con solicitudes-modelo que pueden ser entregadas por correo electrónico, aunque posteriormente hay que ir a recogerlas físicamente al Ayuntamiento. Cuenta con un vínculo para la emisión de sugerencias pero hemos comprobado que carece de efectividad ya que no hemos recibido respuesta alguna a nuestra petición. No dispone de otros recursos para la participación ciudadana por lo que también se queda en el nivel II de Consulta
- B.** No hay vínculo para el tejido social ni para posibles ofertas de empleo que incentive el movimiento económico del municipio. Sí que se ha dedicado un espacio para la promoción turística que se enlaza con la riqueza natural y cultural de la zona. Se trata de un listado de los centros de restauración y hoteleros descritos con todo lujo de detalles, aunque no pueden incluir cada uno su propio vínculo a su página web ni una dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

136. AYUNTAMIENTO DE HORTA DE SANT JOAN (www.hortadesantjoan.cat) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 21 de mayo del 2010)

Convenientemente estructurada con tres grandes secciones (el pueblo, el entorno natural y la riqueza cultural) que, a su vez, incluyen otros vínculos. La página está convenientemente actualizada con noticias recientes y ofrece la posibilidad de traducirla al catalán, castellano e inglés.

- A. Además de una serie de documentos para su tramitación on line en una de las secciones propias del Ayuntamiento. Dispone de un vínculo para que el ciudadano o el turista incluya sus propias opiniones sobre el municipio. Igualmente, la estructura preparada para correo electrónico es correcta y efectiva. Por ello, catalogamos esta página en el nivel III Conversacional, en lo que a interactividad se refiere.
- B. Para la promoción externa fuera del municipio que no tiene que ver con el Ayuntamiento, la página dispone de una sección dedicada a las asociaciones, pero con ausencia de otros datos que no sea el nombre de la entidad. Igualmente, hay un vínculo para todas las actividades económicas clasificadas por sector y entre las que se incluyen las dedicadas al turismo (restauración y alojamiento).
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

137. AYUNTAMIENTO DE VALDEPOLO (www.aytovaldepolo.es) EN LEÓN.
(Consulta realizada el 21 de mayo del 2010)

Es el mismo modelo que ya hemos visto en anteriores análisis de municipios leoneses. Una gran parte de los enlaces carecen de contenido y los que sí disponen de él no están actualizados, como es el caso de los bandos de alcaldía, sección en la que solo nos encontramos un vínculo que data del 2008. Otros sí que tienen informaciones más recientes, como la *Galería Fotográfica*, que incluye imágenes del presente año.

- A. Como ya hemos comprobado en páginas de este mismo tipo cuyo punto de arranque es la gestión de la diputación provincial, el nivel de interactividad es muy bajo, alcanzando en este caso un básico II de Consulta con una serie de modelos estándar para solicitudes que supone una primigenia E-Administración. Estas tramitaciones deben ser entregadas personalmente al Ayuntamiento o a través del correo ordinario. No hay posibilidad de emitirse a través de la Red. La dirección de correo electrónico carece de efectividad, tal y como hemos podido comprobar, y no existen otros vínculos que fomenten la participación ciudadana.
- B. No hay espacio alguno para el tejido empresarial, ni de carácter general ni turístico, ni tampoco para el tejido asociativo que posiblemente funcione en la ciudad. Tampoco se da opción a promocionar ofertas de empleo privadas en alguno de sus vínculos.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

138. AYUNTAMIENTO DE ALFARNATE (www.alfarnate.es) EN MÁLAGA.
(Consulta realizada el 21 de mayo del 2010)

Municipio situado en plena Costa del Sol, resulta prácticamente obligado explotar su rasgo turístico en la web, como ya veremos a continuación. No obstante, podemos adelantar ya que este aspecto ocupa una de sus secciones principales. La página es propia y ofrece gran cantidad de información sobre todos los aspectos relacionados con el Ayuntamiento y con el municipio.

- A.** Encontramos un nivel de interactividad peculiar ya que, si bien alcanza el nivel III Conversacional, carece de recursos para la E-Administración y el correo electrónico que se ofrece para aportar sugerencias (tanto en un formulario propio como con una dirección electrónica) carece de efectividad ya que no se ha respondido a nuestra solicitud de respuesta. Sí que encontramos encuestas que ofrecen la oportunidad de participar al ciudadano para que opine sobre aspectos concretos del municipio, urbanismo, cultura y otros relacionados con la gestión municipal.
- B.** Como ya hemos adelantado, el turismo es parte importante en esta web y por ello, el sector empresarial ocupa un papel preponderante, principalmente el referido a servicios y más concretamente a la hostelería y restauración que se encuadra en un vínculo especial. Las asociaciones también tienen un enlace destacado y cada una de ellas tiene la posibilidad de aportar al usuario una dirección de correo electrónico y/o un vínculo a su propia página web. No encontramos promoción de empleo privado a pesar de que en el enlace referido al Ayuntamiento existe un espacio para el Centro de Apoyo de Empresas (CADE) que funciona con titularidad pública en esta localidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

139. AYUNTAMIENTO DE RIBA-ROJA D'EBRE (www.riba-roja.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 24 de mayo del 2010)

Con escaso contenido, el único punto destacable de esta web es que, siendo creada por defecto en catalán, puede ser traducida al castellano o al inglés; sin embargo, al realizar el traspaso a estos idiomas, la página acorta su contenido y se limita a ofrecer la información referidos al municipio y a los datos generales del Ayuntamiento. Las tramitaciones en línea, la organización interna de la administración local o la actividad de sus órganos de gobierno solo pueden ser leídas en catalán. Por otra parte, el único vínculo actualizado que hemos encontrado se localiza en la página de inicio con las previsiones meteorológicas del mismo día de la consulta y del siguiente. El resto es información que no requiere excesivo mantenimiento.

- A. El nivel de interactividad se encuadra únicamente en el I de Transmisión de datos. Los dos únicos recursos que incluye carecen de efectividad; con ellos podría alcanzar un siguiente grado: Una dirección de correo electrónico de la que no hemos recibido respuesta alguna y una E-Administración que nos lleva a un “error” tecnológico en el momento de hacer alguna tramitación on line. No existen otras opciones para la interacción vecinal.
- B. En otros municipios de características similares a Riba-Roja D'Ebre o incluso más pequeños hemos comprobado que, a pesar de no estar inscritas ninguna asociación o ninguna empresa, sí que ofrecen vínculos que puedan ser aprovechados por este tipo de entidades, ya sean colectivos o de índole económico. Sin embargo, en esta web que ahora analizamos no existe posibilidad alguna de ello y lo único que encontramos del municipio es la forma de llegar a él, datos demográficos y características del entorno. Una información un tanto impersonal que no ofrece nada referente a sus ciudadanos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

140. AYUNTAMIENTO DE FIGUERUELAS (www.figueruelas.es) EN ZARAGOZA.
(Consulta realizada el 22 de mayo del 2010)

Por los datos que se incluyen, se comprueba que la página es de reciente creación y algunos de sus apartados aún no han sido completados para ofrecer la información que en ellos se explicita. La estructura es sencilla aunque convenientemente ordenada, dando gran importancia, fundamentalmente en su presentación, a la imagen del municipio y de su entorno.

- A. A expensas de que la web se consolide actualmente y en el momento de ser analizada, no existe aún interactividad, por lo que la debemos englobar aún en el nivel I de Transmisión. Anuncia que en breve se podrán hacer tramitaciones on line y, aunque dispone de una dirección de correo electrónico, no hemos obtenido respuesta a nuestra petición.
- B. En los escasos vínculos que existen, sí que se ha pensado en la red social con un directorio que se incluye en la sección denominada *Ciudadano*. No obstante, en este listado solo se ofrecen datos básicos de cada entidad las cuales no proporcionan aún una dirección de correo electrónico o un vínculo a su propia página web.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

141. AYUNTAMIENTO DE CORBINS (www.corbins.cat) EN LÉRIDA. (Consulta realizada el 22 de mayo del 2010)

Nos encontramos con un caso similar al anterior. Por lo que se indica en la página, ésta es de reciente construcción y aunque hay escasas secciones, el diseño ofrece una sensación al usuario de una cuidada atención del Ayuntamiento por las nuevas tecnologías y, en concreto, por esta página. Está escrita en catalán y sin posibilidad de traducción a otro idioma, a pesar de su apuesta por el turismo y la muestra de los lugares de interés cultural y natural que se localizan en su entorno.

- A. Como en la de Figueruelas, las tramitaciones on line están en construcción y se anuncia que en breve será puesta a disposición de los ciudadanos. Se encuentra también un formulario para la emisión de las sugerencias ciudadanas de la que sí se obtiene respuesta por parte del Ayuntamiento. Es el único aspecto que nos obliga a clasificar esta página en el nivel II de Consulta.
- B. Existe un apartado para las asociaciones y entidades a modo de directorio pero sin vínculos propios dentro de la Red. Sí que hemos comprobado que pueden usar la *Agenda* para poder incluir las actividades que prevén organizar. También hay un listado convenientemente clasificado por sectores de las empresas y comercios que funcionan en el municipio pero, al igual que el tejido social, no tienen posibilidad de incluir sus vínculos de Internet.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

142. AYUNTAMIENTO DE ALMOSTER (www.almoster.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 24 de mayo del 2010)

Escasa apuesta que el Ayuntamiento hace por las nuevas tecnologías, tal y como hemos comprobado en la simplicidad de una página que ofrece más información de la comarca y de la diputación provincial y administración autonómica que del propio municipio. Encontramos tres vínculos que no requieren apenas mantenimiento y que pasamos a detallar: Por un lado, el referido al Ayuntamiento, solo ofrece datos domiciliarios y telefónicos; por otro, la sección del municipio explica, en un breve número de líneas, las características del entorno, tanto naturales como culturales del municipio; y, finalmente en tercer lugar, hablan en el apartado de *Cultura* sobre la historia del municipio recogida de otros textos. No encontramos más vínculos.

- A. Con estos antecedentes expuestos, no es difícil adivinar que el nivel de interactividad es el I de Transmisión, sin atisbos de ofrecer recursos para las gestiones burocráticas on line, y la dirección de correo que se ofrece carece de toda efectividad. No hay opciones para la participación del vecino
- B. Las entidades sociales y el tejido empresarial quedan olvidados en esta página. No hay espacio para ellos y ni tan siquiera para que se muestre la actividad económica o de ocio y tiempo libre que tradicionalmente caracteriza a este municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

143. AYUNTAMIENTO DE CERDIDO (www.cerdido.org) EN LA CORUÑA.
(Consulta realizada el 24 de mayo del 2010)

Con posibilidad de traducción al gallego o al castellano, la página de Cerdido contiene escasa información, aunque la que existe está actualizada. La escasez de información da cuenta de que el cuidado demostrado no es muy esmerado. Uno de los factores puede ser por el índice de población que se marca en dicha web con una edad media de 55, siendo el sector más numeroso el que comprende la franja de 70 a 74 años que, tal y como se ha visto en estudios ya realizados sobre esta cuestión, es una de los sectores poblacionales que, en una alta proporción, se encuentra en el lado negativo de la brecha digital.

- A. No existe ningún vínculo para la tramitación en línea de documentos, pero sí que han resultado efectivas las diversas líneas de correo electrónico que se reflejan en la página. Aparte de ello, no hemos encontrado algún recurso que impulse la participación ciudadana, por lo que el nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta
- B. En el escaso contenido de la página no ha lugar para las asociaciones que posiblemente funcionen en el municipio ni para el tejido empresarial y comercial localizado en la zona. Tampoco hay posibilidad de fomento de empleo a través de ofertas de trabajo de carácter privado.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

144. AYUNTAMIENTO DE MORATA DE JALÓN (www.moratadejalon.org) EN ZARAGOZA. (Consulta realizada el 24 de mayo del 2010)

La página está convenientemente actualizada con informaciones que datan de fechas recientes. Una de sus peculiaridades es que, si bien la mayoría de la web es *monoidiomática* (castellano únicamente), las tramitaciones se pueden realizar en nada menos que siete idiomas: castellano, catalán, gallego, valenciano, inglés, francés o alemán.

- A.** La peculiar E-Administración que acabamos de detallar en la introducción es el único recurso efectivo y destacable para la interactividad. Una tramitación algo básica ya que los documentos, en formato Word, solo pueden ser entregados físicamente por el contribuyente o a través del correo ordinario. El modelo para la emisión de sugerencias y quejas no ha tenido respuesta, tal y como lo solicitamos, por lo cual no podemos incluirlo como vía de interacción con el ciudadano. No existe otro recurso para la participación vecinal, por lo que debemos situar esta página en el nivel II de Consulta.
- B.** La actividad económica queda monopolizada por una gran empresa cementera del municipio que constituye su principal foco económico, ya que la exportación y expansión de su producto son conocidas nacional e internacionalmente. No hay posibilidad para la promoción del resto de negocios que funcionan en la localidad, por lo que no podemos dar por válido este recurso para nuestro estudio. Sí que integramos en este análisis el directorio de entidades y asociaciones, cada una de ellas tiene su propio vínculo en la misma web funcionando a modo de página oficial de la entidad, por lo que supone un gran aliciente para que el usuario entre y conozca la página web del Ayuntamiento

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

145. AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DEL JUCAR (www.alcaladeljucar.net) EN ALBACETE. (Consulta realizada el 25 de mayo del 2010)

El municipio está declarado en el ámbito nacional como Conjunto Histórico-Artístico. Este reconocimiento marca el contenido de su página web como una puerta de promoción al exterior y, concretamente, al turismo. A pesar de ello, el contenido solo puede leerse en el idioma castellano. Abundan las imágenes y textos referentes a las características y rasgos culturales de la localidad. El espacio para el ámbito administrativo es escaso y solo hay un vínculo referido directamente al Ayuntamiento.

A. La escasa preponderancia que se da al ámbito público local se demuestra con la ausencia de recursos para la participación. No hay posibilidad de la tramitación on line de la gestión que el usuario debe hacer con el Ayuntamiento, y la dirección de correo electrónico que se expone carece de efectividad, según hemos comprobado, por lo que el nivel de interactividad debe situarse, en este caso, en el I de Transmisión.

B. El intento de captación turística se demuestra con el apartado destinado a los alojamientos, incluido a su vez en otra sección mayor denominada *Turismo*. Cada una de las unidades de alojamiento y restauración, así como empresas dedicadas a otras especializaciones, tienen su vínculo propio en la misma página municipal, donde se puede consultar al detalle las características de todos los negocios, empresas y comercios existentes en Alcalá de Júcar. Este hecho, como ya hemos visto con anteriores municipios, es una forma de incentivar al usuario para que conozca la web oficial del Ayuntamiento. El tejido social no tiene un espacio en esta página para mostrar sus actividades y su identidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

146. AYUNTAMIENTO DE LA PEZA (www.lapeza.org) EN GRANADA. (Consulta realizada el 26 de mayo del 2010)

Página desactualizada con últimas noticias que datan de mayo del 2009. El contenido es mínimo y algunas de las secciones carecen de orden. Es el caso del apartado fotográfico, en el cual hay algunos vínculos que denota su eliminación pero no se ha borrado su denominación.

- A.** Se ha podido comprobar que, a través de la dirección de correo electrónico expuesta en la página, el usuario no obtiene respuesta del Ayuntamiento. Por otra parte, no hay espacio para la E-Administración ni tampoco para otros recursos que actualmente contribuyan a la participación ciudadana. La estructura y el diseño de la galería fotográfica deja intuir que ésta podía ser utilizada, cuando fue creada la web, por asociaciones y particulares para mostrar las imágenes que disponían y que reflejaban aspectos del municipio, pero actualmente no hay posibilidad de ello y, por tanto, ha caído en desuso, por lo que no podemos darlo por válido y, en consecuencia, el nivel de interactividad es I de Transmisión
- B.** No hay vínculos que puedan promocionar la actividad privada de la localidad, ni del tejido asociativo ni de la red empresarial. Tampoco, como en la mayoría de los municipios que hasta ahora se han analizado, existe una posibilidad de promoción de empleo privado con una bolsa de trabajo en la actividad económica localizada en este término municipal.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

147. AYUNTAMIENTO DE ENTRIMO (www.concelloentrimo.es) EN ORENSE.
(Consulta realizada el 26 de mayo del 2010)

La traducción al gallego o al castellano es uno de los rasgos de una página que, si bien está completada con varios contenidos novedosos, hay que añadir, no obstante, que hay otras secciones que se echan falta. Entre las primeras está una visita virtual consistente en un mapa de todas las parroquias que integran este concello y que ofrece vínculos a imágenes de los lugares más característicos. Como novedad igualmente se comprueba la existencia de una serie de vídeos sobre los acontecimientos más destacados que se han celebrado en la localidad. Sin embargo, no existe una información para actualizarse, toda ella es intemporal y se refiere fundamentalmente a sus características socio-económicas y naturales. Tampoco hemos visto una dirección física, telefónica ni electrónica del Ayuntamiento a pesar de ser la página oficial.

- A.** La E-Administración es una de las más completas que se han visto en municipios de estas características, con la posibilidad de tramitación mediante dos vías. Por un lado, a través de la personación física del contribuyente o por correo ordinario; y, por otro, con la certificación digital del denominado DNI electrónico. Aparte de ello, llama la atención la gran cantidad de documentos que pueden ser tramitados por estas vías y que amplía la oferta que se ha visto en la mayoría de las E-Administraciones pensadas para poblaciones entre 1.000 y 2.000 habitantes. Sin embargo, el formulario de correo electrónico para la emisión de solicitudes no funciona por lo que no podemos contarlo como un recurso de participación. Sí que dispone de un foro, a modo de blog, en el que el usuario podrá entrar a través de una contraseña facilitada por el Ayuntamiento, hecho que alza a esta página al nivel III Conversacional
- B.** En sus vínculos encontramos un directorio, tanto de empresas como del tejido asociativo, sin embargo es simplemente un listado cuyos únicos datos que ofrecen son: la denominación de la unidad empresarial o social, número de teléfono y nombre del presidente/a para el caso de las asociaciones y, en cuanto al ámbito económico, se añade el sector al que pertenece cada empresa.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

148. AYUNTAMIENTO DE SARTAGUDA (www.sartaguda.com) EN NAVARRA.
(Consulta realizada el 26 de mayo del 2010)

Se trata de un curioso caso de web desfasada en todas las cuestiones referidas al Ayuntamiento pero, que en su inicio se mantiene actualizada con últimas noticias del municipio en una página que, aun siendo de titularidad pública, la creación ha corrido a cargo de una entidad privada que es la que, además, se encarga de actualizar las mencionadas noticias. El resto de los contenidos están totalmente anticuados para una vía de comunicación de este tipo ya que los datos más recientes están fechados en el 2007.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en un básico II de Consulta y alcanza este grado gracias a una primigenia E-Administración con la que se pueden descargar formularios básicos que posteriormente se deben entregar personalmente en el Ayuntamiento. Existe una dirección de correo electrónico y un modelo de formulario para solicitudes pero ambas vías resultan ineficaces. En la época que la página era mantenida, los usuarios podían opinar sobre las fotos que eran publicadas en la página web. Desde el 2007 no se ha vuelto a renovar el álbum y, por tanto, la participación ciudadana ha dejado de existir en este aspecto por lo que, actualmente, no podemos considerarlo como recurso de interacción.
- B.** No hay espacio para la actividad empresarial del municipio ni para la red social. No obstante, analizada la página, podríamos vaticinar que en el caso de que existiera directorio sobre estas unidades estará totalmente desactualizado y, por tanto, carecería de utilidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

149. AYUNTAMIENTO DE ZARZA LA MAYOR (www.zarzalamayor.com) EN CÁCERES. (Consulta realizada el 27 de mayo del 2010).

La página tiene una actualización moderada con noticias del presente año (2010) pero con una frecuencia que puede oscilar entre los dos y los tres meses. Las imágenes imperan en todos los contenidos, y todas ellas referidas a acontecimientos sociales en los que el vecino tiene especial protagonismo. Los vínculos están llenos de colorido y con formas atractivas para el usuario.

- A. No hay espacio para la tramitación on line de gestiones que el contribuyente esté obligado a realizar con el Ayuntamiento. Lo único que resulta útil son las direcciones de correo electrónico porque, aunque en la galería fotográfica se publican imágenes cedidas particulares, ellos no son los que han podido acceder a la página para plasmarlas directamente. Por ello, la interactividad se queda en la más básica de Consulta o nivel II
- B. Existe vínculo para las asociaciones y cada una de ellas con su propio enlace en la que puede plasmar sus características, datos identificativos (incluido correo electrónico y página web propia) y las actividades que lleven a cabo. Del mismo modo, se da un lugar en el capítulo de *Turismo* y a las unidades empresariales dedicadas al alojamiento y restauración.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS I	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS II	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

150. AYUNTAMIENTO DE (www.aytorres.es) EN JAÉN. (Consulta realizada el 27 de mayo del 2010)

Página propia y con cierto desajuste temporal en detalles como que en mayo del 2010 todavía aparece la felicitación de navidad que el Ayuntamiento emitió a través de esta web a todos los vecinos. Las noticias también están desactualizadas y algunas de las secciones no tienen contenido, a pesar de ser una página con diseño propio y que no tiene nada que ver con aquellos municipios que se integran en los proyectos provinciales de nuevas tecnologías.

- A. La página se limita a un nivel I de Transmisión en lo que a interactividad se refiere ya que no existe vínculo alguno para la E-administración. Además, se ha podido comprobar que las direcciones de correos expuestas son erróneas y, por tanto, carecen de utilidad. No se han hallado otros recursos que contribuyan a la participación ciudadana.
- B. Existe un directorio para el tejido social en el que se limita a poner los datos identificativos de cada colectivo. Mejor suerte han tenido los alojamientos y otras empresas dedicadas al turismo, a las cuales se las ofrece un enlace propio para que, a modo de página, puedan explicar sus características así como la posibilidad de plasmar enlaces a sus propias web o a las direcciones de correos electrónicos que posean. No hay espacio, por otra parte, para el empleo privado, pero sí que lo hay para la identificación de las empresas que funcionan en la localidad y, a pesar de que éstas no han aprovechado este recurso, sí que lo debemos de dar por válido ya que el objetivo de este trabajo es comprobar cómo la administración pública municipal toma la iniciativa para utilizar las nuevas tecnologías y fomentar la participación. Nos encontramos, en este caso, con un recurso facilitado por el Ayuntamiento pero con escasos resultados, hecho que no concierne a este estudio

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

151. AYUNTAMIENTO DE ULTZAMA (www.ultzama.es) EN NAVARRA.
(Consulta realizada el 27 de mayo del 2010)

Ofrece la posibilidad de ser traducida al euskera o al castellano. Se trata de una página realizada con el patrocinio del gobierno de Navarra y el Plan Avanza del gobierno de la nación por lo que muchos de sus contenidos son extra municipales, principalmente de la Comunidad Foral. No tiene informaciones para actualizarse a menudo por lo que todos sus contenidos son intemporales y, en conclusión, el mantenimiento es mínimo.

- A.** La interactividad se sitúa en el nivel II de Consulta con una esmerada E-Administración cuya autoría es de las otras administraciones superiores territorialmente. No obstante, también se ofrece al usuario un modelo de solicitud escrito en euskera que puede ser entregado físicamente en el Ayuntamiento o a través de correo ordinario. En cuanto a la dirección de email, existe también un vínculo para ello, pero no hemos recibido respuesta a nuestra solicitud por lo que no podemos contarlo como recurso interactivo.
- B.** No existe ningún vínculo para el tejido asociativo del municipio ni para la red empresarial, ni tan siquiera uno específico para las entidades turísticas, a pesar de que el municipio está enclavado en uno de los entornos naturales más ricos de Navarra.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

152. AYUNTAMIENTO DE SANTA EUGÈNIA (www.ajsantaeugenia.net) EN BALEARES. (Consulta realizada el 28 de mayo del 2010)

Con posibilidad de traducción a cuatro idiomas: castellano, inglés, alemán y catalán, este último, sin embargo, es el que se usa por defecto y el empleado en varios de los contenidos de la web sin posibilidad de ser traspasado a alguna de las otras tres lenguas. Contiene varios vínculos laterales en la página de inicio que corresponden a programas políticos realizados en la propia localidad o en la provincia de Mallorca donde está enclavada esta localidad. Su actualización es correcta con noticias que son renovadas con una periodicidad frecuente.

- A. No dispone de recursos para la tramitación on line y el modelo de formulario para sugerencias tiene una atractiva denominación: *Gobierna con nosotros*. Sin embargo, hemos comprobado que no se obtiene respuesta a las demandas del usuario, por lo que carece de efectividad. No existen otros recursos para la interactividad del usuario por lo que se limita al nivel I de Transmisión.
- B. Existe un vínculo para todas las entidades empresariales que pueden incluir su propio enlace a su página o a una dirección de correo electrónico, aparte de otros datos identificativos. Lo mismo ocurre con el directorio para las asociaciones que funcionan en este municipio.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

153. AYUNTAMIENTO DE ALCARAZ (www.alcaraz.es) EN ALBACETE. (Consulta realizada el 27 de mayo del 2010)

Financiada por la Diputación Provincial de Albacete y, como ya hemos visto en páginas con este mismo origen, muchos de sus enlaces carecen de contenido; algunos tan destacados como la agenda cultural y otros tipos de eventos cuya inclusión siempre aporta un carácter de viveza a la web y de buen mantenimiento. El apartado de noticias, situado en la página de inicio, sí que está actualizado, aunque son informaciones con ámbito autonómico y no se ciñen al municipio exclusivamente.

- A.** Uno de los enlaces sin contenido es el referido a la E-Administración, denominado en este caso *Instancias* pero que, a pesar de este nombre, no incluye ningún modelo de tramitación. También carece de efectividad la dirección de correo electrónico, tal y como hemos podido comprobar, ni a través del modelo que se expone en la página ni con los modos habituales de envíos (por páginas dedicadas a este uso). No existen otros recursos para la participación, por lo que la interactividad se ciñe a un básico I de Transmisión
- B.** Existen directorios para las empresas dedicadas al turismo, ya no solo las de alojamiento y restauración, sino también las referidas a ocio y actividades. Destacamos en esta cuestión un hecho peculiar: Aunque, no olvidemos, se trata de una página de índole público, los enlaces de cada uno de los establecimientos expuestos en la web municipal llevan al usuario hasta una página privada dedicada a las reservas on line.

Por otro lado, no existe la promoción del resto de unidades empresariales ni de las ofertas de empleo que puedan proponer. Tampoco se localiza un espacio para el tejido asociativo que, posiblemente, funcione en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

154. AYUNTAMIENTO DE SÁDABA (www.sadaba.es) EN ZARAGOZA. (Consulta realizada el 28 de mayo del 2010)

Convenientemente actualizada en todas sus secciones, la página de Sádaba ofrece un diseño vivo, con secciones bien destacadas y claras en la página de inicio en la cual, la imagen y la policromía son aspectos preponderantes. La apuesta por acercar la administración local al vecino ya se vislumbra desde el arranque con una frase a modo de lema en la web: *Tu Ayuntamiento en tu casa*.

- A.** Es una de las páginas con más recursos de participación que se han visto hasta ahora en los municipios con una población que no supera los 2.000 habitantes. Además de una E-Administración, que permite descargar varios modelos de instancias y solicitudes para ser presentadas personalmente en el Ayuntamiento, dispone de un formulario de correo electrónico pero que carece de efectividad. Lo que sí es muy utilizado por los ciudadanos es el foro y, sobre todo, el archivo de imágenes. En ambos casos nos encontramos colaboraciones vecinales muy recientes en la fecha y que se llevan exponiendo desde que se puso en marcha la página a finales del 2008. Durante este tiempo han sido varios los vecinos que han participado en estos recursos a los cuales se puede acceder a través de una sencilla inscripción on line que, además de posibilitar la inclusión en el foro y la publicación de imágenes, el usuario podrá recibir en su correo electrónico la revista municipal y las últimas noticias de Sádaba. Todos estos recursos y la colaboración que demuestra la población engloba a esta página en el Nivel III Conversacional.
- B.** Existe un directorio de las empresas turísticas y del resto de industrias y comercios que funcionan en la ciudad. Es un listado sencillo en los que solo se incluyen los datos identificativos a los que se puede añadir un vínculo a su página principal o a su dirección de correo electrónico. En otro vínculo se localiza la llamada *Guía de Servicios* en la que se encuentran algunos de las unidades económicas ya publicadas en el directorio, como son los alojamientos o la farmacia. Una guía que podría haber sido utilizada para la promoción de las asociaciones que funcionan en la localidad y que, sin embargo, no tienen ningún espacio en esta web, hecho que resulta sorprendente en una página que, como se ha comprobado, sí que apuesta activamente y en la medida de sus posibilidades por la participación ciudadana.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

155. AYUNTAMIENTO DE AYEGUI (www.ayegui.org) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 29 de mayo del 2010)

Correctamente actualizada con noticias recientes del municipio y del entorno, aunque se trate de una página patrocinada por el consorcio turístico de Estella, hecho que da idea de que su objetivo último es la promoción al exterior.

- A. No hay interactividad, por lo que se sitúa en el nivel I de Transmisión. Este hecho se muestra por la ausencia de recursos para la E-Administración, sin formularios que mínimamente se puedan entregar personalmente en el Ayuntamiento, a pesar de ser la página institucional del municipio. La dirección de correo electrónico carece de efectividad ya que no hemos recibido respuesta a nuestra solicitud y no se han localizado otras vías que induzcan a una participación ciudadana.
- B. La promoción turística tiene su aportación con un directorio sobre los alojamientos y restauración que existen en el municipio; aparte de otros centros de interés como pueden ser bodegas vinícolas. El resto de empresas también tienen su espacio, al igual que el tejido asociativo. Cada una de las unidades publicadas en esta web, ya sea económica o social, tienen la posibilidad de incluir, entre sus datos, un vínculo para el correo electrónico y/o para su propia página de Internet.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

156. AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE TAPIA (www.villanuevadetapia.org)
EN MÁLAGA. (Consulta realizada el 29 de mayo del 2010)

En el inicio de página se muestra un vínculo que, en teoría, ofrece la posibilidad de su traducción al inglés. Sin embargo, en el momento de nuestra consulta esta opción no estaba habilitada. La mayoría de sus vínculos son intemporales, no requieren mantenimiento y su fin es la promoción turística, más que ofertar a los vecinos un “acercamiento virtual” del Ayuntamiento.

- A. Este escaso interés por la proximidad al ciudadano conduce a un nivel de interactividad I de Transmisión ya que no se encuentran vínculos para la E-Administración, y ninguna de las dos vías de correo electrónico (tanto con un modelo formulario como con su dirección) tienen efectividad. No existen recursos que inviten al vecino para que colabore a través de la web en el desarrollo del municipio en alguno de sus ámbitos.
- B. La promoción turística se evidencia con los numerosos listados que se publican en la web, tanto de alojamientos como de restauración, así como de lugares de interés y de otras empresas; todo ello englobado en una sección genérica que se halla localizada en una de las ubicaciones más destacadas de la página principal denominada *Turismo*. Las asociaciones disponen también de su espacio aunque en ninguno de los dos casos, ni los colectivos ni las entidades económicas, tienen la oportunidad de publicar en esta página una dirección de correo electrónico o un vínculo a su propia web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

157. AYUNTAMIENTO DE VIVER (www.viver.es) EN CASTELLÓN. (Consulta realizada el 29 de mayo del 2010)

Página modelo que ya se ha analizado con algunas similares correspondientes a otros municipios cuyo formato es prácticamente idéntico y que pertenecen también a la misma diputación provincial. En este caso, los contenidos están actualizados, tanto los referidos a la agenda de actos como a las noticias relacionadas con el municipio. Todos sus vínculos disponen de información y están estructurados en grandes secciones, una de ellas dedicada al propio Ayuntamiento y el resto son, por lo general, datos de interés y sociales del municipio.

- A. El nivel de interactividad se limita a un básico II de Consulta con la descarga de documentos en formato pdf que, posteriormente, el contribuyente debe entregar de forma personal en el Ayuntamiento, o bien a través de fax o correo ordinario. Hemos podido comprobar que el modelo de formulario que aportan en la página para la recepción de sugerencias no tiene respuesta alguna, por lo que carece de efectividad. No se ha localizado ninguno del resto de recursos de interacción que estamos analizando.
- B. Existe un directorio para el tejido social en el que se detallan los datos identificativos del cada colectivo los objetivos y actividades que se realizan en su seno. Existe otro listado para el comercio y las empresas que funcionan en la localidad y que, aunque están clasificadas por sectores, no se marca un apartado especial para las turísticas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

158. AYUNTAMIENTO DE MORA DE RUBIELOS (www.moraderubielos.com) EN TERUEL (Consulta realizada el 31 de mayo del 2010)

La página es financiada por la diputación provincial de Teruel a través de un plan para la potenciación de las nuevas tecnologías y, fundamentalmente, para la tramitación on line de la que hablamos en el siguiente punto. La actualización es moderada, con noticias que datan de hace algo más de un mes desde el momento de la consulta.

- A. Bajo la denominación de *Trámites y Servicios*, la página de inicio dispone de un enlace que desemboca hasta la correspondiente de la diputación provincial, pero que aporta la posibilidad de acceder a tramitaciones on line o descargas de documentos correspondientes al propio municipio de Mora de Rubielos, por lo que en este caso sí podemos considerarlos como recurso interactivo y factor básico para alcanzar el nivel II de Consulta. Pero es el único que nos encontramos en esta web municipal ya que el formulario de correo electrónico no ofrece respuesta al solicitante, según hemos podido comprobar, y no existe más opciones para la implicación activa de los vecinos.
- B. Existe un directorio para las asociaciones en la guía de servicios; en ella se encuentra también un listado del tejido empresarial y comercial dividido por sectores aunque sin destacar el de servicios relacionados con el turismo. No hay promoción de empleo a través de bolsas de trabajo privadas.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

159. AYUNTAMIENTO DE MADRIGAL DE LA VERA (www.madrigaldelavera.es)
EN CÁCERES. (Consulta realizada el 1 de junio del 2010)

Una de las páginas más avanzadas y completas hasta ahora encontradas, con distintos recursos no solo para los vecinos, sino para la gran cantidad de visitantes que acoge este municipio, uno de los más emblemáticos y principales de la incomparable zona de La Vera cacereña. Dispone de una actualización correcta con noticias, agenda y otros datos de interés puestos cuidadosamente al día.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el III Conversacional con una gran cantidad de opciones que incluso limitan el grado IV de Registro. Detallamos a continuación: Cuenta con un formulario de correo efectivo que ofrece respuesta a las solicitudes emitidas por el usuario. Una E-Administración con diversos formularios que pueden ser descargados para su posterior emisión on line. Un chat para la conversación entre vecinos que es utilizado frecuentemente. Un foro para la opinión de diversos temas propuestos por los propios ciudadanos o por el Ayuntamiento. Álbum de fotografías que, igual que las opiniones del foro, son filtradas por el Ayuntamiento para su posterior carga en la página. Libro de visitas para turistas que quieran plasmar sus impresiones sobre lo que han visto en el municipio. Anuncios de compra-venta para particulares.
- B.** En esta sección nos encontramos también gran cantidad de opciones: Una guía de empresas de carácter general que pueden irse incorporando según se van creando en el municipio, por lo que siempre estará actualizado. Además, existe un apartado para las unidades de servicios dedicadas al turismo, tanto alojamiento y restauración como otros centros de interés. El colectivo social tiene también su propio directorio con un gran movimiento en este aspecto que existe en el municipio y que se refleja en la página web. Tanto en el plano empresarial como asociativo, cada una de las unidades incluidas en los respectivos listados puede incluir su propia dirección de correo electrónico y/o de su página oficial. A todo ello se añade una bolsa de empleo que ofrece trabajo entre particulares y, por extensión, una nueva vía de contacto entre los vecinos a través de la página del Ayuntamiento.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	SI
Fotografías	SI
Textos	SI
Otros*	SI
TOTAL (%)	7(87.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4(100%)

* Tablón de anuncios

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

160. AYUNTAMIENTO DE POLOPOS (www.aytopolopos-lamamola.es) EN GRANADA. (Consulta realizada el 1 de junio del 2010)

Confeccionada el año 2008, mantiene la misma información que entonces, aunque la mayoría de los contenidos son de carácter intemporal. Los que sí están actualizados son las noticias y la agenda por lo que el mantenimiento es correcto. Destacan los vínculos referidos a la administración municipal con enlaces para cada una de las concejalías y áreas que componen el Ayuntamiento. El segundo contenido en orden de importancia se refiere al turismo.

- A.** La interactividad es de nivel II de Consulta con una serie de documentos para las tramitaciones que pueden ser descargados a través de la página pero después deben ser entregados personalmente en el Ayuntamiento. El formulario de correo electrónico para sugerencias de los vecinos sí es efectivo ya que hemos recibido respuesta a nuestra solicitud. No existen otros recursos que inviten a la implicación del ciudadano a través de la web.
- B.** Como ya hemos mencionado, el turismo ocupa un espacio destacado y sirve de promoción para los alojamientos, áreas de restauración y demás centros de interés turístico-comercial. Todos ellos tienen su propio listado y cada una de las unidades puede incluir su vínculo en la misma página con el fin de que les sirva como web personal para poder explicar sus bondades y características. Las asociaciones también tienen su vínculo propio y, aparte de los datos identificativos, tienen la opción de incluir su dirección de correo electrónico y/o de página web.
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

161. AYUNTAMIENTO DE VINYOLS I ELS ARCS (www.vinyols.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 1 de junio del 2010)

Página que puede ser traducida al castellano, inglés o catalán, siendo en este idioma el que se utiliza por defecto en el arranque de la web. Se creó en abril del 2009 y su contenido es muy exiguo con un mínimo número de noticias que, aunque sí son actualizadas, la frecuencia de publicación es escasa.

- A. El nivel de interactividad se limita al II de Consulta con un modelo de formulario y una dirección de correo que sí tienen efectividad. Sin embargo, no hay más vías participativas para el ciudadano y tampoco existe un canal destinado a la E-Administración.
- B. La escueta información de la web no deja espacio para el directorio de empresas o para el tejido asociativo. Por otro lado, en esta página ocurre lo mismo que en muchas otras ya analizadas: Las ofertas de empleo y la búsqueda de trabajo no tiene un vínculo propio.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

162. AYUNTAMIENTO DE VILAFLORE DE CHASNA (www.vilafloredechasma.es)
EN TENERIFE. (Consulta realizada el 2 de junio del 2010)

Página modelo financiada por la diputación provincial con varios vínculos englobados en tres grandes secciones: *Ayuntamiento*, *Municipio* y *E-Administración*. Pero casi todos ellos carecen de contenido y no existe un mantenimiento, ni tampoco se puede observar una actualización debida a la absoluta ausencia de contenido temporal.

A. A pesar de que, como hemos mencionado, existe un vínculo para la E-Administración, no hay ninguna información al respecto, el correo que se aporta en la sección de Ayuntamiento carece de efectividad, tal y como hemos podido comprobar, y en el tercer gran apartado sobre el municipio tampoco encontramos recursos para la participación ciudadana por lo que la página hay que situarla en el más básico nivel I de Transmisión.

B. No existe espacio para dedicar al tejido social y sí que hay un vínculo para las empresas turísticas, pero carece de contenido a pesar de estar situado en una de las islas de la geografía nacional con mayor índice de visitantes.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

163. AYUNTAMIENTO DE EL GASTOR (www.elgastor.es) EN CÁDIZ. (Consulta realizada el 2 de junio del 2010)

Proyecto financiado por una administración con mayor importancia territorial que el municipio y a través de la iniciativa denominada *Guadalinfo*. Se trata de un diseño propio de la diputación provincial con informaciones moderadamente actualizadas, las últimas de ellas datan del 13 de mayo del presente año. El diseño es sencillo y, a excepción de la galería de imágenes, predomina el texto sobre la fotografía.

- A.** El nivel de interactividad se limita al II de Consulta debido a una E-Administración que ofrece la posibilidad de llevar a cabo las tramitaciones on line sin necesidad de que el contribuyente se desplace hasta el consistorio. La dirección de correo electrónico carece de efectividad y no hay más recursos para la participación ciudadana.
- B.** Existe un directorio para los comercios y las industrias en general y otros más englobados en la sección de *Ocio y Turismo* en el que se encuadran los servicios que pueden interesar al visitante. No hay espacio para los colectivos, aunque se reflejan algunos clubes deportivos, pero no integran a la totalidad del tejido social que funciona en el municipio.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

164. AYUNTAMIENTO DE SISANTE (www.sisante.net) EN CUENCA. (Consulta realizada el 3 de junio del 2010)

Página con diseño un tanto descuadrado en el que la información se pierde por los laterales, lo que denota un cierto desorden para el usuario a la hora de seleccionar la información que precisa. Por otra parte, hay que señalar que el contenido está convenientemente actualizado tanto en el apartado de noticias como en la agenda de eventos.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el III Conversacional ya que, si bien, carece de E-Administración, el correo electrónico para la emisión de sugerencias ciudadanas sí que tiene efectividad y es contestado por la administración municipal. Para llegar al grado tercero de interacción, la página aporta al usuario un foro en el que el ciudadano puede iniciar una conversación sobre un tema concreto del municipio y que puede ser contestado con otras respuestas por el resto de usuarios.
- B. Dispone de directorios tanto para empresas de carácter turístico como las de otros sectores económicos; todas ellas convenientemente clasificadas. Las entidades y asociaciones también tienen su propia sección y cada una de ellas dispone de un vínculo que pueden usar como si fuera su propia página web para informar sobre sus actividades y objetivos. Por otra parte, también se halla en esta página una bolsa de trabajo que, aunque no incluye en la fecha de la consulta ninguna oferta laboral, es un recurso que debemos tener en consideración para nuestro estudio.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4(100%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

165. AYUNTAMIENTO DE RIBES DE FRESE (www.ajribesdefreser.cat) EN GERONA. (Consulta realizada el 3 de junio del 2010)

A pesar de que indica la posibilidad de traducción al castellano, inglés y catalán, esta web únicamente puede leerse en este último idioma. Destaca su promoción turística, no solo del municipio sino de todo el valle de Ribes, con una sección especial dedicada a este entorno que, en este caso, si se puede traducir a las tres lenguas antes mencionadas y a una cuarta: el francés. Está convenientemente actualizada con noticias puestas al día en el inicio de la página. Predomina además la imagen sobre el texto, ya sea fija o en formato de vídeo en cuyos ejemplos se explica y se refleja las excelencias naturales de la localidad.

- A. El nivel de interactividad es de un II de Consulta con una tramitación que facilita la descarga de documentos en formato pdf y que, posteriormente, el contribuyente debe entregar personalmente en el Ayuntamiento. Uno de los vínculos es para un formulario de correo electrónico, pero del que no hemos recibido respuesta, por lo que no podemos incluirlo en este estudio. Aparte de ello, no se han encontrado más recursos para la participación ciudadana.
- B. Existe un directorio para las asociaciones que funcionan en el municipio y que tienen la posibilidad de enlazar con una página propia dentro de la misma web municipal; sin embargo, esta opción es utilizada solo por un único colectivo de los diez reflejados en el listado. Por la importancia que se le da al turismo, hay vínculos especiales para las empresas dedicadas a este sector. No se ha encontrado espacio para el resto de entidades económicas ni para la promoción de sus bolsas de trabajo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

166. AYUNTAMIENTO DE BOAL (www.boal.es) EN ASTURIAS. (Consulta realizada el 3 de junio del 2010)

Página muy similar a la anteriormente analizada porque, aun teniendo un diseño distinto, también dedica un gran espacio a la promoción turística de este municipio asturiano. No obstante, a diferencia del gerundense, hay un mayor número de vínculos dedicados al Ayuntamiento y a sus vecinos. Otra diferencia es la preeminencia del texto sobre la imagen, aunque en este caso encontramos una webcam a través de la cual el usuario puede ver qué está pasando en un punto concreto del municipio en el momento de contactar con ella. La actualización es correcta, hecho que se denota en las informaciones administrativas y en las últimas noticias destacadas en la primera página.

- A. El nivel de interactividad alcanza el II de Consulta con una E-Administración básica que facilita la descarga de documentos para ser presentados físicamente en el consistorio. Dispone de un formulario para correo electrónico con efectividad. No existen otros recursos para la participación activa del usuario en esta web.
- B. Como ya hemos mencionado, el rasgo turístico que caracteriza esta página aporta además una serie de listados referentes a empresas de este sector, no solo alojamientos y restaurantes, sino otras que el visitante puede consultar para hacer sus compras. Igualmente, tiene un directorio de empresas de otros sectores y otro para las asociaciones que funcionan en el municipio. En ambos casos, igual que las turísticas, hay un enlace para cada una de las unidades que permite la inclusión de sus datos identificativos, además de plasmar un vínculo para su correo electrónico y/o su página web. De forma prácticamente excepcional a las web analizadas hasta ahora, sí que dispone de bolsa de trabajo privada pero, curiosamente, las ofertas de empleo son incluidas en la sección de “*Ultimas noticias*”.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4(100%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

168. AYUNTAMIENTO DE CAÑETE LA REAL (www.canetelareal.es) EN MÁLAGA. (Consulta realizada el 4 de junio del 2010)

Nos encontramos con un municipio de la serranía, en la zona interior de Málaga que, incluso, como asegura el propio alcalde, es desconocido hasta en la propia provincia, aunque con una riqueza natural que pretenden promocionar a través de la web. Sin embargo y a pesar de este objetivo, no se centra tanto en el turismo como el municipio de Vicedo, anteriormente analizado. Tiene una parte importante dedicada a este sector, pero también ocupa un lugar preponderante la información municipal y la de la propia localidad. Es una página de reciente creación y mantiene una plena actualización de sus informaciones.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta pero muy básico, con una E-administración que permite descargar en formato pdf los documentos más demandados para, posteriormente, entregarlos personalmente en el Ayuntamiento. Las dos direcciones de correo electrónico que se incluyen en la página carecen de utilidad, tal y como hemos podido comprobar. No existen otros recursos que inviten a la participación ciudadana.
- B. Existe un directorio para las empresas de cualquier sector y otro específico para las dedicadas al turismo, las cuales tiene su propio enlace donde se explica las características de cada una de ellas. El tejido social no es una apuesta para esta página y, como es habitual, tampoco se promociona el empleo privado a través de bolsas de trabajo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

169. AYUNTAMIENTO DE SOCOVOS (www.socovos.es) EN ALBACETE.
(Consulta realizada el 7 de junio del 2010)

Página modelo financiado por la diputación provincial y con similares características a las de otros municipios albaceteños ya analizados. Algunas de sus secciones carecen de contenido, aunque la información que se refleja está convenientemente actualizada.

- A.** Dispone de una serie de modelos para todo tipo de tramitación que el contribuyente debe de hacer con el Ayuntamiento pero que deben entregarse personalmente porque no hay posibilidad de realizar el envío on line. Hay también un formulario para sugerencias, pero carece de efectividad y no se han encontrado otros recursos para la participación, por lo que se limita a un II de Consulta en lo que a nivel de interactividad se refiere.
- B.** Algunos de los apartados que hay vacíos de contenido son los relacionados con la restauración y alojamiento turístico, por lo que no podemos considerarlo como una opción de nuestro análisis. Tampoco hay una oferta de empleo relacionada exclusivamente con el municipio, ya que, lo único que encontramos en este sentido, es una bolsa de trabajo privado pero referido a toda la provincia. Ni el resto del tejido empresarial ni la red social tiene espacio en esta página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

170. AYUNTAMIENTO DE ALDEA DEL REY (www.aldeadelrey.es) EN CIUDAD REAL. (Consulta realizada el 7 de junio del 2010)

Página sencilla con escasos contenidos y centrada fundamentalmente en su riqueza cultural, en concreto en el famoso Castillo de Calatrava enclavado en este municipio. Cada una de las secciones contienen un solo vínculo. Las referidas al Ayuntamiento ocupan un espacio secundario. La información expuesta en la web de carácter temporal está convenientemente actualizada.

- A. El nivel de interactividad alcanza el II de Consulta, conclusión obtenida tras obtener respuesta a la solicitud enviada a la dirección de correo electrónico del Ayuntamiento expuesta en la página. No es posible realizar ningún tipo de tramitación con la administración municipal a través de la página, ni tan siquiera en su nivel más básico, con la descarga de los propios documentos. No hay otros recursos que contribuyan a la implicación ciudadana.
- B. Existe un amplio listado de los comercios del municipio ordenados alfabéticamente y por secciones. Curiosamente, nos encontramos con los datos referidos a un colectivo del municipio (asociación musical Mozart) que, como algunas de las otras unidades integrantes de este directorio, su identidad funciona como un vínculo para enlazar con su página propia. No hay una distinción de las empresas dedicadas al turismo. De forma excepcional, si que encontramos en esta página una bolsa de trabajo privada que es utilizada fundamentalmente por los demandantes de empleo para incluir su currículum vitae.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

171. AYUNTAMIENTO DE MONTURQUE (www.aytomonturque.org) EN
CÓRDOBA. (Consulta realizada el 8 de junio del 2010)

Página convenientemente actualizada y organizada en diversas secciones claramente diferenciadas que ofrecen al usuario el hallazgo de las informaciones que busca en un escaso espacio de tiempo. Mantiene la información al día, tanto las últimas noticias como la agenda de actos; en esta última no solo se incluyen los eventos organizados por el Ayuntamiento sino también por entidades sociales privadas.

- A. Las fórmulas de participación en esta página son numerosas por lo que la interactividad se sitúa en el nivel III Conversacional ya que, aparte de una consolidada E-Administración, con descarga de documentos para presentarse físicamente o a través de la Red; dispone además de un foro ciudadano que es frecuentemente utilizado por los vecinos. Para aportar ideas a este foro, solo es preciso un registro del usuario que no requiere un filtro previo. A ello se añade una serie de encuestas con cuestiones propuestas por el Ayuntamiento y que también tienen un alto índice participativo. Los ciudadanos, por último, pueden colaborar en el mantenimiento de la web exponiendo fotografías de actos y acontecimientos organizados en Monturque que quedan reflejadas en la sección denominada *Archivo de imágenes*. Por último, reseñamos que existe un efectivo formulario para el envío de sugerencias.
- B. No hay espacio para el tejido social, a pesar de que muchas de las informaciones tiene como sujetos protagonistas a estos colectivos. No existe un directorio de empresas de ámbito general pero sí del sector turístico divididas según su especialidad (restauración, alojamiento, comercios).
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	5(62.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

172. AYUNTAMIENTO DE NOALEJOS (www.ayuntamientodenoalejo.com) EN JAÉN. (Consulta realizada el 8 de junio del 2010)

Página con un diseño atractivo gestionada por un particular pero patrocinada por el Ayuntamiento. Dispone de varias secciones convenientemente actualizadas y se distingue la fotografía en detrimento del texto, principalmente en la página de inicio. Está convenientemente actualizada tanto en la información procedente de la administración pública como en la agenda de acontecimientos, así como las noticias realizadas por otros medios y que tienen como eje principal este municipio.

- A.** El nivel de interactividad es el III Conversacional aunque los recursos de participación son algo escasos. Dispone de documentos descargables para ser tramitados personalmente en el Ayuntamiento. El correo carece de efectividad; la única opción que trae consigo para que esta página alcance dicho nivel de interacción es la posibilidad que tiene el usuario de aportar imágenes del municipio para enriquecer más, si cabe, la variedad fotográfica de esta web. No existen otros recursos que impliquen al usuario.
- B.** El directorio de asociaciones es muy completo con un primer listado para los datos más generales pero con un vínculo para cada uno de los colectivos en los que en una página exclusiva para ellos pueden exponer de forma individual sus objetivos y actividades. En el apartado de *Economía* existe una relación de las empresas que trabajan en este municipio aunque no tienen la posibilidad promocionar sus posibles ofertas de trabajo. No hay un espacio dedicado íntegramente a los servicios turísticos, aunque sí hemos encontrado la dirección de un hotel en el listado de dependencias municipales y otros centros públicos, pero no lo podemos dar por válido para la promoción turística de Noalejo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

173. AYUNTAMIENTO DE HUETE (www.huete.org) EN CUENCA. (Consulta realizada el 9 de junio del 2010)

Convenientemente elaborada con secciones claramente diferenciadas y con informaciones puestas al día que engloban la mayor parte de la página de inicio. Se trata de una página que da a conocer al usuario fundamentalmente las áreas públicas municipales y, en un segundo plazo, aunque también con gran contenido, las características y rasgos más destacados del propio municipio.

- A. A pesar de ello, de la cuidada elaboración de la página, nos encontramos que su nivel de interactividad se limita a un básico **II de Consulta** ya que, aunque sí hemos obtenido respuesta a través del correo electrónico, no cuenta con recursos propios de la E-Administración. Existe una galería de imágenes pero son fotos procedentes de los archivos municipales. No se encuentra ningún recurso de participación para el ciudadano.
- B. Existe un directorio de asociaciones que cada una de ellas puede incluir su enlace, bien a través de un espacio en la misma web municipal o bien enlazándolo con su propia página. Los alojamientos rurales y demás servicios dedicados al turismo tiene su propio vínculo en la página de inicio, al igual que el resto de empresas de los distintos sectores que funcionan en la localidad. No hay bolsa de trabajo ni para ofertas ni para demandas de empleo privadas.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

174. AYUNTAMIENTO DE ARNUERO (www.ayuntamientodearnuero.org) EN CANTABRIA. (Consulta realizada el 9 de junio del 2010)

Página que aparentemente aún está en construcción por la escasez de vínculos y por la falta de contenidos en ellos que en algunos casos trasladan al usuario a un error de página. Las informaciones disponibles son intemporales, por lo que el mantenimiento es mínimo.

- A. La simplicidad de la web se observa también en la interactividad que, obviamente, alcanza tan solo el nivel I de Transmisión con una dirección de correo electrónico que carece de efectividad. No hay posibilidad de tramitaciones on line ni recursos para la participación ciudadana en la página.
- B. Tampoco hay espacio para las empresas turísticas ni de otro ámbito, las asociaciones tampoco son destacadas en esta página.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

175. AYUNTAMIENTO DE BROZAS (www.broz.es) EN CÁCERES. (Consulta realizada el 10 de junio del 2010)

Página modelo que ya hemos analizado en otros municipios cacereños y que es financiada por la diputación provincial. Algunos de sus apartados carecen de contenido y las informaciones están desactualizadas ya que las últimas referencias noticiables datan del año 2007.

- A.** La escasa apuesta por esta página limita la interactividad al nivel I de Transmisión con un correo electrónico que carece de efectividad. Las tramitaciones on line se refieren a la Mancomunidad Tajosalar, por lo que no son exclusivas del Ayuntamiento y, en consecuencia, no podemos incluirlas en nuestro estudio. No hay recursos de participación ya que, debido a su escasa actualización y, aunque hay un tablón de anuncios para los vecinos, éste está vacío de contenido y no se puede, en la actualidad, emitir información alguna.
- B.** Existe un directorio para las entidades las cuales pueden incluir en sus datos identificativos enlaces de correo electrónico y/o de su página oficial. Las empresas también están incluidas en este ámbito separadas por actividad y en él se incluyen las turísticas que, por consiguiente, no tienen un apartado especial y exclusivo.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

176. AYUNTAMIENTO DE REAL DE MONTROI (www.realdemontroi.es) EN VALENCIA. (Consulta realizada el 10 de junio del 2010)

Página con un diseño sencillo convenientemente actualizada y con posibilidad de ser traducida al castellano o valenciano, siendo éste último idioma el utilizado por defecto. Dispone de una sección preeminente referida al Ayuntamiento y otra, en igualdad de importancia, sobre el municipio. Como apartados secundarios, se encuentran varios referidos a los ámbitos extramunicipales.

- A. Una sencilla descarga de documentos en formato pdf para entregarlos personalmente en el Ayuntamiento es el único recurso para la tramitación que encontramos en esta página. No hemos localizado ninguna dirección de correo electrónico para que el ciudadano envíe sus sugerencias ni otros recursos que inviten a la participación, por lo que la página solo alcanza el nivel II de Consulta en su grado más básico.
- B. No hay espacio para empresas y actividad económica del municipio. Tampoco dispone de un lugar el colectivo social del municipio que pueda funcionar en esta localidad valenciana. En cuanto a Turismo solo se encuentran generalidades referidas y enlazadas con la administración autonómica.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

177. AYUNTAMIENTO DE FINES (www.fines.es) EN ALMERIA. (Consulta realizada el 11 de junio del 2010)

Algunas de sus secciones se encuentran en construcción tal y como se informa, y presumiblemente, la calidad de la página mejorará en un indeterminado plazo de tiempo. Sin embargo, en este estudio nos basamos en el presente de la página y se debe de analizar en el momento de la consulta. En la actualidad, un gran porcentaje de sus vínculos no tienen contenido y la información que aún se mantiene es de carácter intemporal.

- A. El nivel de interactividad se limita al I de Transmisión porque una de las secciones sin información es precisamente la *Teleadministración*. El modelo de formulario para consultas no tiene efectividad y no se encuentran otros recursos para la participación ciudadana.
- B. Tampoco hay información en el apartado de *Organizaciones* dedicado, según intuimos, al movimiento social de la localidad. Sí que existen varios directorios para la actividad comercial y empresarial y uno de carácter generalizado, pero ninguno dedicado exclusivamente al turismo.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

178. AYUNTAMIENTO DE PORTILLO (www.portillo.es) EN VALLADOLID.
(Consulta realizada el 11 de junio del 2010)

Diseño atractivo con contenidos especialmente organizados y destacando los referidos al propio Ayuntamiento y al municipio en general. Hay, como secundario, algunos enlaces para la diputación provincial y el gobierno autónomo, además de un destacado vínculo para una página anexa destinada a la promoción turística.

- A.** Incluye diversas vías para la emisión de sugerencias, o bien a través de numerosas direcciones de correo electrónico correspondientes a las respectivas áreas municipales, o bien a través de un formulario. La tramitación es muy básica, con la descarga en pdf de modelos que posteriormente se presentan físicamente en el consistorio. Sí que existe un archivo fotográfico en cuya elaboración puede participar el usuario para su actualización. Este aspecto engloba a la página en el III Conversacional en cuanto a interactividad se refiere. Hay una sección de foro, pero en el momento de la consulta se encontraba en construcción, por lo que no lo incluiremos en este estudio.
- B.** Hay un espacio destacado para la actividad comercial y empresarial del municipio dividido en secciones, para que cada una de las unidades pueda incluir sus datos identificativos, además de una dirección de correo electrónico y/o de página web. No hay espacio para el movimiento social. Por último, encontramos una paradoja: a pesar, como se ha mencionado, existe un vínculo destacado y exclusivo dedicado la promoción turística, no se da opción a las empresas relacionadas con este sector para poderse anunciar.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

179. AYUNTAMIENTO DE CASINOS (www.casinos.es) EN VALENCIA. (Consulta realizada el 14 de junio del 2010)

Página modelo con escasa información y algunas de las secciones que podrían ser actualizadas tienen datos intemporales, como es una agenda en la que se plasman las celebraciones fijas que se suceden a lo largo del año. La web puede ser traducida al valenciano y al castellano, siendo éste último el empleado por defecto.

- A. La interactividad se sitúa en tan solo I de Transmisión con un formulario de correo para sugerencias del que no se obtiene respuesta. No hay espacio para la Administración on line y no existen recursos que contribuyan a la implicación ciudadana.
- B. Las asociaciones tienen su directorio, pero solo se especifica el nombre de la entidad y el de su presidente, sin otros datos identificativos y/o de localización. El listado de empresas corre la misma suerte, aunque en este caso sí que se plasma la dirección de correo ordinario y un número telefónico. No se reflejan vínculos de la actividad del municipio, ni de las unidades sociales ni de las económicas. No se ha reservado tampoco un espacio para la promoción turística.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

180. AYUNTAMIENTO DE LLUTXENT (www.llutxent.com) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 15 de junio del 2010)

Con diseño sencillo y dedicada fundamentalmente a la organización del Ayuntamiento y a otras dependencias públicas, esta página tiene con un claro objetivo: ser canal de información al propio vecino de Llutxent, sin apertura para los posibles visitantes, de hecho, la página solo es posible leerla en valenciano sin traducción a otros idiomas. Algunas de las secciones que necesitan un mantenimiento periódico, por ejemplo, la publicación de actas de plenos, están desactualizadas pero otras están puestas al día, como es el caso de la agenda de acontecimientos y últimas noticias.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta pero en un grado muy básico ya que no dispone de un buzón de sugerencias ni de una dirección de correo electrónico; ofrece documentos en formato Word que el contribuyente puede descargar para su posterior tramitación en el mismo consistorio, y no se encuentran otros recursos que inviten a la participación vecinal.
- B. Aporta a las numerosas asociaciones que funcionan en la localidad un espacio destacado con un directorio que, a modo de vínculo para cada una de las identificaciones, se ofrece a estos colectivos una página de enlace en la misma web oficial en la que pueden incluir información, imágenes, actividades y formas de contacto para la captación de nuevos socios. No existe posibilidad de promoción empresarial ni de ofertas de empleo privadas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

181. AYUNTAMIENTO DE PINA DE EBRO (www.pinadeebro.es) EN ZARAGOZA.
(Consulta realizada el 16 de junio del 2010)

Creada en el año 2003 con un contenido que denota que su época de máximo esplendor fue entre el 2007 y el 2008 pero que en la actualidad (2010) ha vuelto a decaer. No obstante, se mantienen algunas secciones actualizadas, como las últimas noticias y la agenda de acontecimientos, pero otras han quedado obsoletas, como la información estrictamente administrativa.

- A.** No funciona ninguno de los distintos formularios que existen para el correo electrónico con diferentes destinos, incluido al alcalde. Existe una E-Administración básica con documentos en Word que pueden ser descargados para su posterior presentación en el consistorio. Pero, a pesar de estos mínimos recursos, la página alcanza el nivel III Conversacional porque dispone de dos opciones para la participación que, aunque actualmente han caído en desuso, siguen estando en funcionamiento: Por una parte, encontramos una sección de encuestas con alta participación vecinal sobre asuntos relacionados con el municipio; por otro un foro que también tuvo en su día una abierta implicación vecinal. Ambas posibilidades tuvieron su máxima popularidad en el año 2007, actualmente no hay ninguna intervención pero siguen abiertas, por lo que no podemos descartarlos para nuestro estudio.
- B.** No hay espacio para la red social ni para el tejido empresarial a pesar de que, por un lado, en el apartado de *Noticias* se ofrece información sobre las actividades de los colectivos sociales. Por otro lado, hay un espacio destacado para la *Industria*. No se halla una sección para la promoción turística ni una bolsa privada de trabajo.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

182. AYUNTAMIENTO DE CASTELLVELL DEL CAMP (<http://www.castellvelldelcamp.cat/>) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 16 de junio del 2010)

Encontramos un ejemplo similar al de Lluitxent (180): Una página centrada íntegramente al municipio con información del Ayuntamiento dedicada exclusivamente a sus vecinos. De hecho, está escrita solo en catalán y sin posibilidad de traducción a otros idiomas. Predomina el texto sobre la imagen, aunque el diseño es ordenado y la búsqueda resulta fácil para el usuario. La mayoría de las secciones están relacionadas con la administración pública, tanto del Ayuntamiento en sí como de organismos públicos y delegaciones municipales que funcionan en Castellvell.

- A.** La página está suscrita al proyecto regional denominado *E-Tram* ya visto en otros municipios de esta comunidad autónoma. Se trata de una iniciativa adaptada a cada uno de las localidades que lo aplica. En este caso se pueden llevar a cabo hasta 39 tramitaciones sin necesidad de que el contribuyente se persone en el Ayuntamiento. La dirección de correo electrónico y el formulario destinado a sugerencias tienen efectividad y con respuestas enviadas de forma extremadamente rápida. No existen otros modos de participación para el ciudadano pero, con su avanzada E-Administración, la página se sitúa en el nivel II de Consulta.
- B.** No hay espacio para la actividad económica del municipio ni en el ámbito general ni en el particular de turismo, aunque este último aspecto no es sorprendente ya que, como se ha mencionado en la introducción, la web está dedicada casi exclusivamente a aportar información a los vecinos de la localidad. No existe ofertas de trabajo privados, aunque las de carácter público suelen tener un espacio destacado.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

183. AYUNTAMIENTO DE NAVACERRADA (www.ayto-navacerrada.org) EN MADRID. (Consulta realizada el 17 de junio del 2010)

La página es de reciente creación, desde hace un año está abierta en la Red y es continuación de la que, en su día, fue financiada con el proyecto GEMA de la Comunidad de Madrid. Dispone de varias secciones convenientemente actualizadas entre las que destaca la dedicada al turismo ya que se trata de una de las localidades madrileñas con mayor número de visitantes.

- A. El nivel de interactividad es el III Conversacional porque, además de un correo electrónico que emite respuesta con inusitada rapidez, dispone de E-Administración con documentos pdf que son gestionados personalmente en el Ayuntamiento, añadiendo otro recurso de participación: encuestas con las que se pretende conocer la opinión de los vecinos sobre temas puntuales y que son periódicamente actualizadas.
- B. Existe un directorio para las empresas del municipio clasificadas alfabéticamente y por secciones, entre ellas destaca la de turismo, pero está integrada en la general por lo que no podemos incluirla como un apartado especial. No hay espacio para la promoción del movimiento asociativo ni para bolsas de empleo privadas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

184. AYUNTAMIENTO DE NOVES (www.noves.es) EN TOLEDO. (Consulta realizada el 17 de junio del 2010)

Se trata de uno de los escasos municipios toledanos con esta cantidad de población que dispone de página web. Predomina el texto sobre la imagen, aunque sobre este formato se localiza un rico álbum fotográfico sobre algunas tradiciones, monumentos y lugares emblemáticos de la localidad.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con una básica administración en línea que permite la descarga de formularios en formato pdf para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. El modelo de correo electrónico no funciona al no haber obtenido la respuesta deseada a nuestra petición, y, por último hay que destacar que no se han localizado más opciones para la participación activa del vecino.
- B. Existe un listado para el movimiento asociativo, pero con escasos campos, ya que cada colectivo puede incluir solo su denominación, datos de correos ordinarios y telefónicos y nombre del presidente; no deja opción para mostrar una dirección de correo electrónico y/o de página web propia. La actividad económica y empresarial no tiene espacio ni para localizaciones de negocios ni para ofertas de empleo privadas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

185. AYUNTAMIENTO DE MONREAL DEL CAMPO (www.monrealdelcampo.com)
EN TERUEL. (Consulta realizada el 18 de junio del 2010)

Con un diseño claro, organizado y nítido, la página de inicio es dividida en seis grandes secciones (*Institucional, El Pueblo, Economía, Turismo, Servicios* y una sexta que engloba *Educación, Cultura y Deportes*). Todas ellas con diversas subsecciones cuyo contenido es amplio y actualizado. Este hecho la diferencia con la mayoría de los casos a aquellas web que son realizadas por Ayuntamientos pero que proceden de administraciones más grandes territorialmente y que ajustan un modelo común para todos los municipios de su entorno, independientemente de los rasgos que caracterizan a cada uno.

- A.** El nivel de interactividad es el III Conversacional de forma básica, pero se puede hablar de este grado por una razón fundamental: La existencia de un tablón de anuncios que completa a la bolsa de trabajo empresarial y en la que el particular puede exponer sus propuestas de compra-venta o de cualquier otra índole. Aparte de ello, incluye documentos para descargar en formato pdf que deben ser entregados personalmente en el Ayuntamiento por parte del contribuyente. Ni la dirección de correo electrónico ni el formulario tienen efectividad ya que no se ha recibido respuesta a la solicitud de comprobación que se ha enviado.
- B.** Como ya hemos adelantado en el anterior punto, existe una bolsa de trabajo privada, a ello se une un directorio de empresas distribuidas por especialidades y que pueden incluir su enlace a su propia página web. En la sección de turismo hay tres directorios dedicados respectivamente a los alojamientos, restaurantes y a locales nocturnos, todos ellos con idénticos formatos a las otras empresas. Igualmente, tienen su espacio, con su propio vínculo a su web y/o a su correo electrónico, todos los colectivos que integran el tejido social y cuyo directorio se divide en los ámbitos que cubre cada entidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4(100%)

* Tablón de anuncios

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

186. AYUNTAMIENTO DE PUENTE VIESGO (www.puenteviesgo.es) EN CANTABRIA. (Consulta realizada el 18 de junio del 2010)

Cuenta con un diseño atractivo pero poco práctico que complica la búsqueda de los datos que interesan al usuario. No existe un orden claro y los datos de un mismo elemento se pueden encontrar en diversos vínculos dispares entre sí. No está actualizada ya que las últimas noticias corresponden al 2008.

- A.** El nivel de interactividad es un nivel II de Consulta pero tan básico que roza el grado de transmisión ya que solo se localiza un pequeño número de documentos en formato word que precisamente no son los más utilizados por los contribuyentes. No hay posibilidad de entregarlos on line y deben ser presentados personalmente en el consistorio. No hay reflejada ninguna dirección de correo electrónico y no existe ningún otro recurso para la interacción del ciudadano.
- B.** Existe un directorio de asociaciones que, precisamente, es uno de los aspectos con mayor complejidad ya que, si por una parte están expuestas en un vínculo dedicado a ellos, por otro lado hay que buscar sus respectivos números de teléfono en una guía aparte. Existe otro listado para la hospedería y restauración con el fin de promocionar el turismo. La mayor peculiaridad nos la encontramos en el resto de empresas ya que solo se reflejan dos sectores (peluquerías y entidades bancarias) el resto de unidades económicas no tiene espacio en esta página. La incluimos como recurso aunque esté claramente incompleta. No hay bolsa de trabajo.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

187. AYUNTAMIENTO DE CASARABONELA (www.casarabonela.es) EN MÁLAGA. (Consulta realizada el 21 de junio del 2010)

Diseño sencillo y con vínculos organizados, pero con una apertura algo lenta. Ofrece la posibilidad de ser traducida desde el castellano al inglés aunque no en todas sus secciones, las cuales tienen varios despliegues. Las cinco principales son: *Ayuntamiento*, *Municipio*, *Turismo*, *Naturaleza* y, por último *Álbum de Imágenes*, las cuales abundan en todos los vínculos.

- A. El nivel de interactividad es un II de Consulta también muy básico aunque en esta ocasión sí que encontramos formularios de tramitaciones más generalizados y utilizados por la ciudadanía. Sí que plasma una dirección de correo electrónico pero carece de efectividad, tal y como hemos podido comprobar. No existe ningún recurso más para la participación.
- B. Existe un ordenado vínculo para las asociaciones locales; cada una de ellas dispone de un enlace propio en la misma web municipal. Lo mismo ocurre con las empresas de restauración y hostelería, pero no para el resto de entidades económicas que no tienen espacio en esta página. Tampoco hay disponible un listado de ofertas y demandas de empleo.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

188. AYUNTAMIENTO DE LESAKA (www.lesaka.net) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 21 de junio del 2010)

Posibilidad de traducción a tres idiomas: castellano, inglés y euskera, siendo éste último el utilizado en la página por defecto. Dispone de información convenientemente ordenada, estructurada y actualizada, tanto en las últimas noticias, como en la información administrativa municipal y en la agenda, la cual se divide por semanas, aspecto que facilita la búsqueda al usuario. Es una página pensada tanto para el vecino de la localidad como para el visitante, con una sección destacada para la promoción turística ya que este municipio se encuentra en uno de los enclaves naturales más ricos de Navarra

- A. Dispone de una avanzada E-Administración que ofrece al usuario la posibilidad de realizar trámites, o bien on line o bien con la descarga de documentos para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. El buzón de sugerencias, así como la dirección de correo electrónico, carecen de efectividad, tal y como hemos podido comprobar. Existe un vínculo para la proposición de encuestas pero, en el momento de la consulta estaba vacía de contenido. Por ello y en definitiva, debemos englobar esta página en el nivel II de Consulta
- B. Existe tres directorios destacados, cada uno de ellos con un enlace para las unidades que se enumeran a continuación: Uno de ellos para el tejido social, otro para las empresas en general y un tercero para los servicios que interesan más al visitante y que se incluye en una sección más amplia denominada *Turismo*. Hay un tablón de anuncios pero no se utiliza para ofertas de empleo, sino para información administrativa municipal.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

189. AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE LOS CASTILLEJOS (www.villanuevadeloscastillejos.es) EN HUELVA. (Consulta realizada el 21 de junio del 2010)

Estructura correcta y buen diseño, con una organización fácil y adecuada actualización. No obstante, adolece de algunas ausencias como es la imposibilidad de su traducción al inglés aunque así lo indique en su inicio. Otra cuestión es que la información municipal, tanto del Ayuntamiento como de la localidad, comparten espacio en proporciones prácticamente iguales con enlaces referidos a otras administraciones, principalmente la autonómica andaluza.

- A. No existen tramitaciones on line y el modelo de formulario para sugerencias no tiene efectividad ya que no hemos encontrado respuesta a nuestra solicitud. No hay ningún otro vínculo para la participación ciudadana; de hecho, ya confirma el alcalde en su *Saluda* que se trata de una página *para dar a conocer aquellos aspectos más importantes de nuestro pueblo*. Todo ello limita su interactividad al nivel I de Transmisión.
- B. Tampoco existe espacio para la promoción social de las entidades que funcionan en el municipio ni para la economía empresarial, comercial y turística. No se encuentra igualmente una bolsa de empleo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

190. AYUNTAMIENTO DE GÜEJAR SIERRA (www.guejarsierra.es) EN GRANADA. (Consulta realizada el 22 de junio del 2010)

Página con numerosas secciones, situadas la gran mayoría en el margen derecho del inicio y cuya ordenación podría ser mejorable si se englobaran en grandes apartados. La actualización de las informaciones es adecuada en noticias, agenda y en informaciones de carácter administrativo-burocrático. Como otras páginas andaluzas, incluye una sección para la iniciativa *Guadalinfo* gestionada por la Junta autonómica que aporta tramitación on line destinada a esta administración. Aunque no se incluirá en este estudio, es de reseñar la alternativa que el Ayuntamiento ha marcado en cuestión de participación a través de la Red Social de Facebook con más de un millar de miembros.

- A.** Dispone de recursos para la burocracia y formularios que facilitan la gestión de trámites al contribuyente. Son modelos descargables que deben presentarse físicamente en el Ayuntamiento una vez que han sido completados. Tanto la dirección de correo electrónico como el apartado de buzón de sugerencias no tienen efectividad ya que no se ha emitido contestación a nuestra solicitud. Por otra parte, existe una serie de encuestas propuestas por el consistorio referentes a temas que tienen que ver con el municipio de cualquier índole. Aunque los resultados provisionales en este cuestionario no se dan a conocer, sí tienen cierto grado de eficacia ya que no se puede votar dos veces desde un mismo ordenador. Este recurso alza a la página al nivel III Conversacional
- B.** Existe un directorio para las empresas en las que se destaca las de ámbito turístico. En cada una de las unidades se ofrece la posibilidad de incluir la página web propia y/o la dirección de correo electrónico. No existe un listado para las asociaciones; sin embargo, cada una de ellas tiene su sección destacada en la página de inicio. En este tipo de recursos no se ha hallado bolsa de empleo
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

191. AYUNTAMIENTO DE VÉLEZ DE BENAUDALLA (www.velezdebenaudalla.org) EN GRANADA. (Consulta realizada el 23 de junio del 2010)

Información convenientemente actualizada en el apartado noticias, aunque otras secciones están carentes de contenido debido a que, según informan, están aún en construcción. El modelo de página tiene una correcta estructura con apartados englobados en grandes secciones que, en este caso, sí facilitan la búsqueda al usuario. A diferencia del anterior municipio estudiado, también granadino, no incluye la sección de *Guadalinfo*, aunque sí se reseña en su inicio que la creación de esta web ha sido incentivada por la Junta de Andalucía.

- A. Dispone de varios formularios para su tramitación personal en el Ayuntamiento. Refleja en varios apartados diversas direcciones de correo electrónico y un formulario de sugerencias, pero no hemos obtenido respuesta alguna, por lo que no podemos incluirlo como recurso de participación. No hay más opciones para la participación ciudadana, en consecuencia esta web se incluye en el nivel II de Consulta.
- B. Ofrece al usuario un directorio con los servicios de promoción turística divididos por especialidades y que facilita la posibilidad de incluir las características en enlaces independientes. Existe una sección para la actividad comercial en general pero también se halla en construcción en el momento de la consulta, por lo que no podemos darlo por válido. No hay espacio ni para la el tejido social ni para el fomento de empleo privado.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

5.6. Municipios de 3.001 a 5.000 habitantes

193. AYUNTAMIENTO DE A LAMA (www.alama.es) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 24 de junio del 2010)

Fue creada en el año 2005 y, aunque aún se mantiene en la Red, podemos confirmar que está absolutamente abandonada, sin secciones actualizadas y algunas de ellas carentes de contenido. El diseño de inicio evidencia una fuerte apuesta inicial por las nuevas tecnologías con varias secciones convenientemente divididas en las cuales se habla de todas las características el concello, tanto de su organización municipal como de la propia localidad. Sin embargo, posteriormente y poco después de su creación, empezó su decadencia que se comprueba, por ejemplo, en el enlace de las actas de plenos en el que solo nos encontramos dos, siendo la última de enero del 2006. Puede ser leída en gallego o castellano, pero no todas las secciones están traducidas a este último idioma.

- A. Aún conserva algunos formularios de documentos online que pueden ser rellenados desde la página web, pero posteriormente imprimidos para ser entregados en mano en el Ayuntamiento ya que la dirección de correo electrónico que se indica no funciona. Igual ocurre con el resto de direcciones que hemos hallado en la página, como son la de alcaldía y secretaría. No hay recursos en los que hayan podido participar los usuarios; por lo que solo gracias a los documentos, descargables, la página alcanza un más que básico nivel II de Consulta en lo que a interactividad se refiere.
- B. No se localizan directorios para la promoción económica y social a pesar de que en el diseño inicial sí que se reservó un espacio, tanto para los colectivos como para las empresas de cualquier especialidad y las exclusivamente turísticas. Aunque sí hubiera, que no es el caso, la hipotética bolsa de empleo carecería de efectividad debido a la propia obsolescencia de la página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

194. AYUNTAMIENTO DE ZALDÍBAR (www.zaldibar.org) EN VIZCAYA.
(Consulta realizada el 25 de junio del 2010)

Con posibilidad de ser traducida al castellano y al euskera, siendo éste último idioma el que se utiliza por defecto. La página, según informa la propia alcaldesa, ha sido renovada recientemente, y dispone de una organización adecuada y un diseño correcto que facilita al usuario la búsqueda de los datos que le interesan. Hay una parte, en una proporción inferior que la eminentemente municipal, que es utilizada para vínculos de otras organizaciones administrativas o de entidades extramunicipales.

- A.** Dispone de una E-Administración por la cual algunos de las tramitaciones pueden ser llevadas a cabo a través de la Red; pero otras gestiones, la mayoría, solo ofrecen la posibilidad de descargar los documentos para ser entregados personalmente en el Ayuntamiento. Dispone de un formulario de correo electrónico que carece de efectividad ya que no se ha recibido respuesta a nuestra solicitud. No existen otros recursos para la participación, por lo que el nivel de interactividad se queda en el nivel II de Consulta.
- B.** Existen dos directorios ordenados por secciones alfabéticamente. Uno de ellos es para la guía comercial y otro para la industria. No hay un espacio destacado para el ámbito turístico. Hay una sección para asociaciones pero en el momento de la consulta está vacía de contenido. No obstante sí que lo debemos dar por válido ya que, el Ayuntamiento propone este apartado aunque no haya tenido respuesta por los colectivos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

195. AYUNTAMIENTO DE LACHAR (www.ayuntamientodelachar.es) EN GRANADA. (Consulta realizada el 25 de junio del 2010)

Proyecto, como hemos visto en otras web andaluzas, incentivada por la Junta autonómica en una iniciativa desarrollada en el año 2006. Esta página, no obstante, tiene un diseño personal aunque algunas de sus secciones, como la mayoría referentes al municipio, están vacías de contenido aunque, según se asegura, se está trabajando en su elaboración. El resto de las secciones está convenientemente actualizado, según hemos podido comprobar en algunas tan emblemáticas como las de noticias del Ayuntamiento y de la localidad.

A. El nivel de interactividad se limita exclusivamente el I de Transmisión ya que no encontramos tramitaciones que el contribuyente debe hacer con el Ayuntamiento, aunque sí se localiza un vínculo para la iniciativa regional denomina *Guadalinfo* de la que ya hemos hablado en anteriores páginas analizadas, pero no lo podemos dar por válido para nuestro estudio ya que no es exclusivamente local. La dirección de correo electrónico que se refleja en el inicio de página carece de efectividad y no hemos encontrado otros recursos para que el usuario y/o el vecino de Lachar se implique en la gestión municipal a través de la web.

B. No existen vínculos ni para asociaciones ni para el tejido económico del municipio, ni listado de empresas ni bolsa de trabajo privado. Tampoco, por extensión, se destaca información para la promoción turística.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

196. AYUNTAMIENTO DE AGOLADA (www.agolada.es) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 28 de junio del 2010)

Dedicada fundamentalmente a las características del municipio con pocas referencias a la administración municipal. Solo se puede leer en gallego sin posibilidad de traducción a otros idiomas. Está convenientemente actualizada, la organización es buena aunque su estructura adolece de lentitud a la hora de bajar desde la cabecera hasta el pie de cada vínculo.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta: no existen recursos para la E-Administración (solo un perfil de contratante y adjudicaciones) aunque el formulario de sugerencias sí tiene efectividad tras haber recibido respuesta a nuestra solicitud. No existen otras opciones para la participación.
- B. Al estar situada en uno de los entornos más emblemáticos del interior gallego, dedica una sección a los pazos o alojamientos rurales que pueden ser visitados por el turista. No existe recurso para otras empresas, pero sí se ofrece la posibilidad de promoción al tejido social, en especial a las bandas de música (típicas de esta zona).
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

197. AYUNTAMIENTO DE CABANES (www.cabanes.es) EN CASTELLÓN.
(Consulta realizada el 28 de junio del 2010)

Con una conveniente actualización y con posibilidad de traducción al valenciano y al castellano, siendo, este último idioma el que se utiliza por defecto, a diferencia de otros municipios pertenecientes a la misma comunidad autónoma. En el inicio destacan las últimas noticias locales completadas, en el margen y cabecera, con las diferentes secciones y los distintos enlaces a los que se puede acceder desde esta web, entre otros, algunos referidos a la administración regional.

- A.** Dispone de diversos documentos en formato pdf que conforman la E-Administración municipal y que pueden ser descargados por el usuario para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. A pesar de ocupar un espacio destacado en la página de inicio, el formulario para sugerencias no tiene efectividad que, según destaca, se remite directamente al alcalde, pero no hemos recibido contestación a nuestra solicitud. El nivel de interactividad es, por tanto un básico II de Consulta.
- B.** Dispone de un correcto y ordenado listado sobre todos los comercios e industrias que funcionan en la localidad, sin hacer una distinción para los establecimientos dedicados al turismo. Hay un enlace denominado ofertas de trabajo, pero no lo podemos dar por válido ya que, aparte de no tener contenido, solo se publican las planteadas por la administración pública local. No hay espacio para la promoción del tejido asociativo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

198. AYUNTAMIENTO DE GUNTÍN (www.ayuntamientodeguntin.es) EN LUGO.
(Consulta realizada el 29 de junio del 2010)

Con posibilidad de traducción al gallego y castellano (éste último por defecto), la página de Guntín fue creada en el 2006 con un gran espíritu participativo pero que no se ha mantenido con una periódica actualización. Existen secciones que no tienen contenido ya que, presumiblemente, se iban a ir completando en función de la consolidación de la web, pero en el momento de esta consulta no se ha producido este hecho.

A. El nivel de interactividad es III Conversacional aunque, debido al escaso mantenimiento de la web, debemos reservarnos el hecho de categorizar en esta clasificación. No obstante, tenemos que basarnos en los recursos que, actualizados o no, están aún en pleno uso dentro de esta página. La dirección de correo electrónico carece de efectividad ya que no hemos recibido respuesta a nuestra solicitud. Una de las secciones sin contenido es precisamente la descarga de documentos para su tramitación on line; por lo que los dos principales recursos para la interactividad de consulta están inutilizados. Sí que existe una encuesta en la cual se puede participar aún, a pesar de que esté fechada en el 2006. También se ofrece la posibilidad al usuario de publicar sus propias imágenes en la galería de fotografías y sí que se ha hecho uso de este recurso, consiguiendo una sensible participación de la ciudadanía.

B. Existe una sección para asociaciones pero no tiene contenido. En cuanto al apartado para el turismo no se deja espacio para la promoción de alojamientos y otros servicios relacionados con este sector. Tampoco encontramos lugar para la actividad económica del municipio, ni con listados de otras empresas ni con bolsas de trabajo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

199. AYUNTAMIENTO DE OIA (www.concellodeoia.es) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 29 de junio del 2010)

Con posibilidad de traducción al castellano, inglés y gallego, siendo éste último el que se utiliza por defecto. En este caso, la actualización es correcta con noticias renovadas semanalmente. El modelo es aportado por la Xunta de Galicia con un diseño muy sencillo pero convenientemente organizado para facilitar la búsqueda al usuario.

A. Tanto la dirección de correo electrónico como el formulario de sugerencias funcionan correctamente, por lo que podemos dar por válido este recurso. Sí que dispone de documentos para la tramitación de gestiones en el Ayuntamiento que, en formato pdf, solo se pueden entregar físicamente por el ciudadano o a través del correo ordinario. No existen más recursos para la interactividad por lo que el nivel se limita a un básico II de Consulta.

B. No hay espacio para el movimiento social ni para la oferta empresarial de la zona. Sí que existe un directorio para la promoción turística que lo vamos a dar por válido aunque no solo se refiera a los establecimientos de Oia, sino también a los de otros municipios colindantes. La razón de esta inclusión estriba en que el listado ha sido realizado por el propio Ayuntamiento mostrando no solo la riqueza de la localidad, sino de otras zonas situadas frente al Atlántico, hecho que refuerza la atracción y el interés del propio turista hacia este entorno.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

200. AYUNTAMIENTO DE LES MASÍES DE VOLTREGÀ (www.lesmasiesdevoltrega.cat) EN BARCELONA. (Consulta realizada el 30 de junio del 2010)

Página patrocinada por la diputación de Barcelona, ofrece un diseño marco que aporta este organismo provincial y que, en este caso, lleva en funcionamiento desde el año 2005. La lectura solo es posible en catalán, sin que facilite la traducción a otros idiomas. Algunas de sus secciones están vacías de contenido, incluidas aquellas que están pensadas para la participación vecinal, a título individual o colectivo. La actualización de las noticias e información referente al Ayuntamiento es, no obstante correcta, con una periodicidad regular para la incorporación de nuevos contenidos.

A. La dirección de correo que ofrece, con dominio de la diputación provincial, no funciona, según hemos comprobado al emitir nuestra solicitud. La disponibilidad de tramitaciones on line existe, pero es muy básica ya que el usuario solo se puede limitar a completar modelos de documentos que se facilita en la web, y que, posteriormente, es preciso entregarlos personalmente en el Ayuntamiento. No existen otros recursos que inciten al usuario para que se implique con esta página, por lo que debemos englobarla en un nivel II de Consulta de interactividad.

B. Aunque existen espacios dedicados a las entidades, a la promoción empresarial y la turística, ninguno de ellos contiene un directorio para la totalidad de estos establecimientos. También hay una sección para las ofertas de trabajo, pero no hay ninguna reseña sobre ellas.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

201. AYUNTAMIENTO DE JALON-XALÓ (www.xalo.org) EN ALICANTE.
(Consulta realizada el 30 de junio del 2010)

Posibilidad de ser traducida al castellano, inglés y valenciano, este último idioma es el que se utiliza por defecto en el inicio. La estructura es ordenada aunque con escasas secciones. Su actualización es correcta, tanto en la agenda como en la información administrativa del Ayuntamiento, aunque no hemos encontrado una sección concreta para noticias referentes al municipio o actuaciones del ejecutivo municipal.

A. La dirección de correo electrónico que se expone en la sección del consistorio carece de efectividad, hecho que se ha constatado al no obtener respuesta a nuestro requerimiento. Dispone de una serie de modelos para las tramitaciones que el contribuyente tiene que hacer con el Ayuntamiento, pero deben ser entregados personalmente en el consistorio ya que no hay posibilidad de identificación del usuario on line. No hay otros recursos de participación, por lo que situamos la página en el nivel II de Consulta en un grado muy básico.

B. Existe una sección dedicada al turismo pero no se incluyen empresas y servicios relacionados con este ámbito. El resto de actividades comerciales tampoco tienen espacio en esta página, ni el movimiento social que pueda funcionar en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

202. AYUNTAMIENTO DE EL PERELLÓ (www.perello.altanet.org) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 1 de julio del 2010)

La página solo puede ser leída en catalán sin posibilidad de traducción a otros idiomas. Es un modelo que ya se ha visto en otros municipios de la misma provincia, pero, en este caso, algunas secciones no tienen contenido en el momento de la consulta. Está convenientemente actualizada tanto en las noticias como en la información administrativa municipal.

A. La administración en línea está bastante adecuada con la posibilidad de que los recursos puedan ser tramitados a través de la propia página. No obstante, el formulario de correo para sugerencias no recibe respuesta del Ayuntamiento, tal y como se ha podido comprobar. Pero sí tiene una gran efectividad un libro de visitas que es utilizado por un notable número de usuarios y prácticamente a diario, aunque muchos de los comentarios provocan que este recurso se asemeje a un foro de conversación. Esta posibilidad alza a esta página al nivel III Conversacional en cuanto a interactividad se refiere.

B. Existe un amplio listado de empresas ordenadas alfabéticamente pero no por secciones, y solo puede ser descargado en formato pdf. A pesar de que hay un vínculo para asociaciones, no está actualmente en servicio. Para el turismo no existe ningún espacio, como tampoco lo hay para posibles ofertas de empleo de carácter privado, aunque sí de carácter público.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

203. AYUNTAMIENTO DE LA PUEBLA DE LOS INFANTES (www.lapuebladelosinfantes.es) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 1 de julio del 2010)

De contenido sencillo en el que predomina el texto sobre las imágenes y comparten espacios en partes prácticamente iguales los datos referidos a las características del municipio y los de la administración eminentemente municipal. La información está correctamente actualizada y sitúa a las noticias acontecidas en la localidad en una posición destacable de la página de inicio.

- A. Existe un formulario de correo electrónico para sugerencias o quejas que sí funciona, tal y como hemos podido comprobar tras recibir respuesta a nuestra solicitud. Dispone de varios documentos para las tramitaciones que el usuario puede completar a través del ordenador, pero después debe entregar personalmente en el Ayuntamiento. No existen más recursos para la interacción por lo que debemos situar a esta página en un básico nivel II o de Consulta.
- B. Encontramos un directorio para asociaciones que, o bien pueden ser ordenadas alfabéticamente o bien por secciones, dependiendo de la demanda del usuario. No hay posibilidad para el tejido empresarial de ningún sector ni tampoco para las ofertas de empleo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

204. AYUNTAMIENTO DE LA LASTRILLA (www.lastrilla.com) EN SEGOVIA.
(Consulta realizada el 2 de julio del 2010)

Página pensada exclusivamente para los vecinos del municipio ya que solo se incluye información referente al Ayuntamiento, sin prácticamente espacio para el propio municipio y los rasgos que lo caracterizan. La información está actualizada en todos los ámbitos y contenidos temporales que requieren un mantenimiento periódico. Hay diversas secciones, tantas como departamentos municipales se divide a la administración municipal.

- A. Existe un formulario de contacto para el envío de sugerencias con correcta efectividad. Sí que dispone de una serie de tramitaciones para completar formularios que, posteriormente, deben ser entregados en el consistorio ya que no pueden ser remitidos on line. No hay más recursos para la participación ciudadana por lo que situamos la página en el nivel II de Consulta.
- B. Aporta una guía competa de las empresas que funcionan en el municipio con posibilidad de que incluyan una dirección de correo electrónico y/o un enlace de su propia página, además de las características de cada establecimiento. No hay posibilidad para la promoción del tejido social del municipio.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

205. AYUNTAMIENTO DE LUQUE (www.luque.es) EN CÓRDOBA. (Consulta realizada el 3 de julio del 2010)

Página dinámica con un gran volumen de contenido que, a pesar de que hay un enlace para su traducción en inglés, aún no está habilitada esta posibilidad. Hay varios vínculos para la actividad del municipio y que es independiente a la que genera el Ayuntamiento. Además hay otro pequeño porcentaje para vínculos relacionados con la Junta de Andalucía, como es el referido a la iniciativa *Guadalinfo*, ya mencionado en anteriores páginas analizadas. Toda la información temporal está convenientemente actualizada.

A. Existe un formulario de correo electrónico del cual hemos obtenido respuesta a nuestra solicitud, por lo que sí se puede contar como recurso interactivo. Existen varios trámites para cuyo desarrollo es precisa la identificación del contribuyente a través de la propia página web. Por otra parte, dispone de recursos para la participación del usuario. Hay un chat pero que, en el momento de la consulta no funcionaba. Sí que existe, con mucha efectividad e implicación de los visitantes a la página, un libro de visitas que se actualiza prácticamente a diario, aspecto que alza a la página hasta el nivel III Conversacional.

B. El tejido social no tiene espacio en esta página pero sí que disponen de ello y en un lugar muy destacado las empresas de carácter general, por un lado y las relacionadas con el ámbito turístico, por otro. En cada uno de los casos pueden incluir su dirección de correo electrónico y/o página web oficial, además de sus características y bondades.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

206. AYUNTAMIENTO DE VALLADA (www.vallada.es) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 3 de julio del 2010)

Ofrece la posibilidad de leerse en dos idiomas, valenciano y castellano, con la utilización por defecto de este último. Existe escasa información de carácter temporal pero está convenientemente actualizada. Con un diseño bastante intuitivo que utiliza los márgenes para la división de las secciones: en el izquierdo todo lo que tiene que ver con la administración y la actividad de los ciudadanos, y en el derecho el contenido se refiere, fundamentalmente, a características del municipio que no requiere apenas mantenimiento.

- A.** Existe un formulario de correo pero que carece de efectividad alguna, tal y como se ha podido comprobar tras no recibir respuesta a nuestra solicitud. Sí que pone a disposición del usuario una serie de modelos de tramitaciones que pueden ser descargados tanto en formato Word como en pdf pero que deben ser rellenados en pantalla para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. Anuncia en la página de inicio un vínculo para participar en un foro, pero se trata de un enlace hacia una página destinada a este tipo de conversaciones por internet y, por otra parte, no se ha encontrado ninguno dedicado a este municipio, por lo que, finalmente, tenemos que limitar el nivel de actividad en el II de Consulta.
- B.** Existe una guía comercial y empresarial con establecimientos y unidades económicas ordenadas alfabéticamente; cada una de ellas puede incluir sus datos identificativos incluidos un enlace con su dirección de correo electrónico y/ su página web. Las asociaciones tienen también su espacio, con la misma ordenación y, en este caso cada una de ellas dispone de un enlace, aunque solo permite la descarga de un documento pdf en el que se explican las características de cada entidad, objetivo y actividades. Además hay que reseñar la existencia de una bolsa de trabajo tanto para ofertas y demandas que tiene su efectividad y que sirve de intercambio de información entre entidades empresariales y demandantes de empleo.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

207. AYUNTAMIENTO DE TABOADA (www.concellodetaboada.es) EN LUGO.
(Consulta realizada el 5 de julio del 2010)

Creada en octubre del 2008, según se indica en el inicio, desde entonces no ha experimentado ninguna modificación. Puede ser traducida al gallego o al castellano, siendo éste último idioma el que se utiliza por defecto. Las noticias no han sido actualizadas. Achacamos el escaso mantenimiento de esta página a otro dominio (www.concellodetaboada.com) donde se prima la promoción turística y la participación ciudadana a través de la elaboración de textos o comentarios. No obstante, esta no es la web oficial, por lo que no podemos incluirla en este estudio y solo debemos centrarnos en la mencionada en el título.

- A.** Dispone de algunos documentos que pueden ser descargados a través de la página y entregados en mano o a través de correo electrónico, siempre y cuando la presentación de esos documentos no requiera la entrega de alguna documentación original. El formulario de correo electrónico no funciona. Se localiza en la página principal una encuesta que se puso en marcha con motivo de la creación de esta página que, a pesar de que han transcurrido casi dos años, sigue manteniendo su efectividad, por lo que debemos darlo por válido. Este hecho, nos obliga a incluir esta página, aunque con ciertas consideraciones, en el nivel de interactividad III o Conversacional
- B.** La página oficial, como su paralela, está centrada básicamente en la promoción turística y, sin embargo, no hay espacio para dar a conocer los alojamientos y otros servicios que puedan atraer a visitantes. Tampoco hay directorio para otras empresas ni para la red social. Paralelamente, no se puede consultar en esta página la demanda y oferta de empleo pública o privada.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

208. AYUNTAMIENTO DE SANTA OLALLA (www.santaolalla.es) EN TOLEDO.
(Consulta realizada el 5 de julio del 2010)

Convenientemente actualizada en sus informaciones administrativas y en noticias del municipio, la página dispone de diversos enlaces destinados fundamentalmente al vecino de la localidad, cada uno de ellos representado por un logo que agiliza la búsqueda desde la página de inicio. Tiene un pequeño porcentaje dedicado a otras administraciones, pero fundamentalmente se centra en mostrar las diversas actividades que se organizan y llevan a cabo en cada una de las delegaciones municipales.

- A.** Merece destacarse la E-Administración porque, aparte de la tramitación de documentos habituales, incluye una sección novedosa que no se ha visto en municipios de estas características o de menor población analizados hasta ahora. Bajo la denominación de *Policíanet*, el usuario puede tramitar on line denuncias ante este cuerpo de seguridad e incluso puede remitir por vía electrónica un pliego de descargo de multas. Por otra parte, la dirección de correo electrónico carece de efectividad, pero se ha encontrado otro recurso de participación que alza a esta página hasta el nivel **III Conversacional** de interactividad. Se trata de la sección llamada “Foto denuncia” por la cual los usuarios pueden enviar imágenes para ser publicadas en la página en la que denuncia el mal estado, deterioro o bajas condiciones de mantenimiento de alguna zona del municipio.
- B.** Se localiza en la página una sección para las empresas que, si quieren aparecer en la página, deben ponerse en contacto con el Ayuntamiento para que sean incluidas con los datos que prefieran destacar. No se localiza espacio para las asociaciones de la localidad y, aunque en uno de los enlaces principales se especifica la posibilidad de emitir el *curriculum on line*, esta sección carece de efectividad ya que el usuario obtiene error al intentar vincularse con ella.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías*	SI
Textos	NO
Otros**	SI
TOTAL (%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

* Foto denuncia

** Policía-net

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

209. AYUNTAMIENTO DE BELALCÁZAR (www.belalcazar.es) EN CÓRDOBA.
(Consulta realizada el 6 de julio del 2010)

Algunas de las secciones de esta página carecen de contenido y se incluye en este grupo aquellas referidas al Ayuntamiento. Las informaciones de carácter temporal están desactualizadas y, de hecho, en el inicio, se detalla las actividades de Semana Santa del año 2009. Los colores utilizados en el diseño son prácticamente ilegibles y la estructura es muy sencilla y sin apenas vínculos.

- A. Existe una encuesta que se plantea desde que se creó la página en el año 2006 pero que ya no tiene efectividad. En la página del Ayuntamiento no existe una dirección de correo electrónico ni tampoco recursos para la tramitación administrativa. No existe ninguna posibilidad de interactividad, por lo que se queda en el nivel I de Transmisión.
- B. Entre los pocos vínculos existentes, la página dispone de uno dedicado a las empresas del municipio y donde cada una de ellas puede incluir su propio enlace para su página web. No hay posibilidad de promoción turística ni para el tejido social. Tampoco cuenta con una bolsa de trabajo, ni privada ni pública.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL (%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

210. AYUNTAMIENTO DE SAN BARTOLOMÉ DE LA TORRE (www.sanbartolomedelatorre.es) EN HUELVA. (Consulta realizada el 6 de julio del 2010)

Convenientemente actualizada tanto en las noticias como en la información administrativa (boletines y bandos), la página de San Bartolomé de la Torre dispone de una adecuada organización con vínculos organizados en cuatro secciones principales: *Ayuntamiento Municipio*, *Oficina Virtual* y *Recursos*, aunque se puede añadir también un monotemático referido al callejero municipal. Plantea en la página principal la posibilidad de traducción del texto al inglés, pero esta opción no funciona. Como una de las novedades incluidas en esta web que, a partir de ahora, lo encontraremos en otros análisis, hay un enlace para vincular al usuario hasta el blog del alcalde, una práctica cada vez más utilizada por los representantes políticos de municipios de mediano y gran tamaño.

- A. El nivel de interactividad es un básico II de Consulta con una E-Administración que permite descargar y completar diversos modelos de solicitudes pero que después hay que entregar personalmente en el Ayuntamiento. El formulario de correo electrónico sí tiene efectividad, pero no existen otros recursos para la participación ciudadana,
- B. En el apartado de *Lugares de Interés* englobado, a su vez, en *Municipio* se localizan los alojamientos y otros servicios para el turista que completa a la información que se ofrece sobre los monumentos y edificios más emblemáticos de esta localidad. Además de explicar las características de cada uno de estos establecimientos, añade un vínculo de sus respectivas web. No hay espacio para el resto del movimiento económico (empresas y ofertas de trabajo) ni para el tejido social con los colectivos que posiblemente desarrollen actividades en esta localidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

212. AYUNTAMIENTO DE SINEU (www.ajsineu.net) EN BALEARES. (Consulta realizada el 8 de julio del 2010)

Con posibilidad de traducción a cuatro idiomas: Alemán, inglés, castellano y catalán, siendo éste último el utilizado por defecto; aunque no todas sus secciones pueden ser convertidas a estas lenguas. Toda la información que se incluye es de carácter intemporal pero sí se evidencia un mantenimiento de la web con la inclusión periódica de fotografías en la *Galería de imágenes*.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta pero un grado básico, con una E-Administración que permite descargarse algunos modelos de solicitudes, los más frecuentes, pero que, una vez rellenados, hay que entregar personalmente en el Ayuntamiento. Ni el formulario de sugerencias, cuya denominación tiene el sugestivo nombre de *Gobierna con nosotros* ni la dirección de correo electrónico reseñada tienen efectividad, según hemos comprobado tras no recibir respuesta a nuestra solicitud. No existen más recursos de participación.
- B. Dispone de un sencillo directorio de asociaciones que puede ser descargado, en el cual se aportan los datos identificativos más básicos de cada entidad, sin que ninguna de estas entidades incluya una dirección de correo electrónico o un dominio de su página web. No hay espacio para el tejido empresarial de ningún tipo ni para bolsas de trabajo de particulares.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

213. AYUNTAMIENTO DE TEBA (www.teba.es) EN MÁLAGA. (Consulta realizada el 9 de julio del 2010)

La página ha sido construida el presente año 2010 y aún tiene varias secciones sin contenido, como es el *Saluda del alcalde* o el apartado de noticias. Predomina el texto sobre la imagen y en sus vínculos principales se da prioridad al Ayuntamiento, mientras que la parte dedicada al municipio comparte espacio con la comarca y el consorcio de Guadalteba.

- A.** El nivel de interactividad es aún muy limitado y solo se puede englobar en el I de Transmisión. Existe una dirección de correo electrónico pero de la cual no hemos obtenido respuesta y tampoco existen trámites para la E- Administración. Igualmente, no se ha propuesto vínculo alguno para implicar a los vecinos en la construcción y mantenimiento de esta web.
- B.** En la sección de turismo hay dos directorios diferenciados, uno de ellos para alojamientos, en el que se explicitan las características y datos identificativos de los recintos; y otro para restauración donde solo se da oportunidad de consignar su dirección postal y su número telefónico sin opción a mostrar su página web y/o su correo electrónico. No existe enlaces destinados para el resto de actividades empresariales ni para el fomento de empleo con bolsa de trabajo. Tampoco hay lugar para el movimiento asociativo local.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emo. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

214. AYUNTAMIENTO DE LA VILLA DE DON FADRIQUE (www.villadonfadrique.com) EN TOLEDO. (Consulta realizada el 9 de julio del 2010)

La página refleja fundamentalmente la intensa actividad que tiene el municipio a través de iniciativas promovidas por el Ayuntamiento o por el colectivo social. Está convenientemente actualizada y organizada con una estructura de rápido y fácil acceso para el usuario.

- A. A pesar de este espléndido movimiento social, el nivel de interactividad de la web se limita al II de Consulta. Hay varias direcciones de correo electrónico municipales, incluida la que, presumiblemente, llega directamente a la alcaldía, y de la cual sí se obtiene respuesta. Existe una serie de formularios englobados que, una vez rellenos, el contribuyente debe entregar físicamente o por correo ordinario. No existen otras iniciativas para invitar a la participación ciudadana.
- B. Al pie de la página de inicio existe un destacado espacio para las empresas en el que pueden incluir sus datos identificativos, entre ellos su página web y/o dirección de correo electrónico. En la sección turismo se encuentran los establecimientos dedicados a este sector, y en la reservada a cultura y juventud existe un directorio para el tejido social. Hay también ofertas de empleo pero son todas de carácter público por lo que no podemos incluirla en este estudio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

215. AYUNTAMIENTO DE FORCAREI (www.forcarei.net) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 12 de julio del 2010)

Con posibilidad de traducción al castellano y al gallego (éste último usado por defecto), la web está convenientemente actualizada y da notable importancia a las noticias generadas en el municipio y en su Ayuntamiento, ocupando un generoso espacio en la página de inicio. Está correctamente organizada y propone un pequeño espacio dedicado a enlaces pertenecientes a otras administraciones públicas de mayor entidad territorial.

- A.** Existen diversas direcciones de correo electrónico a disposición del internauta y se aporta un destacado enlace denominado *El Alcalde Responde*, que incluye un formulario como un buzón de sugerencias en el cual se anuncia y compromete a emitir respuesta en el plazo máximo de 10 días, hecho que al menos en el caso que hemos planteado, se ha cumplido. Hay una serie de formularios para poder ser descargados y rellenados por el contribuyente para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. Este recurso asciende a la página al nivel II de Consulta, pero se limita ahí ya que no hemos encontrado otras vías para la participación ciudadana.
- B.** Existe un directorio en *Teléfonos de interés* donde, aparte de los espacios públicos, se ofrece la información identificativa (sin posibilidades de enlace por web) de los establecimientos turísticos, primero; y del resto de comercios, después. No hay lugar para la promoción del tejido social ni para una bolsa de trabajo privada (sí que hay pública).

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

216. AYUNTAMIENTO DE URDUÑA (www.urduna.com) EN VIZCAYA. (Consulta realizada el 12 de julio del 2010)

Con posibilidad, desde su presentación, de ser leída en euskera o en castellano, está convenientemente actualizada, tanto en las noticias como en la información administrativa. Un gran porcentaje de su contenido se dedica a la muestra de la riqueza de su entorno natural y cultural con lo que se pretende captar al turista. No obstante, también hay una opción importante dedicada al Ayuntamiento y a la información que se genera en esta administración.

- A.** El nivel de interactividad se limita al II de Consulta con diversas secciones correspondientes a las áreas municipales en las que se incluyen impresos de formularios propios y correspondientes a dichas delegaciones administrativas. Existe una dirección de correo electrónico del cual hemos recibido respuesta a nuestra solicitud. No se aportan más recursos para la interacción entre ciudadano y Ayuntamiento.
- B.** Hay un directorio destinado a alojamientos y otros negocios del sector servicios ya que, hay que recordar, esta página presta una especial atención a la captación turística. También hay un listado en formato pdf con el resto de establecimientos (comercios y empresas) que funcionan en el municipio y donde se puede incluir la dirección de correo electrónico y/o página web propia. No hay espacio para la red social ni tampoco para bolsas de trabajo particulares.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

217. AYUNTAMIENTO DE PEDREZUELA (www.pedrezuela.org) EN MADRID.
(Consulta realizada el 13 de julio del 2010)

Se trata de un modelo aportado por el gobierno regional de Madrid que ya conocemos de anteriores páginas analizadas, principalmente las que corresponden a pequeños municipios. La información está actualizada y predomina el texto sobre la imagen, aunque se trata de una localidad con gran atracción turística debido a que se encuentra en una de las zonas de la sierra madrileña con mayor riqueza natural. La organización es correcta aunque hay una mínima parte de vínculos que carecen de contenido.

- A. Alcanza un nivel de interactividad muy peculiar que la sitúa en el III Conversacional pero dando un salto sin apenas pasar por el II. De este último grado, encontramos una sustancial administración on line con diversos formularios que pueden ser entregados en persona o por Internet a través del registro de la firma digital. Sin embargo, no encontramos ni una sola dirección de correo electrónico destinada al envío de sugerencias. Para el grado conversacional, la página incluye un pequeño cuestionario en el que se busca la opinión del usuario sobre la propia web; está diseñado con algunos defectos ya que, si bien, no se puede votar más de una vez al día, sí que se puede realizar en otro momento y por los mismos usuarios que ya han aportado su opción.
- B. Existe un directorio para alojamientos y otro para las empresas y establecimientos del resto de sectores, las cuales, aparte, tienen un espacio para incluir sus propias ofertas de trabajo. En lo referente a las asociaciones no hay lugar en esta web.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	SI
TOTAL (%)	3(75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

218. AYUNTAMIENTO DE CASTEJÓN (www.castejon.com) EN NAVARRA.
(Consulta realizada el 14 de julio del 2010)

A diferencia de otros municipios de la misma comunidad autónoma, Castejón dispone de una página que únicamente puede ser leída en castellano. Está convenientemente actualizada y aporta información tanto del Ayuntamiento como de la actividad social, cultural y de otros ámbitos que se desarrolla en el municipio. Tiene un gran porcentaje de texto aunque no olvida la inclusión de imágenes que ilustran las informaciones reseñadas. Con estructura ordenada y sencilla que se divide en tres apartados principales: *Ayuntamiento*, *Servicios* y *Datos Generales*; en esta última se incluyen las señas de identidad y características del municipio.

- A. Existe un formulario para sugerencias y quejas pero del cual no hemos recibido contestación a nuestra solicitud. En cuanto a la E-Administración, hay diversos modelos que, una vez completados, el usuario debe imprimir para presentar físicamente o por correo ordinario. No puede hacerlo a través de la Red. No existe más recursos participativos por lo que se queda en el nivel II de Consulta.
- B. Existe un directorio para todos los establecimientos y empresas del municipio pero que solo pueden incluir sus datos telefónicos y el sector al que pertenecen. No hay una diferenciación para la actividad turística. En el caso de las asociaciones, solo se expone una lista con sus nombres, sin más; no hay opción para vínculos que amplíen la información de cada una de ellas.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	SI
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

219. AYUNTAMIENTO DE PINO (www.concellodeopino.com) EN LA CORUÑA.
(Consulta realizada el 15 de julio del 2010)

Convenientemente actualizada, algunos contenidos de la página del concello de O´pino pueden ser leídos en castellano o gallego, siendo éste último idioma el predominante y el que está presente en la totalidad de la web. Tiene una estructura de fácil localización con cuatro secciones claramente diferenciadas: *Situación, Concello, Agenda y Turismo*; a éste último se dedica un amplio espacio.

- A. El nivel de interactividad es un II de Consulta con una sencilla administración que permite únicamente la descarga del formulario correspondiente para ser entregado físicamente en el Ayuntamiento. Hay diversas direcciones de correo electrónico pero hemos visto que no tienen efectividad al no haber recibido respuesta a la solicitud que planteamos. No existen otros recursos participativos para el ciudadano.
- B. Al ser el turismo uno de los apartados principales de la página, se establece un amplio directorio de todos los establecimientos dedicados a este sector en el que, aparte de sus datos identificativos básicos, incluye cada uno de ellos una redirección hacia su propia web. El resto de la economía de la localidad (otras empresas y ofertas de empleo) no tienen espacio en esta página, ni tampoco el tejido social.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

5.7. Municipios de 5.001 a 10.000 habitantes

220. AYUNTAMIENTO DE MEIS (www.concellodemeis.com) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 15 de julio del 2010)

Página creada en el año 2006 y, aún en la actualidad, hay secciones sin contenido. Tiene posibilidad de traducción desde el gallego al castellano aunque no todos los vínculos ofrecen esta opción.

- A. La interactividad no ha alcanzado más allá del nivel II de Consulta pero a un grado muy básico ya que solo hay una dirección de correo electrónico efectiva y, aunque existe un vínculo para la tramitación en línea, éste carece de funcionamiento. No existen más opciones de participación.
- B. Tampoco hay lugar para las entidades sociales ni para el tejido empresarial. La web, en definitiva, está como si acabara de ser creada y con algo de información totalmente intemporal.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

221. AYUNTAMIENTO DE SALTERAS (www.salteras.es) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 16 de julio del 2010)

Página eminentemente administrativa en la que el mayor porcentaje de su contenido se refiere a la actividad del Ayuntamiento. Existe un enlace para el traductor de Google a los diferentes idiomas pero no se puede plantear como servicio propio de la web. La división de sus secciones facilita la búsqueda del usuario, y la información que aporta está convenientemente actualizada.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta con una completa administración on line que permite al contribuyente realizar sus gestiones a través de la propia página y por medio de un requisito previo que es el registro de su identificación electrónica. Dispone también de un formulario de correo que podemos darlo por válido tras haber recibido respuesta a nuestra solicitud. No existen más recursos de participación.
- B. Al ser, como hemos mencionado anteriormente, una web eminentemente administrativa, no hay lugar para las actividades privadas y, por extensión, para la promoción del tejido social ni de la red empresarial y/o comercial. Tampoco se ha hallado una bolsa de trabajo entre particulares.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

222. AYUNTAMIENTO DE BECERRIL DE LA SIERRA (www.becerrildelasierra.es)
EN MADRID. (Consulta realizada el 16 de julio del 2010)

Página intuitiva y con claro diseño en la que predominan, sobre todo en su inicio, las noticias referentes al Ayuntamiento y a las actividades que se desarrollan en el municipio. Dispone de varios enlaces a otras administraciones, principalmente a la Comunidad de Madrid. El resto de la información se refiere fundamentalmente a servicios que ofrece el consistorio, y, en un segundo plano, queda relegado el contenido general del municipio con un rasgo característico de intemporalidad.

- A.** Dispone de recursos para la E-Administración y de una dirección de correo electrónico pero que no tiene efectividad. No existen otras posibilidades para la participación ciudadana, por lo que se sitúa en un nivel de interactividad II o de Consulta.
- B.** En los teléfonos de interés se localizan algunas direcciones de empresas y oficinas que funcionan en el municipio, pero no se puede considerar como un directorio para nuestro estudio ya que han sido seleccionadas sin dar pie a que cualquier entidad comercial se pueda promocionar. Tampoco encontramos lugar para las posibles ofertas de empleo que genere el sector económico, ni espacio para el tejido social.
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

223. AYUNTAMIENTO DE ALCOVER (www.alcover.oasi.org) EN TARRAGONA.
(Consulta realizada el 17 de julio del 2010)

La peculiaridad de la página estriba en su multilingüismo. Si bien la información de carácter exclusivamente administrativo solo tiene lectura en catalán, el contenido sobre las excelencias del municipio se puede traducir a múltiples idiomas: castellano, inglés, italiano, francés, alemán, holandés e incluso hebreo y árabe. Las noticias y la agenda están convenientemente actualizadas y ofrece no solo información generada en el Ayuntamiento, sino también actividades realizadas por distintos colectivos.

- A.** La administración en línea se hace a través del proyecto *E-Tram*, ya mencionado en anteriores localidades analizadas. Una iniciativa gestionada por la Generalitat de Catalunya a la que se pueden adherir los distintos municipios para la tramitación on line de diversas gestiones. Encontramos dos direcciones de correo electrónico de las que sí hemos obtenido respuesta. No existen más recursos para la participación, por lo que la web se queda en un nivel II de Consulta.
- B.** Existe un directorio reservado para los alojamientos y otros servicios reservados al turismo que pueden incluir su página web y/o correo electrónico. Lo mismo ocurre con el listado del resto de actividades empresariales existentes en el municipio que están adecuadamente clasificadas por sectores. Los colectivos también tienen su espacio convenientemente divididos en función del ámbito que cubren. No hay, sin embargo, vínculo para ofertas de trabajo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

224. AYUNTAMIENTO DE BREÑA BAJA (www.bbaja.es) EN TENERIFE.
(Consulta realizada el 17 de julio del 2010)

Como ocurre en otros municipios canarios, el turismo es una parte fundamental de la página web. En este caso, comparte protagonismo con otros apartados referidos al municipio, al Ayuntamiento y sobre diversos servicios de interés general. A pesar de su interés por la visita de foráneos, solo se puede leer en castellano. Dispone de un vínculo para la participación a través de la red social de Facebook (ya visto en el municipio barcelonés de Copons), pero aunque es reseñable, no lo podemos dar por válido para nuestro estudio ya que no es un lazo de participación que funcione en la propia página municipal.

- A. La consecuencia de ello es que el nivel de interactividad es un básico II de Consulta porque no dispone de una dirección de correo electrónico para hacer consultas ciudadanas y la E-Administración se basa en la descarga de tres tipos de formularios en formato pdf que, una vez rellenados, el contribuyente debe entregar físicamente en el Ayuntamiento. No existen otros recursos de participación.
- B. Lógicamente dispone de un directorio de servicios turísticos divididos en especialidades, también cuenta con un listado sobre el resto de empresas y comercios también agrupados por sectores. No hay espacio para el tejido social que pueda funcionar en la localidad.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

226. AYUNTAMIENTO DE RODA DE TER (www.rodadeter.cat) EN BARCELONA.
(Consulta realizada el 18 de julio del 2010)

La posibilidad de cambio de idioma al castellano o el inglés (escrita inicialmente en catalán) se realiza a través del traductor de Google. La información está convenientemente actualizada y dividida por grandes secciones: *L'Ajuntament* (el Ayuntamiento), *Cultura i Patrimoni* (cultura y patrimonio) *El municipi* (el municipio), *Per temes* (por temas: referido a las delegaciones municipales), *Atenció al ciutadà* (atención al ciudadano) y *Actualitat* (actualidad).

- A.** La interactividad se limita solamente al nivel II de Consulta ya que de la dirección de correo electrónico expuesta en la página no hemos obtenido respuesta, aunque sí existe posibilidad de hacer tramitaciones on line, a través de la iniciativa E-tram. No existen más recursos para la participación.
- B.** Se ha localizado un directorio para empresas que pueden incluir, cada una de ellas, un vínculo para su dirección de correo electrónico y/o su página web. No existe espacio para las asociaciones ni tampoco dedica vínculo alguno al turismo.
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

227. AYUNTAMIENTO DE CELANOVA (www.celanova.es) EN ORENSE.
(Consulta realizada el 18 de julio del 2010)

Creada en el año 2008 y con posibilidad de traducción desde el gallego al castellano, la web ofrece un alto volumen de vídeos referentes al municipio, algunos de producción propia y otros obtenidos de canales televisivos. Igualmente mantiene instalada una webcam para que el usuario vea lo que está pasando en uno de los lugares más emblemáticos de la localidad. El resto de la información está convenientemente actualizada y destacan algunos enlaces ajenos al municipio, como son las páginas de otras localidades hermanadas con Celanova o de la administración autonómica.

- A. El nivel de interactividad, no obstante, es el II de Consulta; a pesar de que se creó hace ya dos años, solo existe un 'documento en prueba' ubicado en el vínculo de la administración en línea pero que no puede ser utilizado por el internauta. Lo que sí funciona, tal y como hemos podido comprobar, es el formulario de sugerencias y la dirección de correo electrónico. No hay otros recursos que induzcan a que el usuario participe.
- B. No encontramos ningún vínculo para las empresas del municipio, ni turísticas ni de otros sectores. Tampoco hay posibilidad de promoción del tejido asociativo ni para fomentar el contacto entre entidades económicas y ciudadanos a través de bolsas de trabajo.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

228. AYUNTAMIENTO DE BUNYOLA (www.ajbunyola.net) EN BALEARES.
(Consulta realizada el 19 de julio del 2010)

Ofrece la posibilidad de traducción desde el catalán a tres idiomas: castellano, inglés y alemán. Sin embargo, solo cambia el índice de la página de inicio; el resto se mantiene únicamente en la lengua de arranque. La página es eminentemente política y administrativa con un porcentaje claramente inferior del espacio dedicado a la información social. Las noticias, que ocupan la parte central del inicio, están correctamente actualizadas.

- A. El índice de interactividad se queda en el II de Consulta con una serie de trámites que, una vez completados por el usuario, debe entregar físicamente al consistorio. Ni la dirección de correo electrónico que proponen ni el formulario que se expone con el sugerente nombre de “Gobierna con nosotros” tienen efectividad. No existen otros recursos que puedan incitar a la participación ciudadana.
- B. Al ser una página eminentemente administrativa, no se localizan vínculos para las empresas que funcionan en el municipio ni, por extensión, para la promoción turística. El tejido social tampoco tiene espacio en la página y no hay posibilidad de relación entre entidades económicas y ciudadanos a través de ofertas de trabajo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

229. AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DEL ARISCAL (www.villanuevadelariscal.es) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 22 de julio del 2010)

Además de la información en formato noticias, la página presenta, en su inicio, los trámites que se pueden realizar on line y que ya se tratará más ampliamente en el siguiente punto. Por otra parte, la información de las noticias está actualizada, así como todo lo que tiene que ver con las actuaciones políticas y administrativas.

- A.** La E-Administración que, como decimos, tiene vínculo principal en la página principal, puede llevarse a cabo a través de la descarga de documentos o presentándolos por medio de la propia web y con una identificación digital. Dispone de un formulario de correo electrónico pero no tiene efectividad, tal y como hemos podido comprobar tras no haber recibido respuesta a nuestra solicitud. Tampoco en este caso nos encontramos con otros vínculos para la participación ciudadana. En consecuencia, el nivel de interactividad es el II de Consulta
- B.** Existe un amplio directorio de empresas y establecimientos ordenados alfabéticamente y cuya búsqueda se facilita precisamente a través de vínculos con sus iniciales. También existe un listado de las asociaciones que funcionan en el municipio. En ambos casos, tanto en el tejido empresarial como social, pueden plasmar sus enlaces hacia sus propias páginas web y/o a su dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

231. AYUNTAMIENTO DE PERALTA (www.peralta.es) EN NAVARRA. (Consulta realizada el 23 de julio del 2010)

Algunos de sus vínculos están vacíos de contenido, como es el referente a determinadas delegaciones municipales. El diseño es muy llamativo y está correctamente ordenado, aunque se echan en falta algunas secciones, principalmente las referentes a la propia localidad. Las noticias, así como la información administrativa, están correctamente actualizadas.

- A. A pesar de estar ya hablando de un municipio que supera los 6.000 habitantes, el nivel de interactividad, solo alcanza el II de Consulta ya que sí se ha obtenido respuesta de los correos pero, como ocurre en algunas áreas municipales, el vínculo para las tramitaciones está aún en construcción. No hay otro modo para que el ciudadano se implique y participe en el mantenimiento y desarrollo de esta web.
- B. Existen varios directorios relacionados con el ámbito turístico, pero en este caso se engloban en el enlace denominado “Ocio”. Cada una de las unidades empresariales que se reflejan tienen la posibilidad de aportar sus datos identificativos, incluido su correo y/o su dirección de web. No hay opción para la bolsa de trabajo ni para las entidades ciudadanas que puedan funcionar en el municipio.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

232. AYUNTAMIENTO DE GUISSONA (www.guissona.net) EN LÉRIDA. (Consulta realizada el 23 de julio del 2010)

Escrita íntegramente en catalán sin posibilidad de traducción a otro idioma, esta página tiene una estructura ordenada y sencilla, aunque como ocurría con Peralta, algunas secciones, como la referida al municipio, se quedan algo pobres de contenido. La mayoría de la información es intemporal, pero las que sí requieren mantenimiento, como son las noticias, están adecuadamente actualizadas.

- A. En este caso, el nivel de interactividad alcanza el II de Consulta gracias a que se aplica la iniciativa E-Tram para la administración en línea de los diversos trámites que el ciudadano debe realizar con el Ayuntamiento. Sin embargo, no se ha recibido respuesta a las solicitudes realizadas a través del correo electrónico. Tampoco se encuentran más recursos para la interacción.
- B. Encontramos algunas entidades relacionadas con deportes pero no se trata de un directorio que podamos contar para nuestro estudio. No hay localizado ningún listado de empresas, ni en el ámbito turístico ni de cualquier otro sector; a ello se añade, igualmente, la ausencia de ofertas de trabajo entre particulares.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

233. AYUNTAMIENTO DE GUADASSUAR (www.guadassuar.es) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 26 de julio del 2010)

Resalta un peculiar contenido que no se ha visto en otros municipios analizados. Por ejemplo, ocupa gran parte de la sección dedicada al Ayuntamiento, a las disposiciones legales y a los artículos constitucionales referidos a la institución municipal administrativa. Incluye también un enlace para la intranet municipal a la que solo pueden acceder los concejales de la corporación municipal a través de una contraseña. Este aspecto resta el rasgo participativo que debería transmitirse al ciudadano y que sería deseable para este tipo de web públicas. Por otra parte, muchas de sus secciones carecen de contenido, algunas de ellas referentes a la actividad social del municipio.

- A. El nivel de interactividad es un básico II de Consulta, con una E-administración que requiere un certificado digital o una contraseña facilitada por el Ayuntamiento. La dirección de correo electrónico carece de efectividad y no existe ningún recurso más para la implicación del ciudadano.
- B. Ni los colectivos sociales ni el tejido empresarial de cualquier sector tiene espacio en esta página. Existe un enlace denominado ‘comercios’ pero es otro de los que está vacío de contenido. Tampoco hay posibilidad de relación entre individuos y empresas a través de una bolsa de trabajo privada.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

234. AYUNTAMIENTO DE VALENCIA DE ALCÁNTARA (www.valenciadealcantara.net) EN CÁCERES. (Consulta realizada el 26 de julio del 2010)

Una de las páginas con menor contenido de las analizadas hasta ahora y la de menos información municipal de los municipios estudiados entre 5.001 y 10.000 habitantes. Toda la web se basa en información y noticias que, al menos, están actualizadas. Son las generadas en el Ayuntamiento, en el propio municipio y las emitidas por distintos medios de comunicación.

- A. Con este preámbulo, el nivel de interactividad se queda en el I de Transmisión ya que no existe ningún elemento participativo para la ciudadanía. Solo hay una dirección de correo electrónico pero no tiene la efectividad deseada.
- B. Tampoco existen directorios empresariales ni promoción del tejido social; es como, decimos, una mera página informativa.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

235. AYUNTAMIENTO DE RIBADESELLA (www.ayto-ribadesella.es) EN ASTURIAS. (Consulta realizada el 26 de julio del 2010)

Población cuya popularidad radica en su localización a orillas del río Sella y su internacionalmente reconocido descenso por sus aguas, Precisamente la página dedica gran parte del protagonismo a este acontecimiento anual y a la atracción turística que ello conlleva. La información también ocupa un papel primordial y se encuentra correctamente actualizada en todos sus ámbitos, incluida la agenda de eventos.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con la posibilidad de descargar formularios para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. De la dirección de correo electrónico no se ha hallado respuesta, por lo que no podemos considerarlo como recurso interactivo. No hay otras formas de participación ciudadana.
- B. Como ya se ha señalado, la promoción turística es esencial en esta página, por lo que se indican diversas empresas dedicadas a este sector incluidos en un directorio donde se exponen sus datos identificativos. Igualmente se pueden consultar las direcciones y números telefónicos de las diferentes asociaciones en el listado englobado en una sección más generalizada denominada “Datos de Interés” donde se encuadran también los servicios municipales más utilizados por el vecino.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

236. AYUNTAMIENTO DE PONTECESO (www.ponteceso.net) EN LA CORUÑA.
(Consulta realizada el 27 de julio del 2010)

Con múltiples contenidos y correctamente ordenados, esta web permite su traducción del gallego al castellano. Dispone de una amplia sección para el sector turístico, aunque las noticias, convenientemente actualizadas, así como la información administrativa ocupan el grueso de la página de inicio.

- A.** La E-Administración disponible es correcta y muy avanzada, pudiendo acceder a los documentos on line a través de la identificación digital o con la descarga de formularios para su posterior entrega en el Ayuntamiento. Los envíos realizados a las diferentes direcciones de correo electrónico han dado los resultados esperados, pero no existen otros recursos de participación por lo que, de nuevo, nos encontramos con un nivel II de Consulta en lo que a interactividad se refiere.
- B.** Dispone de un lugar destacado para las asociaciones, las cuales pueden indicar sus datos identificativos, incluidos los electrónicos (dirección de email y/o página web). No se ha localizado espacio para el tejido empresarial, ni tan siquiera un directorio para las empresas turísticas, a pesar de la promoción de este sector que se destaca en otros apartados de la página. Sin embargo, sí que se halla una bolsa de trabajo con ofertas de empresas y demandas de particulares.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

237. AYUNTAMIENTO DE OTURA (www.ayuntamientodeotura.es) EN GRANADA.
(Consulta realizada el 27 de julio del 2010)

También con un gran contenido, la página de Otura dedica un notable volumen de contenido a la promoción turística de su campo de golf. Pero no relega en un segundo plano la información administrativa y la generada en el municipio que, en ambos casos, está convenientemente actualizada. No obstante, la parte central y un porcentaje del lateral está dedicado a eventos y actividades organizadas en la localidad, lo que da idea del amplio movimiento que protagoniza este municipio.

- A. El nivel de interactividad es de un II de Consulta con una serie de documentos que el usuario debe rellenar para entregarlos posteriormente en el Ayuntamiento. La práctica totalidad de los miembros del gobierno municipal disponen de una dirección de correo, pero no hemos conseguido la efectividad deseada. Hay, en portada, un enlace para encuestas pero está vacío de contenido por lo que no podemos darlo como válido. No se localizan más recursos para la participación.
- B. Al tener esta página como uno de sus objetivos principales la promoción del campo de golf, hay un directorio que engloba todos los servicios adyacentes a esta pista deportiva. De forma paralela, nos encontramos otro vínculo con establecimientos dedicados al turismo en general, y un tercero para empresas de cualquier ámbito que funcionan en el municipio. Existe un vínculo para ofertas de empleo pero, como el de encuestas, carece de contenido. No hay espacio para el movimiento asociativo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

239. AYUNTAMIENTO DE RIUDOMS (www.riudoms.cat) EN TARRAGONA.
(Consulta realizada el 28 de julio del 2010)

Solo puede ser leída en catalán, el contenido está actualizado y destaca fundamentalmente la agenda de acontecimientos y la información administrativa generada en el Ayuntamiento. Tiene una sección especial dedicada al Museo Gaudí, ubicado en esta localidad, y otra a la Feria de la Avellana, una de las tradiciones más enraizadas de Riudoms. El contenido de la página de inicio es denso pero está convenientemente ordenado.

- A. Dispone de un formulario de correo bajo el sugestivo nombre de “Ajuda’ns a millorar” (ayúdanos a mejorar), y de varias direcciones de correo electrónico para contactar con el Ayuntamiento a nivel general o con varios representantes del gobierno local, de los cuales, sí hemos obtenido respuesta. La E-Administración ofrece a los ciudadanos la posibilidad de descarga de documentos para, una vez completados, entregar físicamente en el Ayuntamiento junto a la documentación complementaria correspondiente. No hay más recursos de interacción por lo que el nivel es II de Consulta.
- B. Existe un directorio para las asociaciones que se divide en función de su ámbito de trabajo; además, estos colectivos se engloban, a su vez, en una sección más general denominada “Cultura i Festes” (cultura y fiestas). En cuanto al tejido empresarial, no hay una sección especial para las turísticas, pero para el resto, principalmente para los comercios, están disponibles en un archivo que combina sus datos identificativos y su localización en un plano de la ciudad; el listado se encuentra ordenado alfabéticamente. No existe un vínculo para bolsa de empleo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

240. AYUNTAMIENTO DE VENTA DE BAÑOS (www.ventadebanos.es) EN PALENCIA. (Consulta realizada el 29 de julio del 2010)

Absolutamente descuidada en su mantenimiento, la página de Venta de Baños tiene idéntico diseño a la de otros municipios palentinos con una población mucho menor y que ya hemos analizado anteriormente. Se trata del modelo propuesto por la diputación provincial y dirigido a aquellas localidades de su ámbito que, debido a sus escasos recursos, no han podido optar por un modelo original para su apuesta por las nuevas tecnologías. Calificamos en un principio esta página como descuidada porque en el capítulo de “Noticias” solo consta una información que versa precisamente sobre la creación de la presente web, hecho que se produjo en el año 2007. Algunas de sus secciones, además, están faltas de contenido.

- A. A pesar de esta introducción, debemos englobarla en el nivel II de Consulta ya que dispone de formularios que el usuario puede completar para su posterior entrega física en el Ayuntamiento. Pero el grado de interacción no llega más allá, ya que ni tan siquiera existe una dirección de correo electrónico ni, por supuesto, otros recursos de participación.
- B. En los “Teléfonos de interés” se encuentra un listado con todas las asociaciones del municipio y con su número telefónico; tan escuetos son los contenidos de la página que no se suman más datos identificativos. La industria turística tiene su sección propia, esta vez con algo más de información para cada una de las unidades. El resto de empresas ni las bolsas de trabajo que aquellas generan tienen hueco en la web.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

241. AYUNTAMIENTO DE ALMODÓVAR DEL RÍO (www.almodovardelrio.com)
EN CÓRDOBA. (Consulta realizada el 29 de julio del 2010)

Escasas secciones y algunas de ellas aún sin contenido como son las referidas a determinadas delegaciones municipales (Juventud y Deportes, Bienestar Social, Cultura, etc.) La información esta actualizada moderadamente ya que es muy larga la periodicidad entre la emisión de una y otra noticia. El diseño de la página está situado en el centro de la pantalla, y el lateral está reservado a la inclusión de publicidad institucional, pero en el momento de la consulta no había ningún anuncio insertado.

- A.** Con esta precariedad de información, el nivel de interactividad llega a un básico II de Consulta. Las direcciones de correo expuestas tienen efectividad, pero no existe ningún recurso disponible para poner en marcha la administración on line. Con estas premisas, tampoco encontramos otras vías para la participación ciudadana en la gestión de esta web.
- B.** No existe directorio, ni para el movimiento social ni para el tejido económico en ninguno de sus ámbitos aquí estudiados (general, sector turístico, ofertas de trabajo entre particulares).
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

242. AYUNTAMIENTO DE CISTÉRNIGA (www.lacisterniga.es) EN VALLADOLID. (Consulta realizada el 30 de julio del 2010)

Como ocurre en Almodóvar del Río, la web de Cistérniga dispone de una información moderadamente actualizada ya que la periodicidad entre una noticia y otra es de un mes como media, un espacio de tiempo excesivamente largo para un municipio que alcanza casi los 8.000 habitantes y que, seguramente, genera un mayor volumen de información. Sus principales secciones son *Ayuntamiento*, *Municipio* y *Cultura*, aunque también una parte importante de la página de inicio está dedicada a enlaces extra municipales y que corresponden a administraciones provinciales y nacionales.

- A. El nivel de interactividad es un básico II de Consulta con una administración en línea que permite al usuario descargar documentos para ser entregados posteriormente en el Ayuntamiento. Las formas de contactar a través del correo electrónico no funcionan y no existen otros recursos de participación.
- B. Hay diferentes directorios de asociaciones en función del ámbito en el que trabajen y se engloban precisamente en el área municipal que se relaciona con ellos. De esta forma, los colectivos juveniles e infantiles se sitúan en la sección dedicada a la delegación municipal de Juventud, las Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos en Educación, etc. Se destaca un enlace directo a una entidad en concreto: la asociación de los industriales de un polígono situado en este término municipal. Es la única vía de promoción que aporta la página web al tejido económico local, a excepción de un pequeño listado de alojamientos turísticos donde se indican los datos identificativos de cada uno de los establecimientos.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

243. AYUNTAMIENTO DE MORALEJA (www.moraleja.es) EN CÁCERES. (Consulta realizada el 30 de julio del 2010)

Con gran cantidad de información, pero convenientemente estructurada para una fácil búsqueda. Las noticias de carácter temporal están actualizadas y con una frecuencia prácticamente diaria. Dispone igualmente de varios vínculos para la información generada en otras administraciones territoriales.

- A. Ofrece un formulario de contacto y una dirección de correo electrónico con los que se ha conseguido la efectividad deseada. La tramitación en línea de documentos se lleva a cabo de la forma más básica, con modelos propuestos en la página y que el usuario debe entregar personalmente en el Ayuntamiento. No obstante, se incluye una novedad, la posibilidad de consultar on line el estado de la tramitación con la sola indicación del NIF del contribuyente y el número de referencia del expediente. No se han encontrado otros recursos de participación, por lo que nos encontramos otro municipio con nivel de interactividad II de Consulta
- B. Existe un completo directorio de todas las asociaciones que funcionan en el municipio, cada una de las cuales tiene un vínculo en su propia denominación para que el usuario pueda enlazar con la web o el blog que tienen los respectivos colectivos. No hay lugar para la promoción económica ni del tejido empresarial y comercial ni de las ofertas de empleo que puedan generar estas entidades.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

244. AYUNTAMIENTO DE TOBARRA (www.tobarra.es) EN ALBACETE. (Consulta realizada el 2 de agosto del 2010)

Correctamente ordenada, la página de Tobarra ofrece en su inicio un gran porcentaje de información del Ayuntamiento y en un segundo plano la del propio municipio aunque la búsqueda en ambos sectores es fácil por su estructura concisa. Dispone de enlaces para otras administraciones externas al municipio.

- A. Ofrece diversos formularios para la E-Administración que pueden ser descargados y completados para su posterior presentación personal en el Ayuntamiento. Hemos obtenido respuesta rápida del formulario para sugerencias. No se han encontrado más ofertas para la participación ciudadana, por lo que debe ser situada en el nivel II de Consulta.
- B. Tanto las asociaciones como las empresas dedicadas al ocio y al turismo tienen sus respectivos directorios, aunque los datos que aportan son escuetos ciñéndose únicamente a su identificación. El resto de empresas no tiene espacio pero sí que existe una bolsa de empleo para las ofertas de trabajo particulares y destinadas a la conexión a través del ciudadano del ciudadano y la red económica de la localidad.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

245. AYUNTAMIENTO DE HUÉSCAR (www.aytohuescar.com) EN GRANADA.
(Consulta realizada el 3 de agosto del 2010)

Página con llamativos colores y textos móviles que atraen la atención del usuario. Sin embargo, el contenido está sensiblemente desordenado y es escaso, con una búsqueda de información que resulta algo dificultosa. La periodicidad de las noticias es muy alta, en determinados casos llegan a los tres meses, espacio de tiempo muy largo para una población de más de 8.000 habitantes. Ofrece la posibilidad de cambiar de idioma al inglés y al francés pero a través del traductor del buscador Google.

- A.** La escasez de contenido se demuestra con su nivel de interactividad I de Transmisión, ya que los formularios de correo que existen en varios enlaces no funcionan, y la sección para la tramitación en línea está en construcción en el momento de esta consulta. Existe una encuesta para que el usuario califique la web, pero no es fiable ya que desde un mismo ordenador se puede responder varias veces.
- B.** En la página de inicio existe un directorio denominado *Webs de Huescar* donde se conglomeran los enlaces para entidades sociales, culturales, deportivas, empresas y otros colectivos que trabajen en la zona y que tengan su propia página en Internet, pero no se han encontrado directorios separados para la red económica y para el tejido social, respectivamente. Sí que existe un vínculo para alojamientos y otros servicios que pueda utilizar el turismo, con datos identificativos que completan este directorio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

247. AYUNTAMIENTO DE CHESTE (www.cheste.es) EN VALENCIA. (Consulta realizada el 5 de agosto del 2010)

Como otros municipios ya consultados, Cheste ofrece en su web un enlace para su entrada en la red social de Facebook, sin embargo, ya hemos reiterado que no podemos considerarlo como objeto de nuestro estudio al no estar incluido como recurso directo en la web municipal. Por otra parte, hay que reseñar que la estructura es correcta y mantiene la actualización constante de todos sus contenidos. Es una página dinámica que facilita la búsqueda al usuario.

- A. Aparte de la ya citada red social, el nivel de interactividad dentro de la página es el II de Consulta con una completa E-Administración por la que el contribuyente puede llevar a cabo todos los trámites que deba gestionar con el Ayuntamiento a través de Internet. Existe una dirección de correo electrónico, algo escondida y que, además, no funciona, tal y como hemos podido comprobar.
- B. Dispone de un directorio para todas las asociaciones de la localidad en el que pueden plasmar sus datos identificativos, incluidos el correo electrónico y/o su dirección de página web. Hay un listado sobre establecimientos de ocio y turismo pero no hay reflejo para el resto del tejido empresarial y comercial. Existe una destacable sección denominada *Oferta Empleo* a la que el usuario puede enviar un currículum por medio de un formulario que se propone pero está circunscrito a la posible bolsa de trabajo que genera el Ayuntamiento y no para la conexión con empresas privadas, por lo que no podemos incluirlo en nuestro estudio.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

248. AYUNTAMIENTO DE SALCEDA DE CASELAS (www.salcedadecaselas.es)
EN PONTEVEDRA. (Consulta realizada el 6 de agosto del 2010)

Página creada en el año 2006 que no ha sido objeto de mantenimiento durante este tiempo y varias de sus secciones están vacías de contenido o desactualizadas. Los escasos textos que permanecen aún pueden ser traducidos del gallego al castellano. Por último, hay que reseñar que la estructura, debido a su obsolescencia, dificulta la búsqueda.

- A. El nivel de interactividad es, con estas premisas, I de Transmisión. La dirección de correo electrónico no funciona y no existe posibilidad de la tramitación en línea. Por extensión, no existen otros recursos de participación.
- B. No hay tampoco directorios para el tejido empresarial, ni turístico ni general; ni tampoco para el social.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

249. AYUNTAMIENTO DE SOTO DEL REAL (www.ayto-sotodelreal.es) EN MADRID. (Consulta realizada el 7 de agosto del 2010)

Enclavado en uno de los entornos naturales más ricos y atractivos de Madrid, la Sierra de Guadarrama, la página de este municipio ofrece un gran volumen de información sobre este aspecto que puede interesar a turistas que deseen hacer recorridos por su gran cantidad de rutas ecológicas. El resto del contenido está dedicado sustancialmente a las informaciones, correctamente actualizadas, que se generan en el Ayuntamiento y un breve espacio para el resto del municipio, fundamentalmente todo lo que tiene que ver con el casco urbano.

- A. Nos encontramos con uno de los escasos municipios de estas características que alcanza una interactividad de nivel III Conversacional gracias a una curiosa iniciativa denominada *Compartir coche* por la cual todos los vecinos que deben desplazarse para ir habitualmente al lugar de estudios o trabajo pueden inscribirse en la propia página web municipal para ofrecer su vehículo a aquellos que tengan la misma ruta, o pueden también demandar transporte a otros vecinos. A ello se une una E-Administración, algo básica, pero clasificada en función de las delegaciones municipales a las que el usuario debe dirigirse. Existe también una dirección de correo electrónico de la que sí hemos recibido respuesta a nuestra solicitud.
- B. No existe espacio para el tejido asociativo ni para la red empresarial. A pesar de la gran cantidad de población flotante que este municipio acoge, principalmente en fines de semana, no se detalla alojamientos ni otros servicios que puedan interesar al visitante eventual.
- C. Recursos para Interactividad I

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

* Proyecto "Compartir coche"

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

250. AYUNTAMIENTO DE ALMUSSAFES (www.almussafes.es) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 8 de agosto del 2010)

Con posibilidad de traducción del valenciano al castellano, la página de Almussafes tiene dos secciones claramente diferenciadas: la primera referida al Ayuntamiento y la organización administrativa; y la segunda con unas dimensiones similares, dedicada a las características del municipio. La organización es correcta y la información está actualizada convenientemente.

- A.** Su nivel de interactividad es el II de Consulta con una E-Administración que permite al usuario la descarga de formularios pero que deben ser llevados personalmente al Ayuntamiento. De la dirección de correo electrónico sí hemos obtenido respuesta, pero no existen otros recursos para la implicación ciudadana en el desarrollo del municipio a través de la web.
- B.** Existen tres vínculos destacables pero dos de ellos están vacíos de contenido, a saber: *Asociaciones* y *Directorio comercial*. El que sí está completado con un listado es el *Directorio de industrias*, pero no existe una bolsa de trabajo para particulares.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

251. AYUNTAMIENTO DE AZUAGA (www.azuaga.es) EN BADAJOZ. (Consulta realizada el 9 de agosto del 2010)

Página similar a otros municipios extremeños y que ha sido patrocinada por la Junta Regional. La información no tiene una periodicidad regular y la última noticia que se refleja en la fecha de esta consulta data de junio del presente año. Una temporalidad excesivamente larga para un municipio que supera con creces los 8.000 habitantes.

- A. El nivel de interactividad se limita al I de Transmisión porque no se encuentra ningún recurso para la E-Administración ni una forma de contacto electrónico para que el usuario pueda participar en la gestión del municipio a través de sus preguntas, demandas o quejas.
- B. No existe tampoco directorios para la promoción económica y social del municipio; sobre éste nos encontramos únicamente información de carácter intemporal.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

252. AYUNTAMIENTO DE MORATALLA (www.ayuntamientomoratalla.net) EN MURCIA. (Consulta realizada el 12 de agosto del 2010)

La página está enfocada en dos direcciones, por un lado, la referente al Ayuntamiento, por otro, la muestra de la riqueza cultural para la atracción turística. La mayoría de la información es intemporal, aunque las noticias que ofrece en la primera página están convenientemente actualizadas. Igualmente hay que destacar algunos enlaces referidos a datos externos a la administración local.

- A. El nivel de interactividad es un básico II de Consulta aportado por la descarga de formularios dentro de una E-Administración que se deben entregar personalmente en el Ayuntamiento. Existe un formulario suscrito bajo la denominación de *Buzón del alcalde* pero que carece de efectividad. No existen otros recursos para la participación.
- B. En su afán de promocionar el turismo, la página dispone de un directorio para los alojamientos y otros servicios referidos a este sector, y cada uno de ellos dispone de un vínculo para conocer las características y bondades de cada uno. No se encuentran otros vínculos que podamos incluir en nuestro estudio para la promoción económica y social.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

253. AYUNTAMIENTO DE PRAVIA (www.pravia.es) EN ASTURIAS. (Consulta realizada el 13 de agosto del 2010)

Correctamente actualizada y con una estructura de fácil búsqueda, la página del Ayuntamiento de Pravia arranca básicamente con informaciones de carácter general que ocupan gran parte del inicio. Los laterales están dedicados a las diferentes secciones por el lado izquierdo (Ayuntamiento, municipio y turismo); y a enlaces de interés ciudadano, por el margen derecho, entre los que se puede destacar un blog correspondiente a la policía local del municipio donde se pueden llevar a cabo consultas on line hacia este cuerpo de seguridad. Sin embargo, como ocurría con aquellas web que recurren al Facebook, no podemos darlo por válido ya que no es una vía directa de participación en la propia página web municipal.

- A. El nivel de interactividad, no obstante, se queda en el I de Transmisión ya que, en la fecha de la consulta, las tramitaciones en línea están en construcción. De las direcciones de correo no hemos obtenido respuesta y no existe más recursos para la participación.
- B. Pravia se encuentra enclavado en un lugar privilegiado dentro de una de la Comunidad más atractivas del país, por ello es foco de interés turístico y ello no pasa desapercibido en la página con la inclusión de varios directorios en los que se detalla los lugares donde se puede descansar, comer y pasar un rato de ocio. Todos ellos con un vínculo que enlaza a su propia página web. No hay espacio para el resto de las empresas que funcionan en la localidad ni para ofertas de empleo entre particulares, pero sí hay un lugar destacado en el inicio de la página para las asociaciones que funcionan en el municipio, con una estructura muy similar a la de los establecimientos turísticos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

5.8. Municipios de 10.001 a 20.000 habitantes

254. AYUNTAMIENTO DE CALDAS DE REIS (www.caldasdereis.com) EN PONTEVEDRA. (Consulta realizada el 16 de agosto del 2010)

La administración municipal se queda relegada en un segundo plano para dar prioridad a las excelencias y riqueza cultural y natural del municipio. La mayoría de sus secciones principales están dedicadas a este aspecto, y en un enlace algo escondido se encuentra todo lo que tiene que ver con el Ayuntamiento. La página puede ser traducida al gallego o al castellano. En la presentación se ofrecen ambas opciones, por lo que no hay un idioma que predomine sobre el otro.

- A. A pesar de ello, nos encontramos con un nivel de interactividad II de Consulta con una serie de documentos descargables para su posterior tramitación en el Ayuntamiento. Hay diversas direcciones de correo electrónico pero ninguna de ellas tiene efectividad, tal y como hemos podido comprobar.
- B. Al tener un enfoque hacia el exterior, existe un directorio de alojamientos y establecimientos de ocio, cada uno de ellos con sus datos identificativos. No hay espacio para el resto de empresas ni para el tejido social que pueda funcionar en la localidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

255. AYUNTAMIENTO DE ZUMÁRRAGA (www.zumarraga.net) EN GUIPÚZCOA.
(Consulta realizada el 17 de agosto del 2010)

Con posibilidad de traducción desde el euskera al castellano o al inglés, la página está correctamente ordenada en tres secciones principales (Municipio, Ayuntamiento y Turismo) y moderadamente actualizada ya que la periodicidad entre las noticias es muy extensa, con una media de dos meses (alta para un municipio de más de 10.000 habitantes).

- A. El nivel de interactividad es similar al anterior municipio analizado. Alcanza el II de Consulta gracias a una serie de formularios que, dependiendo de sus características y destinos, pueden ser tramitados on line o físicamente en el consistorio. Existe una dirección de correo electrónico pero no hemos obtenido respuesta a nuestra solicitud, por lo que no podemos darlo por válido. No existe otros recursos de participación.
- B. En su sección de turismo denominada *Visitantes* ofrece un directorio de hostelería y establecimientos de ocio. Como en la anterior localidad, no hay espacio para asociaciones, ni otras empresas y sus ofertas de trabajo.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

256. AYUNTAMIENTO DE MIAJADAS (www.miajadas.es) EN CÁCERES.
(Consulta realizada el 18 de agosto del 2010)

Página construida en el 2008, dispone de una estructura sencilla y bien ordenada con un amplio espacio dedicado a la información administrativa del Ayuntamiento y, en menor medida, a la referida al municipio. Las informaciones están actualizadas aunque la periodicidad no es muy frecuente, teniendo en cuenta que su población supera ya los 10.000 habitantes. La media entre una noticia y otra ronda las tres o cuatro semanas.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta. Aunque todas las secciones de las delegaciones municipales tiene un vínculo para trámites, ninguno de ellos dispone de documentación y contenido. Existen varias direcciones de correo electrónico efectivas, igualmente hay un formulario de contacto pero, por errores en la propia página, no pueden enviarse mensajes. No hay otros recursos de participación.
- B. Dispone de un directorio para los establecimientos de restauración y alojamiento pensados para la captación de turismo. Aquellos que tienen web propia pueden plantear un vínculo directo desde la página del Ayuntamiento. No hay espacio para el resto de la promoción económica, ni de otras empresas ni tampoco de bolsas de trabajo particulares. Igualmente, no se encuentra un listado del movimiento asociativo que debe funcionar en la localidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

257. AYUNTAMIENTO DE CASTELL-PLATJA D'ARO (www.platjadaro.com) EN GERONA. (Consulta realizada el 19 de agosto del 2010)

Desde la introducción, hay dos vías diferentes para navegar por esta página. La primera de ellas, traducibles al catalán, castellano, francés o inglés, está dedicada fundamentalmente a los usuarios no residentes, la segunda se centra en la información municipal y dirigida esencialmente a la población que vive en este municipio, y solo es posible leerla en catalán. La razón de esta separación es precisamente por el alto índice turístico que caracteriza a esta localidad. Por otra parte, hay que reseñar que la información no está convenientemente actualizada, la periodicidad es muy alta para una población de esta envergadura, con una renovación de noticias cada tres meses aproximadamente.

- A. El índice de interactividad es tan solo de un II de Consulta con un grado muy básico. El correo electrónico no funciona, ya que no hemos obtenido respuesta a nuestra solicitud, y la E-Administración se basa fundamentalmente en la descarga de documentos en formato pdf. No existe otra forma para que el usuario pueda interactuar.
- B. La sección dedicada al turismo tiene mucha más información de la que nos interesa para este estudio que la reflejada en la parte eminentemente municipal. En la primera mencionada hay dispuesta una serie de directorios para establecimientos de hostelería y para empresas de servicios que pueden interesar al visitante. Igualmente hay destacadas las asociaciones que funcionan en el municipio con vínculo para la redirección a su propia página. Merece un destacado el listado de comercios, convenientemente cuidado por su división en sectores dispuestos y ordenados alfabéticamente; cada una de las unidades aporta sus datos identificativos, incluido un vínculo a su página web propia y/o su dirección de correo electrónico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

258. AYUNTAMIENTO DE RUTE (www.rute.org) EN CÓRDOBA. (Consulta realizada el 20 de agosto del 2010)

Página elaborada en octubre del 2003 y, desde entonces, no se ha modificado ya que toda la información que mantiene es de carácter intemporal. Durante esos casi siete años que lleva abierta al público ha recibido, según se especifica, 93.602 visitas, lo que supone una media diaria de 38 usuarios, una cifra baja teniendo en cuenta que la población total es de más de 10.500 habitantes y que, como ocurre con cualquier acontecimiento novedoso, la mayoría de las consultas se concentraría en los primeros meses. Combina el texto con la imagen fija y en movimiento a través de vídeos que muestran las características del municipio.

- A. No existe posibilidad para la administración en línea, ni tan siquiera para la descarga de documentos. Sí facilita la búsqueda de contrataciones pero no se pueden incluir en este estudio como recurso de nuestro análisis. No se ha obtenido respuesta ni de la dirección de correo expuesta en el inicio de la página (situada en un tipo de carácter gráfico mínimo) ni del formulario para *Buzón de sugerencias*. Estos aspectos, unidos a la carencia de opciones participativas, limita la interactividad al nivel I de Transmisión.
- B. Existe un buscador de empresas pero, en el momento de la consulta, carece de efectividad. No hay espacio para las asociaciones ni para entidades dedicadas al turismo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

259. AYUNTAMIENTO DE CALONGE (www.ajcalonge.org) EN GERONA.
(Consulta realizada el 23 de agosto del 2010)

La totalidad de la página puede ser traducida desde el catalán al castellano y la parte dedicada al turismo añade otros dos idiomas: inglés y francés. Toda la información es intemporal ya que secciones como la de *Noticias*, que requieren un mantenimiento periódico”, carece de contenido. La sección de *Turismo* se abre en un enlace aparte, aunque sigue siendo dependiente de la administración municipal.

- A. El nivel de interactividad es de un básico II de Consulta con la posibilidad de tramitación burocrática a través del proyecto ya mencionado en anteriores municipios catalanes denominado *E-Tram*, que ofrece la descarga de documentos o el envío telemático de los mismos a través de un certificado digital. La dirección de correo electrónico que se aporta en la página carece de efectividad y no existen más recursos para la interacción.
- B. Como el apartado de noticias, la sección dedicada a *Asociaciones* está inutilizada en la fecha de consulta. Sí que dedican un gran espacio a los alojamientos turísticos y otros servicios referentes a este sector, pero no hay lugar para el resto de empresas ni para la promoción de sus ofertas laborales.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

260. AYUNTAMIENTO DE FUENTE PALMERA (www.fuentepalmera.mancomunidadvega.dnsalias.net) EN CÓRDOBA. (Consulta realizada el 24 de agosto del 2010)

Con un dominio tan extenso y difícil de memorizar, da pie a pensar a priori que la página municipal no obtiene los resultados deseados. Hay una web privada de este municipio que sí tiene mejor respuesta. La del Ayuntamiento, la que nos interesa para este estudio, comenzó su andadura en el año 2002 y algunas de sus secciones se han quedado obsoletas o con errores técnicos que resulta imposible abrirlas actualmente.

- A. El nivel de interactividad se limita al I de Transmisión ya que uno de los apartados que carece de funcionamiento es el formulario para sugerencias, y no existe una dirección añadida de correo electrónico. Otros vínculos de los que no se obtienen resultados son: la administración en línea y un foro que no ha tenido respuesta exitosa por la escasa o prácticamente nula participación de los usuarios.
- B. Existe un directorio de asociaciones que se adjunta a las direcciones de interés. Las entidades sociales solo pueden incluir datos domiciliarios y telefónicos. No dispone de más listados dedicados a la promoción empresarial y económica del municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

261. AYUNTAMIENTO DE JACA (www.jaca.es) EN HUESCA. (Consulta realizada el 25 de agosto del 2010)

Correctamente actualizada, con una adecuada estructura y llena de contenido que, no obstante, es de fácil búsqueda para el usuario. El texto es traducible desde el castellano al inglés o al francés ya que, no hay que olvidar, es uno de los municipios españoles más atractivos para los amantes de los deportes de la nieve, con una proyección internacional que se demuestra con su repetida candidatura como sede de las Olimpiadas de invierno. Por supuesto, este rasgo no pasa desapercibido en la web y de hecho una gran parte de su contenido está dedicada al visitante.

- A.** El nivel de interactividad alcanza el III Conversacional con varios recursos que detallamos: Una E-Administración que, no obstante, solo posibilita descarga de documentos para su posterior presentación física en el Ayuntamiento; una dirección de correo electrónico y un formulario de sugerencias adjuntado al saluda del alcalde que sí tienen efectividad. A ello se añade un libro de visitas empleado frecuentemente por los internautas y una opción que, si bien la hemos visto en otros municipios de similares características, aporta un matiz de originalidad. Se trata de la posibilidad de enviar a otros usuarios de Internet fotografías que se incluyen en la página a modo de postales del municipio, hecho que, por una parte, ofrece la posibilidad al visitante de interactuar en la página; y, por otra, facilita la captación de otros nuevos.
- B.** Existe un directorio para las asociaciones que, aparte de indicar su datos de identidad, tienen un vínculo que enlaza con su propia página, su blog o con un sencillo enlace en el cual, cada entidad explica sus propias características, objetivos y actividades. Al ser una ciudad con un foco tan amplio de turismo, las empresas dedicadas a este sector ocupan también un lugar destacado en la web; pero no el resto de establecimientos e industrias económicas que funcionan en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	SI
Otros	NO
TOTAL(%)	4 (50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

263. AYUNTAMIENTO DE ARNEDO (www.arnedo.com) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 27 de agosto del 2010)

Una de las características más destacables es la gran cantidad de información temporal que se ofrece en todos sus contenidos, tanto en formato de noticias periodistas, así como últimas novedades de la administración y acontecimientos descritos en agenda; todos ellos correctamente actualizados y con una frecuente periodicidad. La industria del calzado es la principal fuente económica de este municipio y ello también se señala en esta página que, por otra parte, hay que señalar, su estructura es sencilla pero adecuadamente ordenada que facilita la búsqueda del usuario.

- A. El nivel de interactividad es un sencillo II de Consulta con una tramitación en la que únicamente ofrece la posibilidad de descarga de documentos para su posterior entrega personal en el Ayuntamiento. El formulario de correo electrónico que, como el municipio barcelonés anteriormente analizado, se adjunta al *Saluda del alcalde* carece de efectividad, y no se han encontrado otros recursos para la participación ciudadana incluidos en la propia web municipal. No obstante y aunque no lo exponamos en nuestro estudio, existen varios vínculos para distintas redes sociales en las cuales está inscrito este Ayuntamiento.
- B. Propone un listado destinado a los establecimientos turísticos, pero no para la promoción de otras empresas, a pesar de que, como hemos mencionado, se destaca mucho el rasgo económico de esta localidad, dedicada fundamentalmente a la industria del calzado. Las entidades sociales tampoco tienen espacio para su promoción.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

265. AYUNTAMIENTO DE TEULADA (www.teulada-moraiga.org) EN ALICANTE.
(Consulta realizada el 31 de agosto del 2010)

Con posibilidad de traducción a varios idiomas: castellano, valenciano, inglés, francés y alemán. Ofrece información actualizada en la página de inicio, aunque en otras secciones el contenido está totalmente desfasado, por ejemplo, en la agenda, con acontecimientos anunciados en octubre del 2008. Está convenientemente organizada aunque se evidencia una ausencia: un apartado dedicado íntegramente al municipio.

- A.** El nivel de interactividad es el II de Consulta, con una E-Administración cuyo acceso es solo posible con la obtención de un certificado digital que facilita el gobierno autonómico valenciano. El correo que se ha enviado al alcalde, así como el formulario de sugerencias sí que son efectivos tras recibir respuesta a nuestro requerimiento. No existen otros recursos de participación.
- B.** En el apartado dedicado especialmente a turismo hay diversos directorios referidos a cada una de las especialidades que componen este tipo de servicios: restaurantes, alojamientos y otros establecimientos; cada uno de ellos puede incluir sus características, sumando una dirección de correo electrónico y/o un vínculo para su página web propia. Existe una sección exclusiva para estas empresas, así como para el resto de entidades económicas y para el tejido asociativo.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

267. AYUNTAMIENTO DE ATARFE (www.ciudadatarfe.com) EN GRANADA
(Consulta realizada el 1 de septiembre del 2010)

La web ofrece una imagen de un municipio en continuo movimiento con numerosas actividades organizadas por el Ayuntamiento y destinadas a usuarios de cualquier edad. La información administrativa queda relegada a un segundo plano en la página de inicio, aunque notablemente ordenada en función de las diferentes áreas municipales. Todos los contenidos se regulan periódica y frecuentemente.

- A. El nivel de interactividad se queda en un II de Consulta con una E-Administración básica pero que llega incluso a otras ramas menos habituales, al menos hasta ahora, como es la posibilidad del usuario de inscribirse on line en alguna de las actividades propuestas (juveniles, deportivas, de ocio, etc.) El formulario de correo sí resulta efectivo tras obtener respuesta; sin embargo, no se encuentran otros recursos para la participación del internauta.
- B. No se ha hallado directorio alguno que pueda interesar a este análisis. A pesar del movimiento y la gran cantidad de iniciativas plasmadas en la web, no se dedica espacio al tejido asociativo. Tampoco se ocupa del plano económico local, ni con la promoción de bolsas de trabajo, ni con listados de empresas que puedan generar estos empleos.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

268. AYUNTAMIENTO DE LAS CABEZAS DE SAN JUAN (www.lascabezasdesanjuan.es) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 3 de septiembre del 2010)

Caso peculiar de los hasta ahora encontrados ya que, si bien la información de esta página está convenientemente actualizada; su funcionamiento es pésimo y algunas de las secciones, o están vacías de contenido o generan errores al intentar vincularse con ellas. Esta situación, al ser tan excepcional, nos ha hecho consultar la página en varios días distintos (3, 5, 10 y 15 de septiembre del 2010) pero en todos ellos se producía la misma situación e idénticos problemas.

- A. Con estos precedentes, es fácil intuir que la interactividad se limita al I de Transmisión como efectivamente así es. No se ha encontrado ni una sola dirección de correo electrónico y uno de los vínculos que genera error es el de la posibilidad de tramitaciones en línea.
- B. No encontramos ningún directorio para empresas (aunque hay un vínculo para el tejido económico, pero está vacío), ni tampoco para el tejido social. Una página que requiere, en definitiva, una importante reforma para que se adecue a las necesidades de una población que supera los 16.000 habitantes.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

269. AYUNTAMIENTO DE CARTAYA (www.ayto-cartaya.es) EN HUELVA.
(Consulta realizada el 3 de septiembre del 2010)

Ordenada y correctamente estructurada, aunque se echa en falta información del municipio que queda muy relegada a la generada por el Ayuntamiento. Las noticias están actualizadas y con una periodicidad corta que son renovadas prácticamente a diario, principalmente por eventos organizados por las diferentes administraciones municipales.

- A. Se constata una E-Administración con la presentación física o telemática de documentos y que alza a esta página a un nivel II de Consulta. Además, las dos direcciones de correo electrónico halladas en la página sí aportan respuesta al usuario; pero no se han encontrado más formas de participación.
- B. La preeminencia que se da a la información administrativa trae consigo, entre otras consecuencias, que las asociaciones no tengan su espacio. Lo mismo ocurre con la red empresarial y la posibilidad de generación de empleo que pueda aportar.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

270. AYUNTAMIENTO DE CALLOSA DE SEGURA (www.callosadesequera.es) EN ALICANTE. (Consulta realizada el 6 de septiembre del 2010)

La información está actualizada y dispone de un orden que facilita la búsqueda del usuario con una igualdad en los porcentajes de contenido que inciden en el municipio y los originados en el propio Ayuntamiento, sin una preeminencia de uno sobre otro. Además hay una buena parte, principalmente en la página de inicio, para enlaces extra-municipales, como son los referidos a la administración provincial o a medios de comunicación que, por diversas circunstancias, se han referido en algún momento a esta localidad.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta con la posibilidad de que el usuario descargue los formularios para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. Sí se ha obtenido respuesta del formulario de correo, pero no hemos encontrado otro elemento que induzca a la participación.
- B. Existe una guía comercial muy completa y ordenada por secciones en la que cada establecimiento puede incluir, además de sus datos identificativos tradicionales, los referidos a la Red, como es un correo electrónico y/o un dominio de web, con vínculo directo en ambos casos desde la página municipal. Pero para la promoción de su propio empleo o para el tejido social no existe espacio en esta web.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (12.5%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

271. AYUNTAMIENTO DE NIGRAN (www.nigran.org) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 6 de septiembre del 2010)

Escrita solamente en gallego y sin posibilidad de traducción a otros idiomas, a pesar de que uno de los objetivos de su política municipal, como se indica en la web, es la promoción turística de la vía portuguesa del Camino de Santiago y que pasa por este municipio. Las noticias están moderadamente actualizadas ya que aunque hay un mantenimiento con una periodicidad regular, reflejan acontecimientos de hace un mes. La práctica totalidad del contenido de esta web está relacionado directamente con la administración local.

- A. No encontramos ninguna invitación a la participación ciudadana, por lo que debemos situarnos en este caso en un nivel I de Transmisión. No hemos recibido respuesta al envío que se realizó a la dirección de correo consignada en la página y no existe fórmulas para la administración en línea que pudieran alzar el nivel de interactividad de esta página.
- B. No se ha dejado espacio para las entidades ciudadanas que puedan funcionar en el municipio ni para la promoción económica, ni de las empresas ni de las ofertas de trabajo que éstas puedan generar. Hay una bolsa de empleo en una sección principal pero únicamente es propuesta por el Concello o Ayuntamiento.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

272. AYUNTAMIENTO DE TOLOSA (www.tolosakoudala.net) EN GUIPÚZCOA.
(Consulta realizada el 7 de septiembre del 2010)

Página que puede ser traducida desde el euskera al inglés y al castellano. La práctica totalidad de la información se refiere a la administración municipal y destaca en los laterales de la página de inicio una serie de vínculos referidos a las actividades y novedades organizadas y propuestas por el Ayuntamiento. El orden es correcto y la información convenientemente actualizada.

- A.** Dispone de los dos recursos esenciales para alcanzar un nivel II de Consulta con una E-Administración que, aunque es básica, proporciona información detallada al usuario de cuáles son los pasos que debe seguir para la tramitación de un documento. Además, cuenta con una dirección de correo electrónico cuya respuesta es rápida, tal y como hemos podido comprobar tras el envío que hemos realizado. No existen otras fórmulas de participación ciudadana.
- B.** La web dispone de una sección denominada *Para el visitante* en la que se ofrecen, en sencillas clasificaciones, los recursos que existen en el municipio para alojarse o comer. Cada uno de los establecimientos reseñados puede indicar, además de los datos identificativos tradicionales, un correo electrónico para reservas y/o la dirección de su propia página web si dispone de ella. No se han encontrado espacios propios para las entidades ciudadanas ni para el resto de empresas que pueden funcionar en la localidad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

273. AYUNTAMIENTO DE BENICASSIM (www.benicassim.org) EN CASTELLÓN.
(Consulta realizada el 7 de septiembre del 2010)

Con una cuidada ordenación y una estructura que diferencia claramente la parte turística del resto, la página de Benicassim destaca por un gran contenido de información en el que divide en tres a los distintos sectores de población en función de sus necesidades. De esta forma, los vínculos principales se denominan: *Para el Ciudadano*, *Para el Empresario* y *Para el Visitante*. Igualmente hay que reseñar la posibilidad de traducción desde el valenciano al castellano y su correcta actualización en todas sus secciones.

- A.** La E-Administración está muy completa y bien tratada dependiendo de los trámites que sean necesarios para cada sector de la población antes aludidos. Además es posible la tramitación de gestiones por los dos medios habituales, o bien a través de la descarga de formularios para su posterior presentación personal, o bien por medio del certificado digital que evita los desplazamientos del usuario. Dispone de una serie de direcciones de correo de las cuales sí se ha recibido respuesta. No existen otros canales de participación, por lo que se limita a un nivel de interactividad II de Consulta.
- B.** La correcta ordenación alcanza también los distintos directorios englobados fundamentalmente en la sección denominada 'Para el Visitante'. En ella nos encontramos los listados de todas las empresas y establecimientos que pueden ordenarse alfabéticamente o en función de los sectores a los que se dedica cada unidad; de esta forma se pueden distinguir aquellos referentes al turismo, una de las principales bazas económicas de este municipio. Las asociaciones tienen también un espacio destacado en el que pueden incluir, dentro de esta página municipal, sus características, identidad y/o vínculos con correos electrónicos o con sus propias web propias.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

274. AYUNTAMIENTO DE VILASSAR DE MAR (www.villassardemar.cat) EN BARCELONA. (Consulta realizada el 7 de septiembre del 2010)

Página convenientemente actualizada y con una periodicidad corta entre una información y otra. Ofrece la posibilidad de convertir la página a diversos idiomas pero a través del traductor de Google. Una gran parte del contenido está dedicada a la información municipal, la eminentemente administrativa, e incluso algunas secciones ajenas a este contenido se vinculan o están incluidas en alguno de los apartados de información pública.

- A.** La interactividad alcanza un nivel III Conversacional con una administración on line que, dependiendo de la tramitación que el usuario deba hacer, podrá llevarla a cabo, o bien a través de una descarga de documentos, o bien a través de la iniciativa catalana *E-Tram*. Dispone de un formulario de correo en la propia página y de una dirección electrónica, de las cuales, hemos obtenido respuesta. Por otra parte, se ha encontrado un tablón de anuncios para que el usuario pueda exponer, con destino a otros ciudadanos, sus propuestas de ventas o compras. Esta sección, como la de empresas y ofertas de empleo, se encuentra en un vínculo utilizado por otros cuatro municipios de la comarca. Sin embargo y, aunque no sea exclusivo de Villassar de Mar, debemos incluirlo como recurso de interactividad ya que es realmente efectivo y es frecuentemente utilizado por los vecinos de esta localidad. Además este enlace solo puede ser abierto a través de la propia web municipal.
- B.** Dispone de un directorio para entidades y asociaciones incluidas en una sección más grande denominada *Municipio* y otra para los establecimientos de hostelería dedicados fundamentalmente a la captación de visitantes al municipio. El resto de empresas se encuentran en el proyecto mancomunado citado anteriormente, así como las ofertas de trabajo que estas entidades empresariales buscan y proponen.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	3 (37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4 (100%)

* Tablón de anuncios

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

275. AYUNTAMIENTO DE MOGUER (www.aytomoguer.es) EN HUELVA.
(Consulta realizada el 8 de septiembre del 2010)

La característica más peculiar de esta web se encuentra en sus dimensiones, no llega ni a un tercio de la capacidad que podría tener y no existe posibilidad de ampliarla. La información está correctamente actualizada y las secciones son escuetas y fáciles de encontrar. En su contenido destaca las referencias al Premio Nobel de Literatura Juan Ramón Jiménez, ya que se trata de su localidad natal.

- A. A pesar de registrar una población que roza ya los 20.000 habitantes, nos encontramos con un nivel de interactividad que se limita al I de Transmisión con una serie de direcciones de correo que no ofrecen respuesta al usuario en el mejor de los casos y en otros adolecen de errores técnicos. No existe ninguna posibilidad para la tramitación on line y tampoco hay otras formas de participación.
- B. La atracción cultural-turística que aporta la figura de Juan Ramón Jiménez tiene su reflejo en el listado de alojamientos localizados en Moguer. Sin embargo, no hay espacios para otras empresas y sus promociones laborales, ni para las entidades y colectivos sociales.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

276. AYUNTAMIENTO DE MARCHENA (www.marchena.es) EN SEVILLA.
(Consulta realizada el 9 de septiembre del 2010)

De reciente creación, según se indica, en el 2009. La página adolece de algunas cuestiones puntuales referidas fundamentalmente al Ayuntamiento y a su propia administración. Aunque está actualizada, la periodicidad de las noticias es mayor de lo que sería deseable para un municipio que en breve alcanzará el techo de los 20.000 habitantes.

- A.** La peculiaridad de su interactividad es lo más destacable ya que, aunque alcanza el nivel III Conversacional al disponer de foro y encuestas, no dispone de un correo electrónico y únicamente se limita a ofrecer una dirección postal y un número telefónico para contactar con el Ayuntamiento. En la fecha que fue analizada la página, la sección de tramitaciones en línea estaba aún en construcción por lo que no podemos darlo por válido para nuestro estudio.
- B.** Tampoco se encuentran directorios para la promoción social ni empresarial, ni para que el sector económico pueda fomentar el empleo a través de bolsas de trabajo propias.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	SI
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

278. AYUNTAMIENTO DE TORRELODONES (www.ayto.torrelozones.org) EN MADRID. (Consulta realizada el 10 de septiembre del 2010)

Un diseño complicado con una cabecera demasiado ancha que deja poco espacio para la búsqueda en cada uno de sus vínculos. Las informaciones están actualizadas y la mayoría se refieren al funcionamiento administrativo del Ayuntamiento.

A. La interactividad se engloba en el Nivel II de Consulta con una tramitación burocrática en línea que requiere el registro del usuario para poder llevar a cabo las gestiones necesarias y requeridas. No se ha hallado en ninguna parte una dirección de correo electrónico del Ayuntamiento para la emisión de sugerencias o consultas por parte del ciudadano. Tampoco existen otros recursos participativos.

B. Dispone de un listado de las asociaciones a las cuales se las permite incluir una dirección de correo electrónico y/o un vínculo hacia su propia web desde la página municipal. El tejido empresarial no tiene su espacio en ninguno de los sectores ni tampoco para la difusión de bolsas de trabajo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

279. AYUNTAMIENTO DE TOMARES (www.tomares.es) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 10 de septiembre del 2010)

Diseño que recuerda a la maquetación de un periódico impreso con una cabecera similar a la de un diario y una disposición de noticias con una estructura similar: titular, texto e imagen. La diferencia la encontramos en el margen derecho de la página de inicio con los vínculos más importantes, entre los que se puede localizar enlaces para otros medios de comunicación que funcionan en el municipio: televisión, radio y boletín municipal. La información está plenamente actualizada en todos sus ámbitos.

- A.** El nivel de interactividad alcanza el III Conversacional, con una E-Administración que posibilita únicamente la descarga de documentos para su posterior presentación física en el Ayuntamiento. Se ha obtenido respuesta de la única dirección de correo electrónico que hay expuesta, correspondiente a la alcaldía de Tomares. Además, se ha encontrado recursos alternativos de participación: encuestas propuestas por el Ayuntamiento y, por otra parte, una sección de opinión ciudadana que se plasma a través de un vídeo con entrevistas a los vecinos.
- B.** No se han localizado directorios ajenos a la administración municipal, ni referentes al tejido empresarial ni a la red social, a pesar de encontrarse una sección sobre economía y empleo y otra sobre participación ciudadana.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	4 (50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

* Entrevistas

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

280. AYUNTAMIENTO DE CAMBRE (www.cambre.org) EN LA CORUÑA.
(Consulta realizada el 13 de septiembre del 2010)

Con posibilidad de traducción al gallego y al castellano, la información está actualizada aunque adolece de noticias referidas a acontecimientos que se produzcan a diario en un concello como el de Cambre, integrado por varias parroquias que suman más de 23.000 habitantes. La estructura es correcta con cuatro secciones destacadas: la referida al propio concello, información del Ayuntamiento, noticias en las que se incluye la agenda de eventos, y otros enlaces que puedan interesar a la ciudadanía.

- A.** Como está siendo la línea habitual de las páginas web municipales, el nivel de interactividad se queda en el II de Consulta con una E-Administración que posibilita solamente la descarga de documentos para su posterior presentación personal en el Ayuntamiento, y varias direcciones de correo electrónico, de las cuales elegimos tres (la genérica, alcaldía y secretaría) para la emisión de nuestra solicitud de información. En los tres casos obtuvimos respuesta. No existen otros vínculos participativos.
- B.** En la sección dedicada al municipio y, a su vez, incluidos en la propia agenda, encontramos sendos directorios para alojamientos y servicios de restauración que pueden ser de utilidad para el turista. En ambos casos únicamente pueden reflejar su dirección postal y su número de teléfono. El resto de empresas no tienen espacio en esta página, ni tampoco la posible red social que funcione en el concello.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2 (25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

281. AYUNTAMIENTO DE ICOD DE LOS VINOS (www.icoddelosvinos.com) EN TENERIFE. (Consulta realizada el 13 de septiembre del 2010)

La actualización es correcta en todas sus secciones, tanto en la información referente al municipio y la agenda como en el contenido puramente administrativo. Existe una gran cantidad de enlaces ajenos al propio municipio y se ofrece un alto porcentaje de contenido sobre las excelencias enológicas de la zona.

- A.** Únicamente podemos clasificar a esta página en el nivel I de Transmisión ya que no se localiza ni una sola dirección de correo electrónico para remitir sugerencias o quejas al Ayuntamiento. La única forma que ofrece para contactar es por vía telefónica. Hay un vínculo para la solicitud del DNI electrónico, pero no resulta útil en esta página ya que no hallamos ningún recurso para la gestión de trámites en línea que pertenezcan exclusivamente a la administración municipal. No existen otros recursos y la información es totalmente unilateral por parte del Ayuntamiento.
- B.** Existe un vínculo en el apartado de *Enlaces* donde se especifican las asociaciones que funcionan el municipio pero su información se combina con la de otros aspectos relevantes y lugares de interés del municipio. No hay posibilidad de promoción económica, ni con listados de empresas ni con bolsas de trabajo que puedan potenciar la relación entre unidades industriales o comerciales y el ciudadano.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0 (0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

282. AYUNTAMIENTO DE ALMANSA (www.almansa.es) EN ALBACETE.
(Consulta realizada el 14 de septiembre del 2010)

La actualización de las informaciones no llega a todos los espacios. Sí se llevan a cabo labores de mantenimiento en la agenda y en actuaciones públicas; pero las noticias relacionadas con la propia localidad tienen un año de atraso, siendo además uno de los contenidos centrales de la página de inicio. Dedicar gran espacio a la promoción industrial y algunos enlaces están relacionados con administraciones extra municipales.

- A. El nivel de interactividad se limita a un II de Consulta gracias a una serie de documentos para la tramitación que pueden ser descargables, pero no se ha encontrado ni una sola dirección de correo electrónico y la única conexión entre el gobierno municipal y el ciudadano es a través de la petición de éste último de una cita previa por teléfono o personalmente. No hay tampoco otros elementos de participación vecinal.
- B. Existe un directorio para el empleo privado al cual es posible acceder a través de una previa inscripción, lo mismo ocurre para conocer las empresas que funcionan en el municipio. En la sección de turismo sí que hay un listado para los establecimientos turísticos a los que el usuario puede acceder sin restricción alguna; aunque solo incluye cada una de estas unidades sus datos de identificación tradicionales (dirección postal y teléfono) sin posibilidad de vincularlas a un correo electrónico y/o a su propia web. No hay espacio para el tejido social que pueda funcionar en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS II	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	SI
TOTAL (%)	3 (75%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

283. AYUNTAMIENTO DE VILLAVICIOSA DE ODÓN (www.aytovillaviciosadeodon.es) EN MADRID. (Consulta realizada el 14 de septiembre del 2010)

En este caso, sí está correctamente actualizada en todas sus secciones, incluida la descarga de la publicación impresa municipal. El mayor porcentaje de la información corresponde a la gestión y administración política y municipal, incluidas las diversas galerías de imágenes que se presentan y que corresponden a actos en los que ha participado el alcalde o alguno de sus concejales. Dispone, por otra parte, de un enlace dedicado a la promoción turística.

A. Igual que en la página de Almansa, no encontramos una dirección de correo electrónico del Ayuntamiento en la que el ciudadano pueda exponer sus quejas, demandas, sugerencias o dudas. Sí que se ofrecen diversos documentos para descargar en la E-Administración que, o bien pueden ser entregados personalmente por el contribuyente, o bien se ofrece la posibilidad de tramitarlos on line a través de la firma digital. Es el único elemento participativo por lo que, de nuevo, nos encontramos con un nivel II de Consulta en cuanto a interactividad se refiere.

B. Existe un directorio para los comercios y establecimientos de la localidad previa inscripción del propietario o gestor, también hay un apartado especial en la sección turística para alojamientos y áreas de restauración. No se han encontrado promociones de empleo ni directorios o espacios para la red asociativa.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1 (12.5%)

RECURSOS II	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

284. AYUNTAMIENTO DE CORIA DEL RIO (www.ayto-coriadelrio.es) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 15 de septiembre del 2010)

Esta página está pensada fundamentalmente para aportar información municipal a los ciudadanos. Existen algunas secciones destinadas al municipio, pero se prioriza todo aquello relacionado con las áreas del Ayuntamiento. En su página de inicio destacan las noticias de actualidad, con un adecuado mantenimiento que refleja la tarea diaria que se realiza en la página. Por otra parte, introduce algunas novedades como la inclusión de vídeos en formato de reportaje relativos a la información municipal.

A. El nivel de interactividad es III Conversacional que se evidencia con los recursos: En un primer paso, dispone de un correo electrónico, a través de un formulario al que se puede acceder por medio de un vínculo denominado “Contacto”; además, existe una E-Administración con formularios en pdf que, previo registro, pueden tramitarse vía on line.

Como segundo paso y centrándose ya en la interactividad conversacional, se encuentra un enlace para encuestas, cuyos resultados pueden ser consultados, una vez que se ha enviado el voto. Sin embargo, su funcionamiento es deficiente ya que un mismo usuario con un mismo ordenador puede emitir su voto tantas veces como quiera, por lo que los resultados no son veraces.

Se encuentra en esta misma página una sección en la que el usuario puede publicar sus fotografías referidas al municipio, aunque éstas son remitidas previamente al Ayuntamiento que actúa como mediador y filtro; es decir, el usuario no las puede cargar directamente en la página.

B. En cuanto a otros recursos para la participación, la página de Coria del Río dispone de un directorio de empresas que posibilita a éstas la inclusión de sus datos, tanto postales y telefónicos como telemáticos (página web y correo electrónico propios). Para facilitar la búsqueda se clasifican por actividades. Igualmente encontramos una segunda guía para las asociaciones y entidades, ordenadas en este caso alfabéticamente: Aunque todas ellas tienen un vínculo, no consta en ninguna de ellas otros datos que no sea el nombre y el fin para el que se han creado (solidarias, religiosas, vecinales, culturales, deportivas, etc.).

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	4(50%)

RECURSOS II	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

286. AYUNTAMIENTO DE TOTANA (www.totana.es) EN MURCIA. (Consulta realizada el 16 de septiembre del 2010)

Con posibilidad de su traducción del castellano al inglés, la página de Totana tiene una notable cantidad de información en su inicio con sus correspondientes vínculos. Un gran porcentaje corresponde a la información de la gestión municipal y, en menor medida, hallamos la relacionada con el municipio y la procedente de otras administraciones. Todo el contenido esta convenientemente actualizado.

- A. Hay dos vías para la emisión de sugerencias o quejas, pero no hemos obtenido respuesta por ninguna de ellas. En el momento de la consulta, la E-Administración estaba afectada por labores de mantenimiento, aunque sí se puede tramitar el certificado digital, por lo que sí podemos concluir que este recurso existe. Además, la página dispone de un foro para la entrada de opiniones de los ciudadanos que previamente son revisadas por un moderador. Este recurso aporta a la página un nivel III Conversacional.
- B. No encontramos ningún directorio que pueda implicar a colectivos sociales o económicos en la elaboración de la página. Tampoco hay promoción turística para los establecimientos que trabajan en dicho ramo.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

5.10. Municipios de 30.001 a 50.000 habitantes

287. AYUNTAMIENTO DE REDONDELA (www.redondela.es) EN PONTEVEDRA.
(Consulta realizada el 17 de septiembre del 2010)

Con posibilidad de traducción desde el gallego al castellano, la página de Redondela está adecuadamente estructurada para facilitar la búsqueda al usuario, siendo las secciones más importantes las dedicadas al Ayuntamiento, por una parte, y al propio concello, por otra. Las noticias y la información municipal están correctamente actualizadas, así como la agenda de eventos. Todo ello se completa con una serie de servicios para el usuario y enlaces con contenido intemporal.

- A.** Cada uno de los departamentos municipales dispone de una dirección de correo electrónico y, tras una abultada selección de alguno de ellos, no hemos obtenido respuesta a nuestra petición. Sí que dispone de una serie de documentos para su descarga y posterior presentación física en el Ayuntamiento. Para conseguir el nivel III Conversacional que esta web alcanza, propone un recurso ya visto en otros municipios como el guipuzcoano de Altzo y el madrileño de Soto del Real, denominado *Compartir coche* y que es utilizado para poner en contacto directo a los propios usuarios de la página.
- B.** Existe un directorio en formato pdf para el tejido social. Igualmente hay un vínculo para la red industrial facilitada por la asociación de empresarios de la localidad. Ocupa un espacio destacado los servicios dedicados al turismo, que proporcionan cada uno de ellos un vínculo hacia su página web y/o su dirección de correo electrónico.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	3(75%)

* Compartir coche

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

288. AYUNTAMIENTO DE ALAQUÀS (www.alaquas.org) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 18 de septiembre del 2010)

A primera vista y en la página de inicio se observa una ingente cantidad de información que dificulta la búsqueda y, aunque está bien estructurada, el espacio es pequeño para tanto contenido. Además de la información de actualidad, agenda y contenido municipal (todo ello convenientemente actualizado), ofrece varios enlaces a numerosos eventos extramunicipales o propios de la localidad completados con otros vínculos de los que ya hablaremos en los siguientes puntos. Por último, hay que destacar la posibilidad de traducción de algunos contenidos desde el valenciano al castellano.

- A.** Entre los puntos antes citados, encontramos vínculos a varias redes sociales como Facebook, o un blog realizado por la alcaldesa. También se exponen vídeos y que pueden ser extraídos del sobradamente conocido Youtube. Sin embargo, no podemos darlo por válido en nuestro estudio ya que no están relacionados directamente con la página municipal. Dispone de varias direcciones de correo electrónico y de un modelo formulario, pero no hemos encontrado respuesta por ninguna de las dos vías. Sí que existe un apartado para la E-Administración que o bien, posibilita la descarga de documentos, o bien se puede llevar a cabo la tramitación on line a través del modelo que ha sido gestionado por la diputación de Valencia y que es aplicado a este Ayuntamiento. En consecuencia, el nivel es un básico II de Consulta en cuanto a interactividad se refiere.
- B.** A pesar de la ingente cantidad de información, no se han encontrado directorios para la red social ni para el tejido empresarial, ni un listado de unidades económicas ni para una bolsa de empleo. Tampoco hay nada destinado a los recursos y servicios turísticos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

289. AYUNTAMIENTO DE AZUQUECA DE HENARES (www.azuqueca.es) EN GUADALAJARA. (Consulta realizada el 20 de septiembre del 2010)

La información está adecuadamente estructurada en grandes secciones y todo el contenido actualizado. Aunque predomina el texto sobre la imagen, es de fácil lectura y las entradas a vínculos son rápidas y progresivas.

- A. Encontramos un formulario de contacto para las sugerencias de los vecinos pero no se ha obtenido respuesta. Dispone de una básica E-Administración con los documentos que habitualmente se gestionan, con descargables para su posterior presentación física en las oficinas municipales. No existen otros recursos participativos, por lo que también se limita a un II de Consulta.
- B. Contiene un directorio comercial adecuadamente dividido y clasificado por especialidades y que es posible gracias a la propia inscripción del propietario del negocio. Existe un vínculo para el empleo privado pero no tiene efectividad, por lo que no lo contamos para nuestro estudio. Las asociaciones no tienen espacio, ni tampoco los servicios turísticos.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

290. AYUNTAMIENTO DE DON BENITO (www.donbenito.es) EN BADAJOZ.
(Consulta realizada el 20 de septiembre del 2010)

La página no cuenta con ningún mantenimiento tal y como se comprueba en la sección de noticias y en la agenda cultural, ya que en ambos casos los eventos y acontecimientos más recientes datan de principios de agosto del 2010; una periodicidad demasiado larga si tenemos en cuenta que nos hallamos ante un municipio que supera con creces los 30.000 habitantes. Por otra parte, es imposible acceder a alguno de sus enlaces por diversos fallos técnicos. Su estructura y funcionamiento manifiesta una clara falta de mantenimiento.

- A.** Una de las secciones que genera error es precisamente el formulario de sugerencias. Pero sí hemos obtenido respuesta de la dirección de correo electrónico. Por otra parte, el apartado denominado *Ventanilla virtual* no da opción a poder llevar a cabo trámites en línea, y tampoco se han encontrado otros recursos participativos, por lo que esta web se limita a un básico nivel II de Consulta en cuanto a interactividad se refiere.
- B.** En la sección de turismo se localiza un listado sobre los establecimientos hoteleros a los que no se les posibilita acceso a sus páginas web y/o su correo electrónico. El resto de empresas, ni para su identidad ni para sus ofertas de empleo, tienen espacio alguno; tampoco existe para el tejido asociativo de la localidad.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0(0%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

291. AYUNTAMIENTO DE EL VENDRELL (www.elvendrell.net) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 21 de septiembre del 2010)

En este caso, sí que nos encontramos con una página actualizada en todas sus secciones, correctamente ordenadas y mantenidas tanto en los elementos técnicos como de contenido. Escrita en catalán, no hay posibilidad de traducción a otros idiomas, a excepción del enlace dedicado al turismo que ofrece la alternativa de convertir su contenido en lengua castellana, inglés, francés o alemán. Este apartado, como el resto de los que ofrece la web municipal, se abre como si fueran páginas complementarias que aportan una mayor amplitud de contenidos pero puede dificultar un tanto la navegación del usuario.

- A. El nivel de interactividad alcanza el III Conversacional. Para ello dispone de una E-Administración con documentos que, dependiendo de su naturaleza, o bien pueden ser presentados on line; o bien descargados y gestionados después personalmente en el consistorio. Dispone de dos tipos de formularios de correo para la presentación de sugerencias a cada una de las dependencias municipales; sin embargo, no hemos obtenido respuesta. Lo que sí se ha encontrado es un recurso de interacción que, a modo de encuesta, invita a la participación ciudadana.
- B. En turismo se han encontrado diversos listados de establecimientos relacionados con el sector, pero no se ofrece opción al resto de empresas que funcionan en la localidad, aunque sí se aporta una bolsa de trabajo privada en la sección dedicada al organismo responsable de empleo (*L'eina*). En cuanto al tejido social, tampoco se ofrece un espacio para su promoción.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	SI
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

292. AYUNTAMIENTO DE FIGUERES (www.figueres.cat) EN GERONA. (Consulta realizada el 22 de septiembre del 2010)

La página es únicamente legible en catalán a excepción de la sección de turismo que puede ser traducida al castellano, francés, inglés o alemán. La actualización es adecuada y gran parte de su contenido es referente a la información propia del municipio cuyos textos son acompañados por gran multiplicidad de imágenes fijas y vídeos.

- A. El índice de interactividad alcanza en este caso el III Conversacional con una cuidada Administración en línea, y con direcciones de correos electrónicos que sí son efectivas. Igualmente, hemos encontrado un foro con temas propuestos por el Ayuntamiento. Este recurso se localiza en el llamado *Portal d'entitats* (Portal de entidades) cuyo enlace lleva al usuario hasta otra página propia, pero que sigue siendo dependiente de la web municipal.
- B. En el apartado de turismo se ha encontrado una serie de directorios referentes a este sector convenientemente clasificados y cuyos establecimientos pueden plasmar su correo electrónico y/o su dominio de web. No se ha hallado espacio para el resto del tejido empresarial, pero sí que ocupan un lugar destacado las asociaciones, tal y como ya hemos mencionado en el anterior punto, con un enlace exclusivo que, recordemos, se ha denominado *Portal d'entitats*.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

293. AYUNTAMIENTO DE LANGREO (www.langreo.es). (Consulta realizada el 23 de septiembre del 2010)

Aún falta contenido para una página como la que ahora estamos analizando y que pretende englobar a una población que supera los 45.000 habitantes. Algunas de las carencias son básicas como ya veremos más adelante. No obstante, la estructura es de fácil búsqueda y la actualización es correcta. Aporta un enlace para su traducción al asturiano o bable, pero solo se ofrece para determinados vínculos.

- A. En el momento de la consulta, los formularios para tramitar en línea se encontraban en construcción. Sí hemos obtenido respuesta al correo electrónico que se ha enviado y sí que se ha hallado un recurso de fotografías que, como en el municipio de Jaca, invita a la participación del usuario y de otros a los que se puede poner en contacto a través de la iniciativa denominada *Envío de postales*. Este hecho conduce, a pesar del ‘salto’ que se da por encima de la consulta, al nivel III Conversacional de interactividad.
- B. Dispone, en el apartado de turismo, de un listado para los establecimientos del ramo. No hay vínculo para el resto del tejido económico y tampoco hemos encontrado posibilidades para que las asociaciones pudiesen promocionarse.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

294. AYUNTAMIENTO DE EIVISSA-IBIZA (www.eivissa.es) EN BALEARES.
(Consulta realizada el 23 de septiembre del 2010)

Con una estructura muy avanzada y un contenido bastante completo, la página de Eivissa es traducible desde el catalán al castellano en todas sus secciones. La información está correctamente actualizada y combina de una forma muy organizada los textos que en su inicio son, la mayoría de ellos, ilustrados con imágenes.

- A.** Encontramos un nivel de interactividad III Conversacional con una avanzada E-Administración que posibilita la tramitación a través del certificado digital o por mera inscripción del usuario. Sí hemos obtenido respuesta del formulario de correo. Existen, además, varios recursos bastantes avanzados de participación y que gozan de la implicación activa ciudadana. Uno de ellos es un foro con cuestiones que son, en principio, propuestas por los ciudadanos. La otra posibilidad la encontramos en los denominados *Cuadernos del Ciudadano* que ofrecen al usuario un modelo de blog cuyo contenido se refiera a la propia localidad y las medidas que, en su opinión, pudieran contribuir a su desarrollo. Una iniciativa que tiene varios precedentes en otras comunidades autónomas como Euskadi o Galicia pero que, en este caso, tiene una gran efectividad.
- B.** Como no podía ser de otra forma en una ciudad que acoge anualmente a una de las mayores cantidades de visitantes en España, el turismo ocupa una sección muy destacada con amplios directorios para los establecimientos dedicados a ello y convenientemente clasificados con la posibilidad, para cada uno, de incorporar su propio correo y/o página web.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N	RECURSOS B	S/N
Correo electrónico	SI	Emp. Turismo	SI
E-Administración	SI	Otras empresas	NO
Encuestas	NO	Asociaciones	NO
Foros	SI	Empleo	NO
Chats	NO	TOTAL (%)	1(25%)
Fotografías	SI		
Textos	NO		
Otros*	SI		
TOTAL(%)	4(50%)		

* Cuadernos Ciudadanos

5.11. Municipios de 50.001 a 100.000 habitantes

295. AYUNTAMIENTO DE UTRERA (www.utrera.org) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 24 de septiembre del 2010)

La página carece de una organización coherente que facilite la búsqueda al ciudadano. Determinadas secciones no corresponden con su contenido y algunas de ellas están faltas de información. No obstante, las noticias, así como los eventos organizados por el Ayuntamiento, están actualizados.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con una serie de tramitaciones que se pueden llevar a cabo, dependiendo de su naturaleza, o bien a través de certificado digital, o bien de forma directa en la propia web. No se ha obtenido respuesta del formulario de sugerencias que hay expuesto y, aunque hay una sección dedicada a *Encuestas* es una de las que carece de contenido, por lo que no podemos darlo por válido como recurso participativo.
- B.** No existe ningún directorio para empresas o para tejido asociativo, a pesar de que en este último punto hay un enlace destacado en el que se informa sobre el modo de constituir una entidad. Hay un vínculo para turismo pero no ofrece información sobre alojamientos u otros negocios dedicados al sector.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

296. AYUNTAMIENTO DE SIERO (www.ayto-siero.es) EN ASTURIAS. (Consulta realizada el 24 de septiembre del 2010)

Aunque el contenido podría ofrecer algo más de información de interés para el ciudadano, la web de Siero está correctamente actualizada y ordenada. Algunas de sus secciones, no obstante, están vacías o generan error, como ya comprobaremos en los siguientes puntos. Hay que destacar, por último, que existe la posibilidad de traducción al inglés o al bable.

- A. El nivel de interactividad se queda en el II de Consulta con una E-Administración que requiere la certificación digital. Del formulario de correo electrónico no hemos obtenido respuesta y no se encuentran otros recursos participativos.
- B. Uno de los enlaces que genera un error es el catálogo de empresas. Sí que existen directorios para entidades económicas relacionadas con el ámbito turístico. Las entidades ciudadanas y las bolsas de empleo privado no tienen espacio en esta página.

C. Recursos para Interactividad I

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

298. AYUNTAMIENTO DE PATERNA (www.ayto-paterna.es) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 27 de septiembre del 2010)

Desde el inicio, el usuario puede optar por traducirla al castellano o al valenciano. Está convenientemente actualizada y destacan tres secciones claves: *Ayuntamiento*, *Municipio* y *Servicios*; todas ellas con completas divisiones y correctamente organizadas que facilitan la búsqueda.

- A. Nos encontramos con un nivel III Conversacional, ya que, aparte de una E-Administración con descarga de determinados documentos para su presentación física o en línea a través del certificado digital, hallamos otros dos recursos participativos. El primero de ellos es un foro con gran actividad en el que los vecinos contestan a planteamientos sugeridos por el Ayuntamiento. La segunda vía es un chat pero en el momento de la consulta de la página se estaban llevando a cabo labores de mantenimiento, por lo que no podemos darlo por válido. Del correo electrónico y del formulario de sugerencias que hemos enviado no hemos recibido respuesta.
- B. Existe un ordenado directorio de asociaciones clasificadas en función del ámbito en el que trabajan. No hay listado de entidades económicas y, aunque se localiza una bolsa de trabajo privada, corresponde a la administración autonómica, por lo que no podemos darlo por válido al no ser un recurso exclusivamente municipal.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

299. AYUNTAMIENTO DE EL EJIDO (www.elejido.org) EN ALMERÍA. (Consulta realizada el 28 de septiembre del 2010)

Actualizada y con una estructura ordenada, la página de El Ejido está dedicada fundamentalmente a la información administrativa con una única sección dedicada al municipio y sus rasgos más sobresalientes. Todo ello es completado con enlaces ajenos a la localidad y correspondientes a otros organismos, principalmente autonómico y provincial.

- A. El nivel de interactividad es de un II de Consulta al disponer de una E-Administración que ofrece al contribuyente la posibilidad de realizar sus tramitaciones a través de un certificado digital. No se ha encontrado una dirección de correo electrónico y tampoco existen otros recursos para la participación ciudadana.
- B. Los únicos directorios que se encuentran están referidos al sector turístico. Ni el resto de empresas ni tampoco la red social tienen cobertura en esta página.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

5.12. Más de 100.000 habitantes

300. AYUNTAMIENTO DE REUS (www.reus.cat) EN TARRAGONA. (Consulta realizada el 28 de septiembre del 2010)

Centrada de modo prácticamente exclusivo en la administración municipal y con escaso espacio para el resto de la información municipal, la página de Reus solo puede ser leída en catalán a excepción de la sección de turismo que enlaza con el traductor del buscador Google para diferentes idiomas. La información está actualizada así como los acontecimientos incluidos en la agenda y las resoluciones adoptadas en el Ayuntamiento.

- A. Con esta premisa, la consecuencia directa es que el nivel de interactividad se queda en el II de Consulta con una completa administración on line pero con una dirección de correo con correcta efectividad para el envío por parte del ciudadano de quejas, sugerencias, peticiones o demanda de información. No hay más elementos participativos.
- B. No existe un espacio para la red social ni para el tejido empresarial, a excepción del dedicado al turismo que sí tiene sus correspondientes vínculos en el enlace dedicado a este sector.
- C. Recursos para Interactividad I

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

5.13. Capitales de provincias (por orden poblacional)

301. AYUNTAMIENTO DE TERUEL (www.teruel.net) EN TERUEL. (Consulta realizada el 29 de septiembre del 2010)

Página muy sencilla y con escaso contenido. Con una periodicidad demasiado larga de las noticias para una capital de provincia; la última data del 19 de agosto de 2010. Dispone de escasos recursos y algunos de ellos no se han actualizado desde su creación.

- A. El nivel de interactividad se limita a un básico II de Consulta ya que la E-Administración se encontraba en construcción en el momento de ser analizada, pero sí se ha obtenido respuesta desde el correo electrónico que se propone en la web. Existe un recurso para encuestas, aunque es uno de los que no se ha conservado actualizado desde su creación, por lo que en la actualidad no lo podemos considerar como una forma de participación ciudadana.
- B. En el apartado turístico hay un directorio para alojamientos que incluyen, cada uno de ellos, su propia web y/o su dirección de correo electrónico. El resto de recursos que incluimos en esta sección (otras empresas, ofertas de empleo privadas y tejido asociativo), no tienen espacio en esta página.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

302. AYUNTAMIENTO DE SORIA (www.ayto-soria.org) EN SORIA. (Consulta realizada el 29 de septiembre del 2010)

La actualización es correcta y su estructura con buena ordenación. El contenido es eminentemente administrativo, dejando escaso espacio a la información propia del municipio. La relacionada con el Ayuntamiento versa sobre todas las cuestiones: tanto del funcionamiento del propio consistorio, como de las actividades que se organizan en todas y cada una de sus delegaciones.

- A. La E-Administración está muy avanzada con varias tramitaciones que se pueden llevar a cabo a través de la web; aparte de las habituales (licencias de obras, empadronamiento...) se ofrecen diversas fórmulas para otras solicitudes como son becas, de libros, ayuda al dependiente o inscripciones en actividades. La mayoría de ellas se realiza a través de la certificación digital. Existe una destacada sección para quejas y formularios de la que sí se ha obtenido respuesta, pero no se han hallado otros recursos de participación, por lo que, de nuevo, nos hallamos ante un nivel II de Consulta.
- B. En el apartado de turismo encontramos una sección con todos los establecimientos relacionados con este sector. El resto de empresas no tienen espacio y lo mismo ocurre con el tejido social que funciona en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

303. AYUNTAMIENTO DE HUESCA (www.ayuntamientohuesca.es) EN HUESCA.
(Consulta realizada el 30 de septiembre del 2010)

Nos encontramos con una página muy completa de contenido en cuanto a información municipal se refiere, con secciones claramente definidas y que corresponden a las diferentes delegaciones del Ayuntamiento en las que se incluyen las características, actividades, secciones y programación de cara al ciudadano. La información en todos sus ámbitos está correctamente actualizada. La página se completa con enlaces para otras administraciones.

- A. A pesar de este amplio contenido, la interactividad alcanza un básico II de Consulta al comprobar que sí se obtiene del buzón de sugerencias y a través de la dirección de correo electrónico que se detalla en la web. No se pueden llevar a cabo tramitaciones on line y no existen otros recursos participativos.
- B. No hay directorios de empresas, ni para su identificación ni para el fomento de empleo que puedan proponer. No hay espacio para el turismo ni sus establecimientos, ni tampoco para el posible tejido asociativo que pueda funcionar en el municipio.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

304. AYUNTAMIENTO DE CUENCA (www.cuenca.org) EN CUENCA. (Consulta realizada el 30 de septiembre del 2010)

Página con información eminentemente municipal y administrativa. El Ayuntamiento y su actividad es la principal protagonista y la gran mayoría del contenido se refiere a esta institución. Está convenientemente actualizada aunque, siendo una de las ciudades de Castilla-La Mancha más visitadas por el turismo, se echa de menos una sección dedicada a este sector.

- A.** La interactividad se sitúa en el II de Consulta. Hemos recibido respuesta a nuestra solicitud a través de las direcciones de correos que se plasman en la web y dispone de una gestión administrativa básica con la descarga de formularios que, aunque anuncia que en breve se ejecutará un proyecto supramunicipal para la administración en línea, a fecha de la consulta no podemos darlo por válido. No hay más recursos que se incluyan en esta clasificación.
- B.** Existe un amplio directorio de empresas convenientemente clasificadas por sectores económicos. No hay uno específico para el turismo y sí que se halla una bolsa de empleo, de oferta y demanda que es ampliamente utilizada. No hay espacio para el tejido asociativo.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	SI
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

306. AYUNTAMIENTO DE ÁVILA (www.avila.es) EN AVILA. (Consulta realizada el 1 de octubre del 2010)

La información que requiere ser actualizada se localiza en el inicio de la web. El resto está ocupado por contenido intemporal o que necesita un mantenimiento de larga periodicidad. No existe un número excesivo de secciones y la estructura es de correcta organización y de fácil búsqueda.

A. La tramitación en línea se puede llevar a cabo a través del vínculo denominado *Gestiona*, que ofrece un completo servicio para el contribuyente a través de la descarga de documentos y/o por medio del certificado digital. Se ha obtenido respuesta del correo electrónico y de la petición enviada al buzón de sugerencias, pero no hay otros recursos participativos, por lo que este Ayuntamiento engrosa la división del nivel II de Consulta.

B. No se han encontrado directorios para las asociaciones ni para el tejido empresarial, a pesar de que existe una sección dedicada al turismo, pero no se incluyen establecimientos dedicados a este sector.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

308. CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA (www.melilla.es). (Consulta realizada el 1 de octubre del 2010)

Al igual la información que debe ser actualizada frecuentemente (noticias y agenda) y situada al principio, el contenido integral de esta página es puramente administrativo, con esporádicas incursiones al municipio en aspectos como un mapa geográfico de la ciudad. Ofrece, por otra parte, diversos enlaces referidos fundamentalmente a iniciativas llevadas a cabo desde la presidencia y sus órganos de gobierno.

- A.** La interactividad se limita al nivel I de Transmisión. No hemos recibido respuesta a nuestra solicitud enviada a través de la dirección de correo electrónico expuesta en la página, y la *Carpeta del Ciudadano*, donde presumiblemente se podrían llevar a cabo tramitaciones on line, genera error, tal y como pudimos comprobar en el momento de la consulta. No existen otros medios para la participación del ciudadano.
- B.** Tampoco se ha encontrado la posibilidad de la promoción turística, económica y social que pueda funcionar en la ciudad. Hecho que refuerza la afirmación realizada antes del sentido exclusivamente municipalista que se ha dado a esta web.
- C.** Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

309. AYUNTAMIENTO DE CIUDAD REAL (www.ciudadreal.es) EN CIUDAD REAL. (Consulta realizada el 2 de octubre del 2010)

El diseño se divide en varias secciones que, a su vez, se clasifican en diferentes apartados con sus respectivos desplegados localizados en el inicio. La información está actualizada y corresponde, en su mayor porcentaje, a la administración municipal.

- A. El nivel de interactividad alcanza el II de Consulta gracias a una básica administración en la web que permite la descarga de sus documentos para la posterior presentación física. Para la transmisión de sugerencias o quejas, existe un vínculo dedicado a ello, pero no hemos encontrado más recursos que inciten a la implicación ciudadana.
- B. No existen directorios para la promoción empresarial y social del municipio, aunque sí que hay un espacio en la sección de turismo para los establecimientos dedicados a este sector. Se divide en alojamientos, restauración y compras; cada uno de ellos puede facilitar sus datos identificativos, incluidos su correo o web, pero sin posibilidad de vínculo directo desde la página municipal.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

310. CIUDAD AUTÓNOMA DE CEUTA (www.ceuta.es). (Consulta realizada el 2 de octubre del 2010)

Página más avanzada que la de su vecina ciudad autónoma de Ceuta, aunque siguen insistiendo en un alto porcentaje en la información administrativa. No obstante, la cantidad es sensiblemente inferior porque se encuentran enlaces con noticias ajenas a los órganos de gobierno. Todos los contenidos están actualizados y destaca, por otra parte, la gran cantidad de imágenes que se muestran en todos sus vínculos.

- A. Dispone de una correcta E-Administración con diversas tramitaciones que se pueden gestionar en línea o, dependiendo de la naturaleza, con la mera descarga del documento para su posterior presentación física. No hemos obtenido respuesta del correo electrónico enviado, pero esta página alcanza el nivel III Conversacional de interactividad por las encuestas que se realizan a los ciudadanos y que gozan de una notable respuesta.
- B. Existe una sección destacada para las empresas en las que, aparte de un directorio, potencia la relación entre los empresarios y potenciales clientes y proveedores. Igualmente, en la sección de turismo se encuentra un listado de establecimientos dedicados al ramo y, en algunos casos, se puede llevar a cabo la reserva on line desde la propia web municipal. No hay espacio para el tejido social.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

311. AYUNTAMIENTO DE PONTEVEDRA (www.concellopontevedra.es) EN PONTEVEDRA. (Consulta realizada el 2 de octubre del 2010)

Página con posibilidad de traducción desde el gallego al castellano, francés o inglés. Con información actualizada pero con un cierto desorden en su estructura, algunos contenidos están vacíos y el diseño presenta diversos matices corregibles, como la cabecera, la cual ocupa la mitad de la página. La información aportada pertenece, prácticamente en su totalidad, a la administración municipal.

- A. La interactividad se sitúa en un básico nivel II de Consulta porque, aunque sí existe una oficina virtual, los correos electrónicos carecen de efectividad y ha sido imposible emitir la solicitud. No dispone de otros elementos de participación.
- B. Existe un completo directorio de asociaciones clasificadas según el ámbito que cubren. No hay espacio para la promoción empresarial, ni para su identidad ni para las ofertas de empleo que pueden proponer.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

312. AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (www.ayto-toledo.org) EN TOLEDO.
(Consulta realizada el 2 de octubre del 2010)

Dedicada de forma prácticamente íntegra a la información generada en la administración municipal, se completa con otros enlaces ajenos a la localidad. Por otra parte, hay que destacar su cuidada organización y una correcta actualización de todos sus contenidos.

- A.** El nivel de interactividad se engloba en un II de Consulta con una completa Administración on line que propone la descarga de documentos para su presentación personal o a través de un certificado digital que facilita la propia web. Existe un apartado dedicado a las varias decenas de correos electrónicos que corresponden a las distintas áreas municipales; y, tras una elección de las direcciones correspondientes a la alcaldía y a participación ciudadana, hemos obtenido respuesta de ambos. Se completa con un formulario de sugerencias pero no hemos conseguido el objetivo deseado.
- B.** Al ser íntegramente dedicada a la administración municipal no se han encontrado directorios para la red social que puedan funcionar en el municipio ni tampoco para el tejido empresarial. Igualmente, no hay espacio para el turismo a pesar de ser una de las ciudades españolas con mayor índice de visitantes.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

313. AYUNTAMIENTO DE PALENCIA (www.aytopalencia.es) EN PALENCIA.
(Consulta realizada el 3 de octubre del 2010)

La información está convenientemente actualizada aunque gran parte de su contenido es de carácter intemporal. Su estructura es ordenada y de fácil búsqueda. La organización es correcta con una clara división entre los apartados relacionados con *Ayuntamiento*, *La Ciudad*, *Agenda* e *Información Ciudadana*. Todo ello es completado con las últimas iniciativas y campañas que pone en marcha la administración local.

A. La interactividad, no obstante, se limita a un básico nivel II de Consulta ya que sí se ha obtenido respuesta al formulario enviado al servicio de participación ciudadano, pero no existe ningún recurso para la gestión de trámites en línea, unido todo ello a la nula implicación ciudadana a través de alguna vía interactiva.

B. No existen directorios para la promoción empresarial, ni generalista ni turística; y tampoco se ha encontrado espacio para la posible red social que funcione en Palencia.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

314. AYUNTAMIENTO DE GUADALAJARA (www.guadalajara.es) EN GUADALAJARA. (Consulta realizada el 3 de octubre del 2010)

Una página pensada para el ciudadano en múltiples facetas que, como veremos más adelante, invita en varios recursos a la participación. La estructura es ordenada y clara con varias secciones y convenientemente actualizada. La accesibilidad también está muy avanzada, con posibilidad para personas con problemas visuales e incluso carentes de esta capacidad ya que ofrece un servicio de audio para la transmisión de toda la información incluida en esta web.

- A.** Como ya hemos anunciado, el nivel de interactividad alcanza el III Conversacional. Sí se ha obtenido respuesta del envío realizado a través del formulario y dispone de una completa E-Administración que posibilita la tramitación on line. Por otra parte, dispone de varios recursos para la intervención del usuario. Una de las principales innovaciones es la denominada *Enwada*. Se trata de una enciclopedia sobre todo lo que tiene que ver con la ciudad y que funciona como la popular Wikipedia en la que el lector puede participar incorporando artículos o corrigiendo los que ya están escritos. Otro recurso se refiere a los *Encuentros Digitales* una idea aplicada en varios medios de comunicación pero precursora en una página web municipal. Los diferentes concejales del equipo de gobierno se someten por turnos y con una periodicidad media de tres meses a las preguntas de los ciudadanos a través de la propia web. Por último, ofrece otro recurso: una tienda on line con la mayor parte de productos alusivos o típicos de la ciudad.
- B.** Existe una completa guía comercial clasificada por sectores y negocios elaborada en una página dependiente de la municipal en la que cada establecimiento puede incluir sus características, bondades y datos identificativos, incluidos los enlaces a sus propias web y/o a su correo electrónico. Aparte, en la sección de *Turismo*, hallamos los establecimientos relacionados con este sector en los que se ofrecen los mismos rasgos que en la guía comercial.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros*	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos**	SI
Otros***	SI
TOTAL(%)	5(67.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

* Encuentros digitales

** En-Wada

*** Tienda on line

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

315. AYUNTAMIENTO DE CÁCERES (www.ayto-caceres.es) EN CÁCERES.
(Consulta realizada el 3 de octubre del 2010)

Con tres secciones destacadas: *Ayuntamiento*, *Ciudad* y *Ciudadanía*, la página de Cáceres ofrece una buena disposición de todos sus vínculos siendo inamovibles los enlaces de los márgenes, hecho que facilita la navegación por la web sin necesidad de retroceder al inicio. Hay una correcta actualización y, además de diversos programas que se llevan a cabo plasmados en la página, se ofrece enlaces de interés para el ciudadano.

- A.** En este apartado, la interactividad se limita al nivel II de Consulta con una E-Administración que ofrece la posibilidad de descargar documentos para su presentación o bien en ventanilla, o bien en línea a través del certificado digital cuya tramitación es facilitada por esta web municipal. Sí que hemos recibido respuesta de nuestro envío a la dirección de correo electrónico.
- B.** En este grupo de recursos nos encontramos un amplio abanico de posibilidades promocionales. Por una parte, en la sección de turismo, se encuentran todos los alojamientos con un vínculo cada uno en el que pueden aportar su propia web y/o su correo electrónico. El resto de empresas, así como las ofertas de trabajo de carácter privado y los propios demandantes tienen su espacio en el área económica; e, igualmente, el tejido asociativo puede inscribirse en esta web, en la sección dedicada exclusivamente a este ámbito.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	SI
Asociaciones	SI
Empleo	SI
TOTAL (%)	4(100%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

316. AYUNTAMIENTO DE GERONA (www.girona.cat) EN GERONA. (Consulta realizada el 3 de octubre del 2010)

En la fecha de la consulta, la página de Girona se encontraba en mantenimiento y solo se conserva la sección de turismo que, en estas circunstancias, es lo único que podemos obtener como objeto de estudio. Es destacable su traducción a distintos idiomas desde el catalán: al castellano, francés, inglés, italiano y al alemán.

- A. Con estas labores de reconstrucción, no podemos decir mucho de esta página en cuanto a interactividad se refiere, por lo que nos vemos obligados a situarla en un nivel I de Transmisión.
- B. Tampoco existen recursos para las asociaciones ni para las empresas, ni las de carácter general ni turísticas.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	NO
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	0(0%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

317. AYUNTAMIENTO DE LUGO (www.concellodelugo.org) EN LUGO. (Consulta realizada el 3 de octubre del 2010)

Con posibilidad en algunas secciones de su traducción desde el gallego al castellano y al inglés, la página de Lugo se centra fundamentalmente en los distintos sectores de la población y, en función de ello, clasifica la mayoría de sus enlaces. Las noticias, así como la información administrativa y la agenda, están convenientemente actualizadas y ocupan un lugar destacable en la página de inicio. Hay que reseñar también la inclusión en las denominadas redes sociales pero no puede ser analizado en este trabajo como posibilidad de interactividad al no ser recursos directos de la página web.

- A. La E-Administración está muy desarrollada, con la posibilidad de tramitar on line la práctica totalidad de los documentos y gestiones municipales. Hemos recibido contestación a la solicitud enviada a la alcaldía, pero no se han encontrado otros recursos directos de participación en la web, por lo que, en consecuencia, el nivel de interactividad es II de Consulta.
- B. El tejido social tiene un lugar destacado en esta página con la inclusión de un enlace directo en el que cada una de las entidades puede exponer sus actividades, ámbito y datos identificativos que se completan con su propia página y/o con una dirección de correo electrónico. No existe directorio de empresas pero sí de aquellas relacionadas con el turismo, que son incluidas en el acceso destinado a este sector.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

319. AYUNTAMIENTO DE JAÉN (www.aytojaen.es) EN JAEN. (Consulta realizada el 4 de octubre del 2010)

Con una estructura sencilla pero bien ordenada, expone una clasificación principal engloba a tres grupos: *Ayuntamiento*, *La Ciudad* y *Áreas Municipales*. La información está actualizada prácticamente a diario, no solo en las noticias, sino en la agenda y en las decisiones y proyectos públicos.

- A.** El nivel de interactividad se limita a un II de Consulta con una administración en línea englobada fundamentalmente en la sección *Portal del Ciudadano*, aunque también se pueden llevar a cabo otro tipo de gestiones, como la inscripción en cursos o actividades deportivas a través de la página web. Hemos obtenido respuesta en el correo enviado a través del formulario de quejas y sugerencias, pero no se han encontrado otras formas para la participación ciudadana.
- B.** En el vínculo de *Participación Ciudadana*, dentro de *Áreas Municipales*, se localiza el directorio de asociaciones englobadas por actividad y con un enlace para cada una de ellas donde se pueden consultar sus datos identificativos, incluidos la página propia y/o la dirección de correo electrónico. Tanto en turismo como en la genérica de *La Ciudad* se plasman las direcciones y enlaces para los distintos alojamientos y establecimientos de restauración que el visitante puede encontrar en Jaén. No hay espacio para el resto de las unidades empresariales ni para sus ofertas de empleo que puedan proponer al usuario de esta web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

320. AYUNTAMIENTO DE CÁDIZ (www.cadiz.es) EN CÁDIZ. (Consulta realizada el 4 de octubre del 2010)

Ocupa un amplio espacio para la ciudad y para mostrar las excelencias y rasgos de interés del municipio. El margen derecho del inicio está dedicado íntegramente a esta cuestión, mientras que el izquierdo y la parte central se corresponde con la información de gestión desarrollada por el consistorio. Todo el contenido está actualizado y, aunque es una ciudad costera, no posibilita su traducción a otros idiomas.

- A. A pesar de plantear la E-Administración como una de las secciones destacadas de la web, solo encontramos la tramitación básica, con la descarga de determinados documentos para su posterior presentación en ventanilla. De la dirección de correo electrónico que se adjunta, no hemos recibido contestación y no se encuentran otros recursos participativos, por lo que se limita a una básica interactividad situada en el II de Consulta
- B. Existe un directorio de alojamientos y otras unidades económicas relacionadas con el turismo. No hay posibilidad de promoción de otros sectores económicos ni del tejido asociativo que pueda funcionar en la ciudad.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

321. AYUNTAMIENTO DE LEÓN (www.aytoleon.es) EN LEÓN. (Consulta realizada el 4 de octubre del 2010)

Con posibilidad de traducción del castellano al inglés, la web de León presenta, no obstante, una página de inicio algo saturada de información en la que se confunde el contenido puramente noticiable con los propios vínculos. Hay una excesiva información para un diseño que adolece de una longitud inadecuada para una página web.

- A.** El nivel de interactividad alcanza el III Conversacional con una serie de tramitaciones que, dependiendo de su naturaleza, pueden ser tramitados en línea o en ventanilla; además, existe una sección que, bajo la sugerente denominación de *Todos somos de León* ofrece un foro con propuestas sugeridas, bien por la propia administración o bien por los participantes. Dicha sección ofrece otras iniciativas que pueden ser consultadas por los vecinos, como la descargas de música folclórica o textos literarios referidos a León, una propuesta que, mejorando lo existente, podría ser completada con las aportaciones ciudadanas, como se ha puesto en marcha en Guadalajara. Por otra parte, no hemos recibido respuesta al formulario de solicitudes y sugerencias que hemos enviado.
- B.** En el mismo apartado sobre las costumbres leonesas, se encuentra un listado de las asociaciones que funcionan en el municipio. No se ha hallado un directorio de empresas de sectores generalizados, pero sí existe un espacio para los establecimientos dedicados a turismo con posibilidad de incluir, cada uno de ellos, su página web y/o su dirección de correo electrónico.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

322. AYUNTAMIENTO DE LÉRIDA (www.paeria.es) EN LÉRIDA. (Consulta realizada el 4 de octubre del 2010)

Página convenientemente ordenada en la cual, la cercanía al ciudadano se muestra en cada una de sus secciones con denominaciones sugerentes y dando una mayor prioridad a los servicios más demandados y de mayor interés por el vecino de la localidad. Desde el catalán es posible traducir todo el texto al castellano, inglés o francés, hecho que se amplía en la sección de turismo para llegar también al italiano y el alemán. La actualización es correcta y se presta un especial cuidado al plantear la web, con un atractivo diseño acompañado por sugerentes músicas. Hay que destacar, como dato curioso, el peculiar dominio de la página: *Paeria* es el nombre tradicional que se da al Ayuntamiento de Lérida desde el año 1254.

- A. El nivel de interactividad es el III Conversacional con una organizada y bien estructurada E-Administración que ofrece tres grupos de trámites convenientemente clasificados en función del modo que se puede emplear para ser gestionado: en ventanilla directamente, por descarga de documentos o por vía telemática. Se ha obtenido respuesta del correo electrónico y sí que nos han contestado a las dudas que hemos planteado a un asistente virtual correspondiente al servicio de atención que funciona a modo de chat, aunque realmente se puede considerar como un ‘buscador personificado’. Lo que sí tiene importancia, en cuanto a recursos participativos, es el chat que una vez al mes propone el alcalde para que los usuarios le sometan a las preguntas que crean oportunas y que tengan que ver con el desarrollo del municipio. Es un recurso similar a los *Encuentros digitales* que hemos visto en Guadalajara, pero en esta ocasión con un solo interlocutor (el alcalde) y con una frecuencia mayor.
- B. Existe un directorio para el tejido asociativo en el que cada entidad puede exponer sus peculiaridades y características, actividades y datos identificativos. En *Turismo* encontramos una guía específica para hoteles y otros establecimientos dedicados a este servicio, pero no hay posibilidad de promoción del resto de la red empresarial que funciona en el municipio, ni para posibles clientes ni para la búsqueda de empleo.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	SI
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

324. AYUNTAMIENTO DE BADAJOZ (www.aytobadajoz.es) EN BADAJOZ.
(Consulta realizada el 5 de octubre del 2010)

Según se va avanzando en nuestro estudio con el seguimiento de capitales de provincia de menor a mayor índice poblacional, encontramos páginas cada vez más “impersonales” con un gran porcentaje de información y contenido administrativo relegando a un segundo plano todo aquello que tiene que ver con el municipio. Una cuestión que confirmaremos o negaremos al final de este análisis. De momento, nos encontramos un nuevo caso, el de Badajoz, cuya web está dedicada en su práctica totalidad a la información generada en el Ayuntamiento. Goza de buen mantenimiento con noticias actualizadas y dedicándose con profusión a las diferentes área municipales que conforman el consistorio.

- A. Ofrece la posibilidad de tramitación on line o bien la descarga de documentos para su presentación en ventanilla. Dispone de un formulario de sugerencias, pero no hemos recibido respuesta alguna. No se han encontrado otras vías de participación. En consecuencia, la interactividad se sitúa en el II de Consulta.
- B. Al ser eminentemente administrativa, la página no deja lugar para el fomento del asociacionismo a través de un directorio de entidades; ni tampoco para la promoción empresarial, tanto en su faceta de captación de nuevos clientes como medio para conseguir nuevos empleados. Tampoco hay espacio para el turismo y, por extensión, para las empresas dedicadas al sector. Una web con una línea similar a la anteriormente estudiada de Tarragona.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

326. AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO (www.logro-o.org) EN LA RIOJA. (Consulta realizada el 5 de octubre del 2010)

A diferencia de los últimos municipios analizados, la página de Logroño sí que ocupa un gran espacio para la ciudad y su entorno, aunque sin olvidar todo el contenido sobre la administración y las iniciativas que ésta desarrolla. Las grandes secciones son *Ayuntamiento, Logroño* (como ciudad), *Participación y Servicios Web*, todas ellas situadas en el margen izquierdo del inicio, con la parte central ocupada por informaciones actualizadas y, completando el inicio, en el lado derecho, por iniciativas, campañas e informaciones intemporales.

- A. El nivel de interactividad que alcanza es el III Conversacional con una serie de recursos que invitan a la participación ciudadana. Por un lado, nos encontramos con la E-Administración que, como estamos comprobando, es una de las vías más recurrentes por las web municipales. Pero además se encuentra un foro con propuestas planteadas por el Ayuntamiento y una encuesta que, al igual que el anterior recurso mencionado, cuenta con una gran participación ciudadana. En cuanto al formulario de correo, hemos recibido respuesta a nuestra solicitud.
- B. Dispone de un completo directorio sobre el movimiento asociativo clasificado por las actividades que ejercen. Lo mismo ocurre con las empresas turísticas. En ambos casos existen vínculos para cada unidad con el fin de que expongan sus características y datos identificativos.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

327. AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA (www.aytosalamanca.es) EN SALAMANCA. (Consulta realizada el 6 de octubre del 2010)

De nuevo encontramos una página eminentemente administrativa con escaso espacio para la ciudad, a excepción del apartado dedicado al turismo que, en este ámbito, cuenta con una peculiaridad, la posibilidad de ser traducido desde el castellano al chino, además de al inglés y al portugués. El resto de las secciones no tienen posibilidad de conversión a otros idiomas y están dedicadas de forma prácticamente íntegra a las iniciativas, noticias y desarrollos que se ponen en marcha desde el Ayuntamiento.

- A. Dispone de una sencilla tramitación con la única posibilidad de descargar documentos para su posterior presentación física en ventanilla. Del formulario emitido al alcalde para confirmar la interactividad hemos obtenido respuesta, pero no se han encontrado otros medios para la participación del ciudadano en la web, por lo que engrosa la lista del nivel II de Consulta.
- B. No existe información sobre las asociaciones que funcionan en el municipio ni tampoco para las empresas ubicadas en él. En la sección de turismo hay un espacio en el que el visitante se debe inscribir para recibir información sobre establecimientos dedicados a este ámbito. Debemos dar por válido este recurso a pesar de que su búsqueda resulta un tanto complicada.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

328. AYUNTAMIENTO DE ALBACETE (www.albacete.es) EN ALBACETE.
(Consulta realizada el 6 de octubre del 2010)

La información, aparte de las noticias centrales, está dispuesta en cuatro apartados destacados: *Ayuntamiento*, *La Ciudad*, *Empresas y Empleo* y, por último, *Transportes*. Como está siendo la tónica habitual, salvo excepciones, el contenido de la web de Albacete es eminentemente administrativo, relegando a un segundo plano la información propia del municipio, aunque haya una sección dedicada a la ciudad. Todo ello es completado con otros enlaces de interés ajenos al organismo local.

- A. La interactividad se sitúa, también en este caso, en el nivel II de Consulta con una completa E-Administración que permite la tramitación de documentos con o sin certificado digital, dependiendo de la naturaleza de las gestiones. El formulario para sugerencias tiene efectividad tal y como hemos podido comprobar tras recibir respuesta a la solicitud enviada. No existen otros recursos participativos.
- B. En el apartado de turismo existen guías sobre alojamientos y restauración; el resto de empresas no tienen espacio en la web. Hay una sección dedicada a las asociaciones de vecinos, por lo que, aunque falta la promoción de otras entidades, debemos dar por válido para engrosar la lista de los recursos que facilita esta página.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

329. AYUNTAMIENTO DE BURGOS (www.aytoburgos.es) EN BURGOS. (Consulta realizada el 6 de octubre del 2010)

Peculiar diseño de la página de inicio con una destacada cabecera en la que se van sucediendo los acontecimientos culturales, deportivos y sociales organizados por el Ayuntamiento para el municipio. El resto de la página está compuesta por información sobre últimas noticias y áreas relevantes englobadas la mayoría de ellas en cuatro ‘macrosecciones’, a saber: *Tu Ayuntamiento, Empresas, Tu ciudad y Turismo*.

- A. El nivel de interactividad se ciñe nuevamente al II de Consulta con una E-Administración que permite la tramitación on line de determinados documentos. Del formulario de correo hemos obtenido respuesta, pero en esta ocasión tampoco se han encontrado otros recursos participativos.
- B. No hay ningún directorio para incluir en este apartado, a pesar de la importancia que se le da en esta página tanto al movimiento cultural y social (como ya nos hemos referido anteriormente sobre la cabecera de la web) y al económico (con el vínculo destacado y centrado exclusivamente en las empresas) Tampoco se ha localizado un apartado para establecimientos que interesen a los visitantes en la sección dedicada al turismo.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

330. AYUNTAMIENTO DE CASTELLÓN (www.castello.es) EN CASTELLÓN.
(Consulta realizada el 6 de octubre del 2010)

Castellón nos refuerza nuestra premisa de que los contenidos de la web son mayoritariamente administrativos en función del sucesivo incremento poblacional. En este caso, encontramos dos secciones claramente diferenciadas: *Ayuntamiento* y *Ciudad*; sin embargo, esta última está ocupada en su mayor parte por servicios que se prestan desde las dependencias municipales. Por último, hay que destacar su actualización y la opción que se ofrece al usuario desde su presentación de consultar la página en castellano o valenciano.

- A.** El nivel de interactividad es de un II de Consulta. La E-Administración es completa, con trámites en línea o para su descarga y presentación en ventanilla, en función de la naturaleza de los documentos. Hay un formulario para quejas y una dirección de correo electrónico de la que sí se ha obtenido respuesta. En consecuencia, esta página se limita a estos dos únicos recursos para la participación.
- B.** Existe un directorio de asociaciones pero solo se refiere a las integradas por los distintos sectores geográficos de comercio; no hay espacio para otras entidades; sin embargo, debemos darlo por válido aunque esté incompleto. En cuanto al ámbito empresarial, solo se da constancia de las turísticas, el resto no tiene espacio en la web.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

331. AYUNTAMIENTO DE SANTANDER (www.ayto.santander.es) EN CANTABRIA. (Consulta realizada el 6 de octubre del 2010)

Página escrupulosamente ordenada desde su inicio, cuyas grandes secciones (*Ayuntamiento, Ciudadanos, Ciudad y General*) son expuestas cada una de ellas en un cuarta parte del inicio. Se plantean con claridad sus contenidos que, por otra parte, son también eminentemente administrativos.

- A. La interactividad llega únicamente a un nivel II de Consulta pero en su grado básico ya que, aunque dispone de E-Administración no se ha encontrado forma de hacer llegar sugerencias o de ponerse en contacto a través de correo electrónico con el Ayuntamiento. En el *Saludo del Alcalde* se especifica textualmente que la web *también incorpora un buzón ciudadano para que los vecinos nos hagan llegar sus sugerencias y opiniones respecto a la actividad municipal*. Sin embargo, no lo hemos localizado en ninguna de las secciones ni analizando al detalle el mapa web, por lo que no existe forma de comunicación o, si la hay, no está en un lugar visible que sería lo deseable si se quiere incentivar la participación del vecino.
- B. No hay directorios para empresas de carácter general, pero sí para las referidas al turismo. El tejido social no tiene espacio en ningún de los secciones.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

332. AYUNTAMIENTO DE SAN SEBASTIÁN (www.donostia.org) EN
GUIPÚZKOA. (Consulta realizada el 7 de octubre del 2010)

El arranque de la página se consulta en idioma castellano para, posteriormente, poder ser traducida al euskera, francés o inglés. Está convenientemente actualizada y dispone de tres grandes secciones: *Ayuntamiento*, *Turismo* y *Ciudadanos*, aunque, como viene siendo la tónica habitual, esta última sección se dedica íntegramente a los servicios prestados por las distintas áreas públicas municipales. En la fecha de la consulta el contenido de inicio está encabezado por la elección de San Sebastián como finalista en la candidatura de Ciudad Europea de la Cultura 2016, un reconocimiento que también se ha ofrecido a otras ciudades ya analizadas, entre otras, Salamanca y Burgos, pero no lo han dado tanta difusión en sus página como lo hace ésta.

- A. De nuevo es un nivel II de Consulta en cuanto a interactividad se refiere, ya que dispone de E-Administración que posibilita la admisión de documentos con certificado digital. Hemos recibido respuesta a nuestra solicitud de contestación en el buzón de sugerencias, pero no hay otros recursos para la participación.
- B. El único directorio hallado es el referido a los alojamientos y al resto de establecimientos relacionados con el turismo. El resto de empresas y actividades económicas no tienen espacio en esta página, ni tampoco el tejido social que pueda funcionar en el municipio.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1 (25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

333. AYUNTAMIENTO DE ALMERÍA (www.aytoalmeria.es) EN ALMERÍA.
(Consulta realizada el 7 de octubre del 2010)

Las noticias generadas en el Ayuntamiento ocupan la parte central de la página de inicio y el resto está dedicado a enlaces que responden a proyectos, iniciativas y campañas que se llevan a cabo desde las diferentes áreas municipales. Esta primera valoración nos demuestra que la página es de nuevo dedicada en su práctica totalidad a la administración con muy poco contenido relativo a la actividad general que se desarrolla en el municipio.

- A. El nivel de interactividad es II de Consulta. Una línea que se va repitiendo conforme vamos avanzando en nuestro estudio y, como estamos comprobando, las capitales de provincia no valoran mucho la implicación activa del ciudadano porque, incluso algunos de los Ayuntamientos más importantes de España, no ofrecen respuesta a las solicitudes, aunque en el caso almeriense sí es efectivo.
- B. Se añade la nula promoción a entidades que contribuyen al desarrollo de la ciudad, porque no hay ningún espacio dedicado al tejido social ni al empresarial. Incluso se obvia al sector turístico a pesar de que Almería está situada en una provincia con salida al mar.
- C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0 (0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

334. AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA (www.pamplona.net) EN NAVARRA.
(Consulta realizada el 7 de octubre del 2010)

Correctamente ordenada y con una estructura sencilla, la página web de Pamplona, como ocurre con la de San Sebastián, arranca en castellano para después poder cambiar el idioma al euskera, inglés o francés. Las principales secciones son *Ayuntamiento*, *Ciudad*, *Turismo* y *Trámites*. El resto del contenido del inicio se refiere a las noticias, agenda de eventos y campañas desarrolladas por el Ayuntamiento, todo ello convenientemente actualizado.

- A.** La interactividad se vuelve a situar en el II de Consulta con, en este caso, una sencilla tramitación en línea que posibilita el pago electrónico pero a través de las oficinas virtuales de las entidades bancarias. Se ha recibido respuesta de la solicitud enviada a la alcaldesa, pero no hemos encontrado más recursos participativos.
- B.** En cuanto a la promoción social, solo se halla un directorio para las entidades vecinales, que debemos darlo por válido al igual que hemos hecho para los colectivos de comerciantes de Castellón. La actividad económica-turística también tiene su espacio, pero no pasa lo mismo con el resto del sector empresarial.

C. Recursos individuales

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

Recursos colectivos

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2 (50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

335. AYUNTAMIENTO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE (www.sctfe.es) EN TENERIFE. (Consulta realizada el 7 de octubre del 2010)

Página que prioriza la información y noticias generadas desde el Ayuntamiento. La imagen es un recurso muy empleado y la mayoría de los enlaces también son dedicados a la información administrativa exclusiva del consistorio, a excepción del vínculo dedicado a la “Ciudad”, que contiene datos intemporales o de escaso mantenimiento como son los índices poblacionales, las características geográficas, físicas y la historia de la ciudad.

- A. La interactividad en el nivel II de Consulta es muy básica con una serie de trámites dispuestos en la página que únicamente dan opción para ser descargados y posteriormente presentados por el contribuyente en ventanilla. Hemos recibido contestación tras la solicitud enviada a través del formulario del buzón de sugerencias, pero no existen otros recursos participativos.
- B. A pesar de estar situada en una de las islas con mayor índice turístico de España, no hay una sección dedicado a este ramo y, por extensión, no se localiza la promoción de sus servicios. Tampoco hay espacio para el resto de las actividades económicas y sociales que pueden funcionar en esta ciudad.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

336. AYUNTAMIENTO DE OVIEDO (www.oviedo.es) EN ASTURIAS. (Consulta realizada el 8 de octubre del 2010)

Información escueta, sencilla y bien ordenada en la página de inicio con preeminencia de las noticias y agenda que se generan desde el propio Ayuntamiento y, en todos los casos, convenientemente actualizada. Se completa con secciones dispuestas en el pie de la página sobre lo más destacado y con mayor demanda de los usuarios. La página está escrita en castellano sin posibilidad de conversión a otros idiomas, a excepción del enlace a la página dedicada al turismo, que puede ser traducida a seis idiomas diferentes: inglés, francés, italiano, portugués, alemán y asturiano.

- A. La interactividad es igualmente del nivel II de Consulta con una serie de trámites que, en función de su naturaleza, pueden ser presentados por vía telemática o por ventanilla. De la dirección de correo electrónico que se ofrece no hemos recibido contestación a nuestra solicitud y tampoco, en este caso, hay más recursos participativos.
- B. En la página de turismo, con una completa información sobre las excelencias de la ciudad, se ofrece al usuario una serie de directorios referidos a los distintos servicios que se prestan, tanto en alojamientos como en restauración así como una guía comercial de interés. Es el único apartado destacado en esta clase de recursos porque no hay espacio para el resto de empresas, ni por su identidad ni por su fomento de empleo, ni para las asociaciones que funcionen en Oviedo.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	1(12.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

338. AYUNTAMIENTO DE LA CORUÑA (www.coruna.es) EN LA CORUÑA.
(Consulta realizada el 8 de octubre del 2010)

La mayor parte de la información que se expone al principio de la web versa sobre la administración municipal, con proyectos, iniciativas y campañas que se desarrollan en el municipio. Con lectura, por defecto, en castellano, puede ser traducida al gallego o al inglés.

- A. La interactividad se sitúa en el nivel III Conversacional con un servicio de *Sugerencias y Reclamaciones* cuya respuesta por parte del Ayuntamiento es bastante eficaz y rápida. Existe la posibilidad, como se indica en el inicio, de tramitaciones con o sin certificado digital, dependiendo de la naturaleza de la gestión. Para alcanzar el grado tercero, la página dispone de una particular sección que hasta ahora no se ha visto en ningún municipio analizado. El objetivo es la promoción de grupos e intérpretes musicales domiciliados en La Coruña, los cuales pueden exponer sus datos más interesantes incluyendo proyecciones de video-clip y audiciones de alguno de sus temas. Esta sección se completa con la opinión de los usuarios sobre la calidad del grupo o intérprete registrado, lo que aporta una original forma de participación ciudadana a la web municipal.
- B. Existe un directorio para alojamientos y restauración que incluso se pueden localizar a través de áreas geográficas de la ciudad. No se han localizado espacios para el resto de empresas ni para las asociaciones coruñesas.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(25%)

* Promoción musical

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

339. AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ (www.vitoria-gasteiz.org) EN
ÁLAVA. (Consulta realizada el 9 de octubre del 2010)

Con posibilidad de traducción desde el castellano al euskera, inglés o francés, el inicio de esta web está ocupado en su práctica totalidad por noticias referentes al Ayuntamiento y a la ciudad y a la agenda de eventos y acontecimientos. Únicamente deja el margen derecho para iniciativas, campañas y promociones de la institución, incluyendo sendos vínculos para enlazar con el blog del alcalde o con redes sociales en las que Vitoria-Gasteiz está inscrita.

- A.** El nivel de interactividad llega al III Conversacional gracias a una sección denominada “Buzón del Ciudadano” cuyos mensajes sobre demandas, quejas y sugerencias realizadas por los usuarios son públicas con el fin de que el lector pueda añadir su propio comentario, de tal manera que más que un Buzón Ciudadano como hemos visto en otros municipios, se acerca más al formato de un foro, con temas propuestos por los internautas y que generan varias vías de conversación. De la dirección de correo electrónico sí hemos obtenido respuesta y, además, dispone de un recurso para la tramitación telemática de ciertos documentos que, aparte de ser gestionados por Internet, existe la posibilidad de llevarlo a cabo por vía fax o a través de ventanilla.
- B.** No existen recursos para el turismo ni para el resto de empresas que funcionan en el municipio. Tampoco hemos hallado un vínculo que dé a conocer al movimiento asociativo de la ciudad.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

340. AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID (www.ava.es) en VALLADOLID.
(Consulta realizada el 9 de octubre del 2010)

La estructura de la página se rompe con un cuadro que informa sobre las novedades, tanto de la web como de la gestión municipal. El resto del contenido de inicio se basa, en un gran porcentaje, en otros noticias que, sin ser obsoletas, no son tan recientes, y en los diferentes departamentos englobados en el Ayuntamiento, así como en proyectos y servicios a cuya información o gestión se puede acceder a través de la página. Todo ello está convenientemente actualizado y, por otra parte, destaca una sección dedicada al turismo que ha sido elaborada como parte diseccionada de la página principal.

- A.** El nivel de interactividad se sitúa en el III Conversacional gracias a una serie de encuestas que buscan la opinión del ciudadano sobre temas referentes a la web y/o al municipio. Dispone, además, de un formulario para la recepción de quejas y sugerencias, del cual hemos obtenido respuesta. En el momento de la consulta, la tramitación de gestiones para el área de Hacienda estaba inhabilitada por “problemas técnicos”. No obstante, había otra serie de acciones que pueden incluirse en la administración on line, como la descarga de formularios o solicitudes a otras áreas municipales que si tienen un correcto funcionamiento.
- B.** En la página de turismo, dependiente de la principal, se encuentran los establecimientos relacionados con este sector en prácticos directorios que, además, permiten la reserva on line a través de la propia web. Por otro lado, no hay espacio para el resto de empresas, ofertas de empleo que éstas generen ni para el tejido asociativo de la ciudad.
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	3(37.5%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

341. AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA (www.ayuncordoba.es) EN CÓRDOBA.
(Consulta realizada el 9 de octubre del 2010)

Una de las páginas con menos información y con un diseño más sencillo de las que se han analizado hasta ahora entre las capitales de provincia; tanto es así, que en el momento de la consulta no se reflejaba en ningún espacio, ni tan siquiera en el inicio, el logo, escudo o la propia denominación del Ayuntamiento cordobés. Por lo demás, la escasa información que existe si está actualizada y se refiere en su práctica totalidad a la información generada en el consistorio, a excepción de un vínculo para el turismo.

- A.** La interactividad es de un nivel II de Consulta, con una completa E-Administración que posibilita tanto los pagos en línea de los impuestos municipales, como la información sobre el estado de los trámites y/o la descarga de documentos en formato pdf para su presentación física en el consistorio. Ha habido contestación al mensaje enviado al buzón de sugerencias, pero no hay otros recursos participativos.
- B.** El único enlace dedicado a información extra municipal es el relacionado con el turismo donde se encuentran diferentes directorios sobre hoteles y restauración; estos últimos clasificados por distritos y los alojamientos por categorías. A todos ellos se ofrece la posibilidad de incluir una dirección de correo electrónico o su propio enlace a la página web. Al no haber más información referida directamente con la ciudad, no se encuentran espacios para el resto de empresas o para el tejido asociativo.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

342. AYUNTAMIENTO DE BILBAO (www.bilbao.net) EN VIZCAYA. (Consulta realizada el 10 de octubre del 2010)

La agenda ocupa un lugar central y destacado en el inicio de esta web con los acontecimientos tanto culturales, sociales o de cualquier ámbito que se desarrollen en el municipio y, en su mayoría, organizados por el Ayuntamiento. El resto de las informaciones se refieren a proyectos municipales con buscadores geográficos para accesos rápidos divididos por distritos ciudadanos. La página, por otra parte, puede ser leída desde el principio y en su totalidad en euskera, castellano o inglés.

- A.** La interactividad está muy desarrollada en varios ámbitos, ya no solo por los recursos incluidos en la web sino en la posibilidad que se ofrece al ciudadano de utilizar otras vías para recibir comunicación personalizada como puede ser la telefónica. En las opciones de la página, el nivel para interactuar se sitúa en el III Conversacional con, en primer lugar, una completa y avanzada E-Administración que ofrece una tramitación en línea de la mayor parte de gestiones que el ciudadano debe tramitar con el Ayuntamiento. Hemos obtenido respuesta del formulario para el envío de sugerencias, quejas o reclamaciones; y, además, aporta un recurso que hasta ahora no se ha visto en ninguna capital de provincia: Se trata de la posibilidad de incluir fotos relacionadas con la ciudad y que han sido realizadas por usuarios de la página. Imágenes que son expuestas a través de un vínculo de portada y que, según se ha comprobado en la fecha de consulta tiene una gran aceptación. Igualmente, existe un foro en el que son los propios ciudadanos los que opinan sobre diferentes temas que no tienen por qué ser relacionados directamente con el desarrollo de la ciudad pero sí que tienen que ver, en diferentes aspectos, con la capital vizcaína.
- B.** En el apartado de turismo hay diversos directorios dedicados a hoteles, restauración y otros establecimientos relacionados con este sector. No se hallan otros listados para diferentes empresas ni para la organización social de Bilbao.
- C.** Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	SI
Chats	NO
Fotografías	SI
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

343. AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA (www.laspalmasgc.es) EN LAS PALMAS. (Consulta realizada el 10 de octubre del 2010)

La mayor parte del contenido en la página de inicio está integrada por la información de actualidad predominando con clara relevancia el texto sobre la imagen. Curiosamente, a pesar de ser una de las ciudades que recibe mayor número de visitantes procedentes de otros países, solo es posible leer la web en castellano sin que se traduzca a otros idiomas, incluida la sección dedicada a turismo. Como ocurre en la mayoría de las capitales, se deja poco espacio para la ciudad y acontecimientos ajenos al Ayuntamiento para centrarse en la práctica totalidad de su extensión, en la información administrativa local.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta sin oportunidad de otros recursos que no sea la tramitación en línea, con o sin certificado digital, dependiendo de la naturaleza del trámite y de un efectivo formulario para enviar sugerencias, quejas o consultas al alcalde.
- B. En el apartado turístico sí que hay espacio para un directorio de alojamientos cuyo registro de cada uno de ellos ofrece al usuario la posibilidad de entrar en sus respectivas web oficiales. Ni la restauración ni el resto de empresas ni el tejido social tiene espacio en esta página que, como hemos destacado, es eminentemente municipal.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

344. AYUNTAMIENTO DE PALMA DE MALLORCA (www.palmademallorca.es)
EN BALEARES. (Consulta realizada el 10 de octubre del 2010)

Con posibilidad de traducción desde el catalán al castellano, inglés y alemán, la página web ofrece fundamentalmente texto sobre la imagen. Principalmente en su inicio con cuatro secciones claramente diferenciadas: *Agenda*, *Noticias*, *Tu Ayuntamiento*, y, por último, *Gestiones y Trámites*. Todo ello convenientemente actualizado y, como se puede evidenciar, la mayoría corresponde a la información relacionada exclusivamente con la administración pública local.

- A.** La interactividad es del nivel **III Conversacional** con una E-Administración que ofrece la posibilidad de tramitación con o sin certificado digital y diversos correos electrónicos con efectividad para el envío de sugerencias sobre las distintas áreas locales, aunque con una peculiaridad: A pesar de que nuestra solicitud fue redactada en castellano y desde Madrid, se respondió en catalán por parte de los servicios de atención ciudadana. Por otra parte, el grado conversacional se alcanza con una serie de encuestas sobre aspectos como la elección del cartel para anunciar las actividades navideñas y la posibilidad que tiene el usuario de enviar vídeos sobre acontecimientos que se desarrollen en la localidad.
- B.** Curiosamente no existen directorios para alojamientos y restauración de una de las ciudades turísticas de España por excelencia. No hay posibilidad para el resto de empresas ni tampoco para el tejido asociativo. Ya se ha comentado que se trata de una página que da mayor preeminencia a la información administrativa y, a pesar del mencionado nivel de interactividad, todas las opciones para la participación deben ser sugeridas y guiadas por el Ayuntamiento, hecho que provoca la escasa promoción de los recursos que hemos denominado ‘colectivos’

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

* Envío de vídeos

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

345. AYUNTAMIENTO DE MURCIA (www.murcia.es) EN MURCIA. (Consulta realizada el 11 de octubre del 2010)

La información de la capital, así como la agenda de acontecimientos ocupa un amplio porcentaje en el inicio de la página de Murcia. Es destacable también el protagonismo del alcalde que, aparte de una sección para su “saluda” a los vecinos y para su oficina de gestión, cuenta con un enlace exclusivo denominado “página del alcalde” que funciona como un blog particular pero dentro de la propia web municipal. Uno de los motivos que presumiblemente provoca esta relevancia de la figura del primer edil se centra en el ámbito puramente político, ya que el partido donde milita gobierna en Murcia con una amplia mayoría absoluta.

- A.** Se destaca una interactividad III Conversacional con una serie de direcciones de correo electrónico y de formularios de sugerencias que gozan de una correcta efectividad tal y como hemos podido comprobar. La administración en línea aporta innovaciones como es la posibilidad de la tramitación de atestados y consulta de estado de denuncias que se presentan ante la policía municipal. Hablamos de un nivel tercero de interactividad con el recurso visto ya en otros municipios para compartir coche entre los ciudadanos y ofrecer una alternativa para la contribución de todos al cuidado del medio ambiente.
- B.** Encontramos un vínculo para una de las asociaciones que funcionan en Murcia y, aunque no resulta completo, sí que debemos darlo por válido ya que no deja de ser una promoción de un colectivo particular a través de la web municipal pública. Este vínculo está situado en otro más integrador denominado “Enlaces de interés” que se localiza en el inicio de la web. No existe posibilidad de promoción empresarial, ni para el turismo ni para el resto de este sector económico.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	3(37.5)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	NO
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25)

* Compartir coche

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

346. AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA (www.ayto-malaga.es) EN MÁLAGA.
(Consulta realizada el 11 de octubre del 2010)

Una de los aspectos comunes que nos encontramos con mayor asiduidad conforme hemos avanzado este análisis, es la tendencia de que cuanto mayor es el municipio, menos se dedica a la cotidianeidad de la ciudad primando más la gestión municipal y todas las facetas que correspondan al Ayuntamiento. Es el caso de Málaga: La web se centra desde su inicio a las noticias convenientemente actualizadas pero relacionadas directamente con la administración municipal; ocurre de la misma forma con los vínculos expuestos: todos ellos se refieren a proyectos, campañas llevadas a cabo desde el Ayuntamiento o por parte de sus empresas públicas. Un aspecto que demuestra este carácter eminentemente administrativo es que no es posible su traducción a otro idioma teniendo en cuenta que Málaga es una de las principales ciudades costeras españolas; la única sección traducible a cuatro idiomas (alemán, francés, inglés e italiano) es la relacionada con el turismo.

- A. En esta línea, se sitúa el nivel de interactividad que solo podemos englobar en un II de Consulta con una completa E-Administración que posibilita gran cantidad de tramitaciones en línea, independientemente del área municipal y, en función de su naturaleza, requieren o no de certificado digital. Del envío que hemos realizado al buzón del ciudadano, sí hemos obtenido respuesta, pero no se han encontrado otras vías participativas.
- B. La única conexión que se ofrece en esta página para entidades colectivas son los directorios encontrados en la sección de turismo sobre alojamientos, alojamiento y otros servicios dedicados especialmente a este ámbito, como son los relacionados con el alquiler de coches. Ni el resto de la actividad empresarial ni el movimiento asociativo tiene espacio en esta web.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

347. AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA (www.zaragoza.es) EN ZARAGOZA.
(Consulta realizada el 12 de octubre del 2010)

La línea seguida en Zaragoza es similar a la comentada anteriormente en Málaga. La web es eminentemente municipal y, de hecho, aunque existe una sección denominada “Ciudad” su contenido tiene una línea continuista con el resto, ya que habla de diferentes departamentos del Ayuntamiento relacionados con el área social (Juventud, Tercera Edad, Mujer...) pero no se ofrece una información directa para y por los ciudadanos. Otra coincidencia con la web malagueña es que la posibilidad traducción a otros idiomas solo se ofrece en la sección de turismo. En este caso, a los cuatro idiomas de la ciudad costera (alemán, francés, inglés e italiano) se añade la posibilidad de lectura en portugués.

- A.** La interactividad se sitúa también en el II de Consulta con diversas tramitaciones en línea, sí se ha obtenido respuesta a nuestra solicitud que se ha remitido tanto a la dirección electrónica del alcalde como al formulario de quejas y sugerencias habilitado en la propia web. No existen otros elementos participativos.
- B.** Siguiendo la línea de Málaga, en Zaragoza hay, como ya se ha mencionado, una sección dedicada exclusivamente al turismo donde se localizan directorios relacionados directamente con este sector. Sin embargo, tampoco hay posibilidad para la promoción de otras actividades empresariales ni para los colectivos que funcionen en el municipio, a pesar de que se ha encontrado un enlace denominado *Asociaciones* pero que solo aporta información para la constitución de estas entidades y otras tramitaciones que deben tener en cuenta para su desarrollo,
- C.** Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

348. AYUNTAMIENTO DE SEVILLA (www.sevilla.org) EN SEVILLA. (Consulta realizada el 13 de octubre del 2010)

De nuevo nos encontramos una página eminentemente administrativa con un gran porcentaje de su contenido dedicado a la gestión del Ayuntamiento y relegando a un segundo plano las noticias y acontecimientos referentes a la propia ciudad. El inicio ofrece dos secciones claramente destacadas relativas, por un lado, a las noticias convenientemente actualizadas; y, por otro, a la agenda de eventos organizados por las diferentes delegaciones municipales. El resto de la página está dedicado básicamente al mapa de vínculos y a otros enlaces de interés, entre ellos, la participación de este Ayuntamiento en redes sociales como Facebook o blogs creados por esta administración y relativos a ella.

- A. El índice de interactividad se debe situar en el III Conversacional con una completa administración en línea que aporta recursos para la tramitación con certificado digital o sin él, dependiendo de la naturaleza de la gestión. El buzón de correo electrónico no funciona en el momento de la consulta, pero sí que se ha encontrado una encuesta relacionada con la captación de opiniones sobre el diseño de la web. No hay otras formas de participación para el usuario.
- B. En el apartado turístico se encuentran alojamientos y otras empresas relacionadas con el sector e incluso se facilita al usuario la reserva on line. Existe un directorio de asociaciones vinculado directamente con el registro municipal de entidades ciudadanas, ordenado por sectores y alfabéticamente. No hay espacio para el resto de empresas que funcionan en la capital hispalense ni para la promoción de las ofertas de empleo que pudiesen generar.
- C. Recursos individuales Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	NO
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

349. AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (www.valencia.es) EN VALENCIA.
(Consulta realizada el 13 de octubre del 2010)

Como punto de arranque, ofrece la posibilidad al usuario de entrar, o bien en la página relacionada con la gestión municipal, o bien con la referida al turismo. En ambos casos puede ser traducida al castellano o al valenciano, a los que se suman seis idiomas más - inglés, francés, alemán, portugués, japonés y chino- en la dedicada a la actividad turística, aunque en el momento de la consulta producía error, hecho que constatamos en días posteriores. Los contenidos están actualizados y responden, también en este caso, a información eminentemente administrativa.

- A. El nivel de interactividad se sitúa en el II de Consulta con una E-Administración que posibilita la tramitación de ciertos documentos con la previa disposición del usuario de un certificado digital facilitado por el Ayuntamiento. Hemos recibido contestación a nuestra petición en el buzón de sugerencias, aunque no se han encontrado otros recursos participativos.
- B. Al carecer de funcionamiento la página de turismo, no se ha podido comprobar si existen o no directorios dedicados a las empresas de este sector, el resto de entidades económicas tampoco tienen espacio para su promoción ni la red social que pueda funcionar en el municipio.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	0(0%)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

350. AYUNTAMIENTO DE BARCELONA (www.bcn.es) EN BARCELONA.
(Consulta realizada el 13 de octubre del 2010)

Destaca en su inicio una serie de informaciones superpuestas a la página principal en la que se indican las últimas novedades de la actualidad informativa, la agenda del día o las convocatorias en las que los ciudadanos pueden inscribirse. Por defecto, la página se inicia en catalán aunque puede ser traducida al castellano o al inglés en todas sus secciones. Incluye diversos vínculos en una estructura correcta a los que se añade otro enlace para las distintas web correspondientes a otros servicios públicos municipales.

- A.** El nivel de interactividad es III Conversacional con una original iniciativa cuyo sugerente contenido no tiene otra utilidad que la captación de nuevos usuarios: *Dedica una estrella en el firmamento virtual de Barcelona* que ofrece este regalo completado con un mensaje remitido por el usuario a una persona conocida, la cual lo recibirá a través de su correo electrónico y, para poder visualizarlo, deberá abrir la web municipal. A este recurso, se añade una serie de encuestas en las que se pide al usuario la valoración de la propia página y, en concreto, de su servicio de tramitación on line que también se incluye en esta web; además de una dirección de correo electrónico cuyo destinatario es el alcalde.
- B.** Existe un completo directorio de las entidades ciudadanas inscritas en el registro municipal, todas ellas ordenadas por ámbitos en los que trabajan y orden alfabético. El usuario dispone además de otros listados para restaurantes y alojamientos, éste último se localiza en dos secciones distintas: una de ellas sobre servicios dedicados al público y una segunda para la reserva on line a través de la propia web del municipio. No existen más áreas para dar a conocer al resto de empresas que funcionan en la ciudad ni las posibles ofertas de trabajo privado que pueden proporcionar.

C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	SI
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros*	SI
TOTAL(%)	4(50%)

RECURSOS B	S/N
En. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	SI
Empleo	NO
TOTAL (%)	2(50%)

* “Dedica una estrella”

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

351. AYUNTAMIENTO DE MADRID (www.madrid.es) EN MADRID. (Consulta realizada el 13 de octubre del 2010)

Con un diseño mucho más simplista que su principal ‘competidora’, la de Barcelona, ofrece una línea muy similar a la que ya se ha visto en otras capitales de provincia: su tendencia al municipalismo, es decir, con la mayor parte de la información referida a la gestión del Ayuntamiento. Su contenido puede ser leído únicamente en castellano, a excepción de la sección de turismo, que puede ser traducida al francés, inglés, chino, ruso o japonés.

- A. El nivel de interactividad es el II de Consulta con una cuidada E-Administración. Sí se ha obtenido respuesta del correo electrónico y no se han localizado otros recursos que inciten a la participación en algunas de sus secciones. Hay una posibilidad participativa en la referida a la potenciación de la bicicleta como vehículo de transporte en el casco urbano, pero debe ser considerado como un nuevo servicio de tramitación en línea, por lo que no es una vía participativa como las demás que son consideradas en este estudio.
- B. No existen directorios para el tejido empresarial ni para la red asociativa que funciona en la capital. En la sección de turismo sí que se encuentran establecimientos de todo tipo referidos a este sector (alojamientos, restaurantes, locales de ocio y nocturnos, tiendas de recuerdos...) y, aunque no existe un listado como los ya vistos en anteriores consultas, sí que podemos darlo por válido ya que ofrece completa información sobre este aspecto, uno de los más prolíficos y productivos de la capital.
- C. Recursos individuales

Recursos colectivos

RECURSOS A	S/N
Correo electrónico	SI
E-Administración	SI
Encuestas	NO
Foros	NO
Chats	NO
Fotografías	NO
Textos	NO
Otros	NO
TOTAL(%)	2(25%)

RECURSOS B	S/N
Emp. Turismo	SI
Otras empresas	NO
Asociaciones	NO
Empleo	NO
TOTAL (%)	1(25%)

RESULTADOS

CAPÍTULO 6

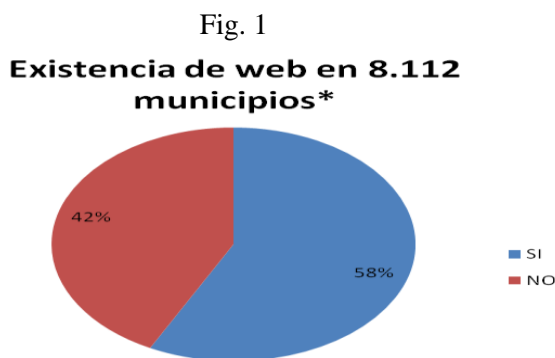
6. RESULTADOS

6.1. Una escasa apuesta por Internet

Sería conveniente que todas las administraciones públicas se marcaran, como uno de los objetivos básicos, la comunicación continua con los ciudadanos. Un fin que podrían profundizar más los Ayuntamientos por ser los órganos gestores más cercanos a la población. La interactividad que ofrece la Red podría ser tomada como un instrumento para impulsar esta finalidad y no solo como un medio propagandístico del papel político que se desarrolla en las corporaciones locales.

Sin embargo, se ha podido comprobar que falta aún mucho tiempo y, fundamentalmente, una gran voluntad para que la comunicación entre Ayuntamientos y ciudadanos se consolide en las webs, y que, de este modo, forme parte del quehacer diario en las administraciones locales, a la vez que el ciudadano pueda tener un nuevo recurso con el propósito de sentirse identificado e implicado con el desarrollo del municipio.

De hecho, tal y como se comprobó al principio de este análisis, poco más de la mitad de los Ayuntamientos dispone de una página propia: apenas un 57 por ciento ocupa un lugar en la Red. Del resto, se ha corroborado que en los mejores casos, están vinculados a webs más generalizadas gestionadas por determinadas empresas pero cuyo mantenimiento (si es que lo hay) no depende de los gestores o administradores municipales. (Fig. 1).



Datos obtenidos entre el 1 de octubre y el 10 de diciembre del 2009

Estas cifras han aumentado notablemente desde el año 1997 cuando tan solo se registraba un 1,6 por ciento de Ayuntamientos españoles con presencia en la Red, pero en la actualidad todavía queda un largo camino para alcanzar o, al menos, acercarse más a la totalidad de municipios con web institucional.

Bien es cierto que en España existe una gran cantidad de municipios cuyo índice de poblacional no supera los 1.000 habitantes: en total son 4.861, cifra que corresponde a casi un 60 por ciento de las 8.112 localidades registradas en el Estado. Pero ello no es óbice para fomentar un nuevo canal de comunicación alternativo a la presencia física

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

del ciudadano en el Ayuntamiento, o a otras vías tradicionales como la telefónica o el correo postal.

De hecho, hay 311 municipios con una población menor de 100 habitantes que sí disponen de página web, casi un 29 por ciento del total. Porcentajes que aumentan paulatinamente hasta alcanzar el ciento por ciento en las localidades que superan los 20.000 empadronados. (Fig. 2)

Fig. 2

POBLACIÓN	SIN WEB (%)	CON WEB (%)	TOTAL
Menos de 101 hab.	762 (71,1%)	311 (28,9 %)	1.073
101- 500 habit.	1.676 (61,6 %)	1.045 (38,4 %)	2.721
501-1.000 habit.	452 (42,4 %)	614 (57,6 %)	1066
1.001-2.000 habit.	298 (32,1 %)	630 (67,9 %)	928
2.000-3.000 habit.	119 (22,9 %)	399 (77,1 %)	518
3.001-5.000 habit	77 (15,3 %)	427 (84,7 %)	504
5.001-10.000 habit.	38 (6,9 %)	515 (93,1 %)	553
10.001-20.000 habit.	20 (5,6 %)	336 (94,4 %)	356
20.001-30.000 habit.	0 (0%)	148 (100%)	148
30.001-50000 habit.	0 (0 %)	100 (100%)	100
50.001-100.000 hab.	0 (0%)	83 (100%)	83
100.001-500.000 hab.	0 (0%)	56 (100%)	56
Más de 500.000 hab.	0 (0%)	6 (100 %)	6
TOTAL	3.442 (42,4 %)	4670 (57,6 %)	8.112

Estamos, por tanto, ante un primer dato que, pese a su aparente obviedad, no deja de ser importante por diversas razones que en las siguientes líneas desglosaremos: conforme aumenta al nivel poblacional, se incrementa la cantidad de Ayuntamientos que disponen de páginas web institucionales.

Sin embargo, en el transcurso de este estudio hemos encontrado que la cantidad de web no viene acompañada por un paulatino incremento cualitativo en lo que se refiere al grado de interactividad y, en consecuencia, la aceptación de los ciudadanos por parte de la administración local como participantes en la generación y desarrollo de un ‘ayuntamiento virtual’, por el cual se pueda conseguir una participación democrática cuasi directa del usuario en la vida y avances de su propio municipio.

Como ya expusimos en el modelo que íbamos a emplear para la elaboración de este estudio, nos basamos en cuatro niveles de interactividad que consideramos oportunos para conocer la apuesta de los Ayuntamientos por lograr la implicación de los vecinos: Transmisión, Consulta, Conversacional y de Registro, englobando en este último a aquellas páginas que ofrecieran todos los recursos de participación posibles en Internet e incluso aportando ideas novedosas para conseguir la implicación ciudadana.

El primer nivel, de Transmisión, supone una acción pasiva del usuario ya que no podemos limitarnos a que su participación en Internet sea similar al “zapeo” en

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

televisión, a la búsqueda de la emisora favorita de radio o el paso de páginas para llegar a la sección que más le interesa de un periódico.

Sin embargo, nos hemos encontrado con que los Ayuntamientos no se atreven todavía a dar una voz pública a los ciudadanos, o al menos, no consideran que Internet y su página oficial sea el canal válido para recoger una mayor participación vecinal; prefieren otros métodos más tradicionales como el fomento del asociacionismo que, como ya se ha mencionado en anteriores páginas, solo engloba un 1 por ciento del total de la ciudadanía.

No existen niveles satisfactorios de la interactividad en las web municipales, como demostramos con los gráficos de las figuras 3 y 4, en los cuales se comprueba que ninguno de los Ayuntamientos analizados alcanza una plena interactividad; hay aún una gran cantidad de ellos que todavía 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.

Fig. 3

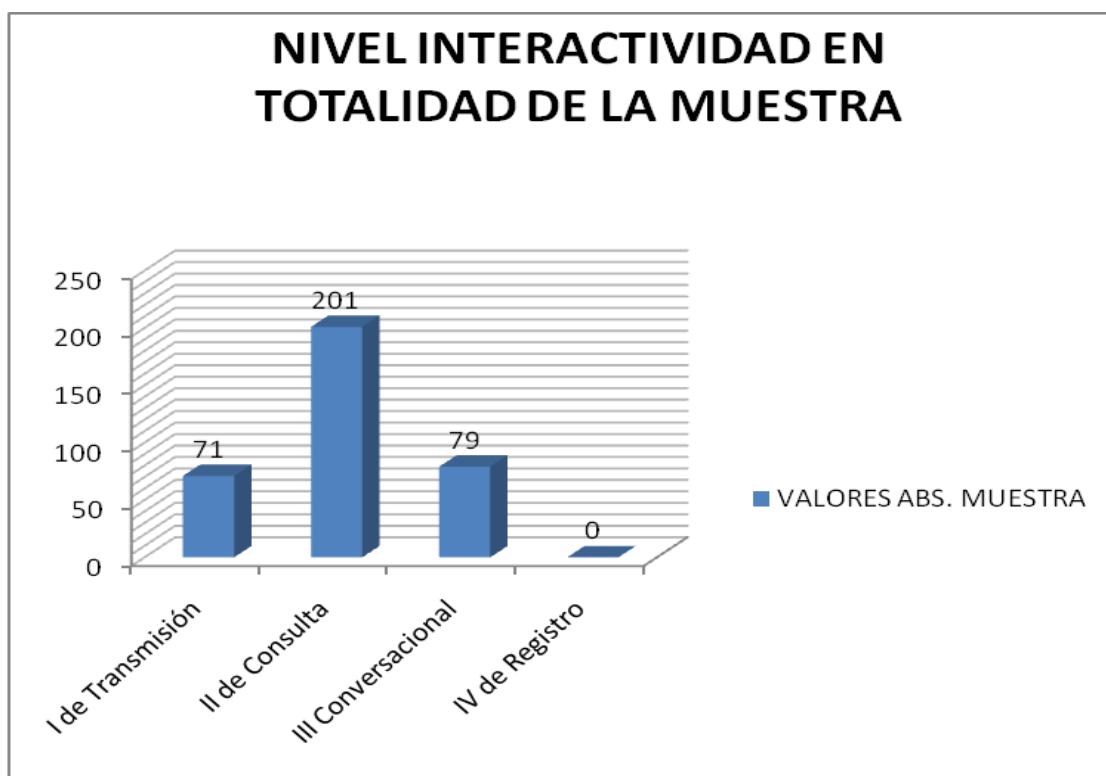
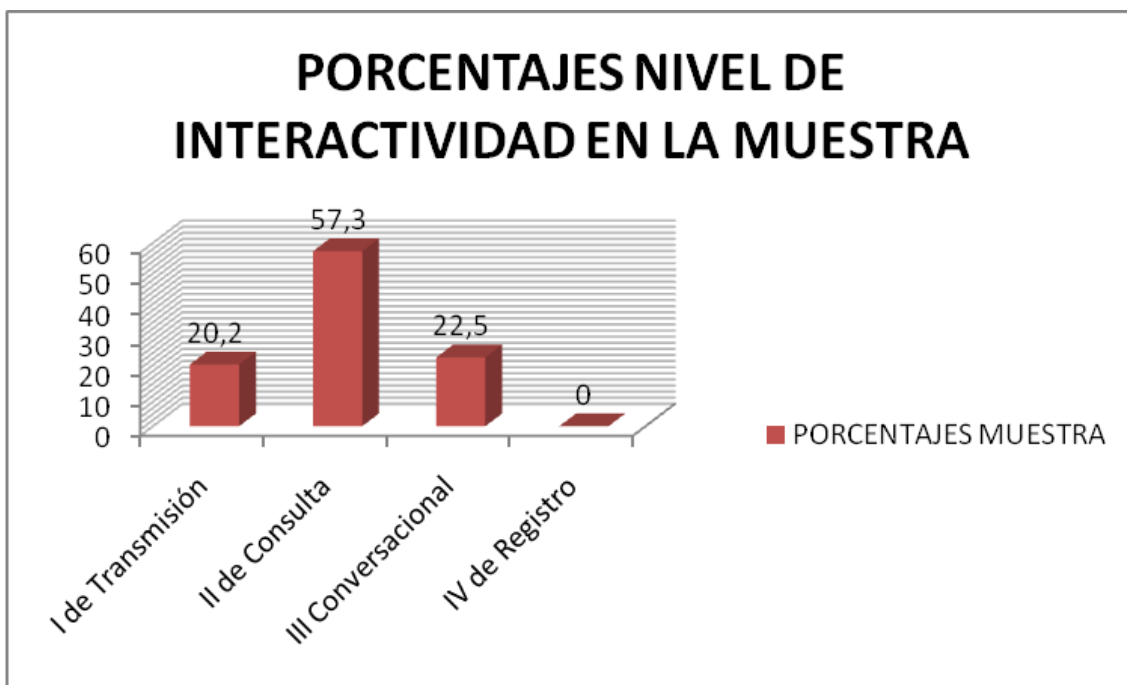


Fig. 4



En la Red hay que llegar a algo más allá que una simple combinación de ‘clickeos’, como si fuera un teletexto cuya primera página es un menú de sugerencias de una gran cantidad de puntos de información. Sería deseable que los creadores y, fundamentalmente, los impulsores de la elaboración de una página web fueran más ‘permisibles’ y dejaran al receptor que se convierta en un interlocutor con voz propia y ofreciéndole la posibilidad de que se implique en el desarrollo de la página web y, por extensión, de proyectos y objetivos que se pretenden alcanzar con ella.

6.2. Proliferan las redes sociales y los blogs

En el caso de los Ayuntamientos, la finalidad de introducirse en Internet es ofrecer un recurso más para el avance de la ciudadanía, pilar básico de cualquier tipo de administración pública. Si se pretende que en la era democrática y con el meteórico progreso de las nuevas tecnologías, sean unos pocos los que dirijan los destinos de todos los demás, las páginas web municipales se quedarán en un recurso prácticamente olvidado por el ciudadano que buscará otras vías de escape en Internet con mejores oportunidades para alzar su voz.

Este extremo ya se está produciendo con la proliferación de las denominadas ‘redes sociales’. De hecho, existen municipios que sustituyen la interactividad en la propia página por un enlace hacia un vínculo de estas redes, fundamentalmente Facebook o Twitter que son las más populares, es decir, hay Ayuntamientos que prefieren fomentar páginas ajenas a la suya propia, relegando ésta a un segundo plano para la participación

y reservándola para una información unilateral tradicional con emisor y receptor plenamente identificados.

Incluso hay responsables políticos, en su mayoría los propios alcaldes, que protagonizan su propio blog y que en muchos casos disponen también de un vínculo en la propia página municipal. En estos blogs se generan diversos foros propuestos por el regidor quien, por supuesto, tiene la parte protagonista en lo que se refiere a exponer opiniones, mientras que las impresiones y valoración de los ciudadanos van a la zaga.

Como un somero análisis paralelo a nuestro estudio, se ha comprobado que una gran cantidad de municipios, independientemente de su nivel poblacional, utiliza con bastante frecuencia la página Foro-Ciudad (www.foro-ciudad.com), incluso llega a ser parte del contenido en los cursos formativos de iniciación a las nuevas tecnologías que se imparten en los centros públicos de acceso a Internet.

Los temas son propuestos por los mismos vecinos y lo emplean incluso para compartir fotografías relacionadas con su localidad, ya sean antiguas, de eventos o simplemente de sus paisajes naturales o de su riqueza cultural y urbanística.

En algunas ocasiones es también utilizado por el propio Ayuntamiento para difundir novedades o actuaciones públicas que llevan a cabo, y también para medir la opinión de los vecinos sobre determinados asuntos. Incluso se utiliza, en casos extremos, como vía de propaganda política indirecta mostrando las “bondades” en la gestión municipal.

El Foro-Ciudades se ha convertido en una alternativa a las localidades que carecen de web municipal, o como un contrapeso a las propias páginas excesivamente institucionales y con escasa interactividad para los ciudadanos. Ésta es una de las razones por la que muchos Ayuntamientos eligen esta opción, desechando la creación de una web propia que potencie una mayor identificación para el ciudadano, en comparación al matiz tan generalista aportado por el Foro.

Sin embargo, éste no es el objeto del presente estudio, aunque era fundamental destacarlo para explicar porqué, a estas alturas de desarrollo de Internet, más de la mitad de los municipios de España no tiene una web institucional propia.

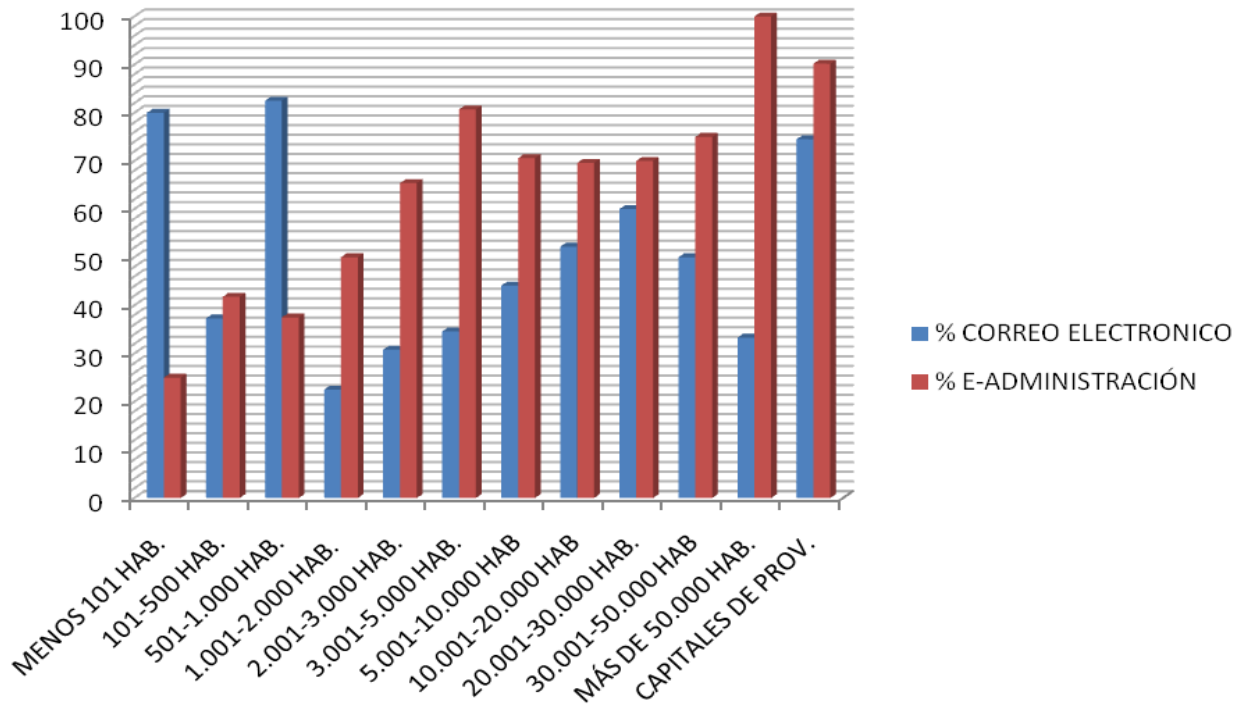
6.3. Desglose de recursos individuales

La intención es, como ya se ha comprobado en el capítulo de Análisis, saber qué Ayuntamientos utilizan los recursos tradicionales de participación para comunicarse con sus ciudadanos y, como se ha podido comprobar, no hay una verdadera apuesta generalizada para esa interconexión.

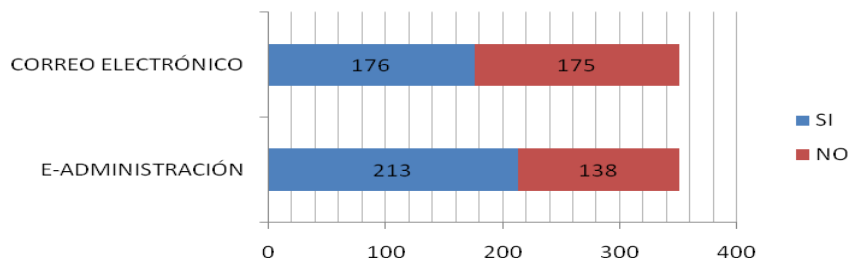
A priori, suponíamos que cuanto mayor fuera la población, más recursos tendría ésta para la participación. Lo más habitual es que el correo electrónico y la E-Administración sean efectivos en las páginas, pero el volumen de estos instrumentos para la interactividad es independiente al nivel poblacional. (Fig. 5)

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

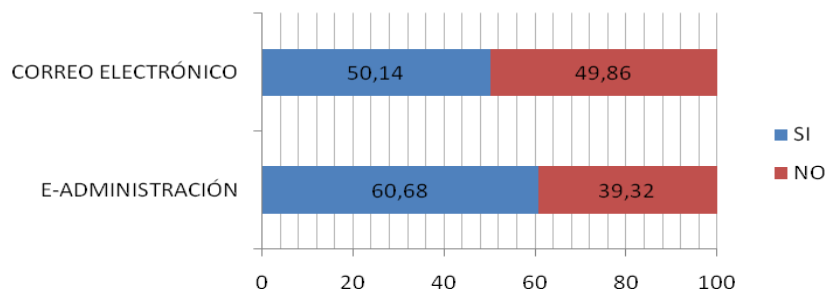
Fig. 5



CANTIDAD DE MUNICIPIOS CON RECURSOS DE NIVEL II DE CONSULTA



PORCENTAJES DE MUNICIPIOS CON RECURSOS DE NIVEL II DE CONSULTA



ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

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 por ciento los que ofrecen este recurso a los usuarios.

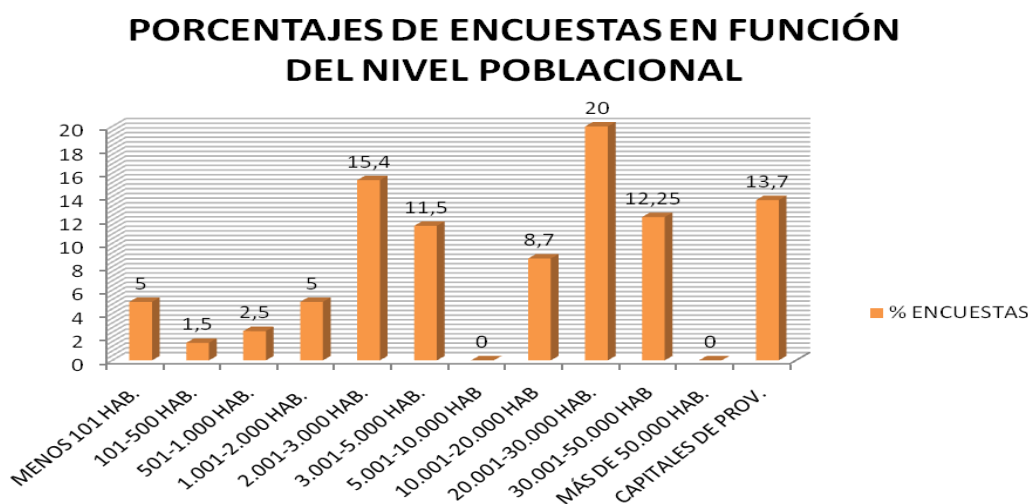
Bien es cierto que las proporciones de la utilización de la E-Administración tienen un trazado ascendente en función del número de población, llegando a la totalidad en los municipios con más de 50.000 habitantes y a casi al 100 por ciento en las capitales de provincia (algunas de ellas, recordemos, tienen una población menor que el índice anteriormente mencionado). Aunque esta ascensión no es lineal ya que encontramos algunas depresiones en las localidades entre 5.001 y 30.000 habitantes, pero son muy sensibles.

Sin embargo, la efectividad de correo es mucho más irregular. Es destacable que hemos obtenido un mayor índice de respuesta 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 por ciento 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.

En cuanto a las posibilidades de participación que se han integrado en el segundo grupo (B), los llamados recursos Colectivos, no encontramos ninguna uniformidad ni una progresión cuantitativa de su puesta en marcha en función del tamaño de los municipios.

Tomando como referencia a alguno de los más recurrentes, las encuestas, foros y fotos, podemos comprobar en los siguientes gráficos (Figs. 6, 7 y 8) que no se puede considerar el nivel de poblacional como factor básico para la inclusión de este recurso en las páginas webs.

Fig. 6



MEDIA DE MUNICIPIOS CON RECURSO DE ENCUESTAS: 7,96

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

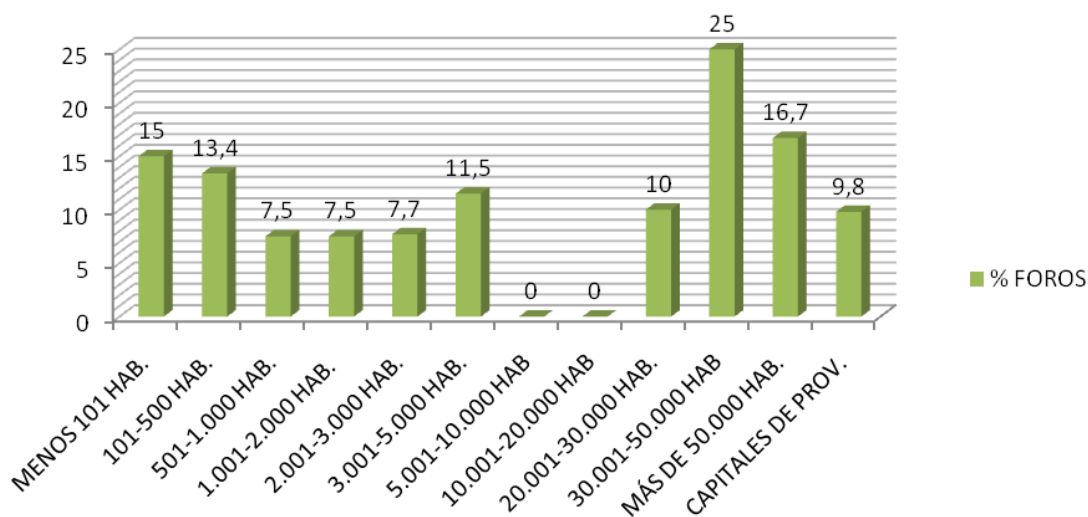
La posibilidad que tienen los usuarios de contestar a encuestas que ofrecen los Ayuntamientos en sus web es muy baja, se acerca tan solo al 8 por ciento de los 351 municipios elegidos para la muestra. En el gráfico correspondiente a este recurso (Fig. 6), se evidencia que el polígono de unión de todos los valores no conforma una línea ascendente, como sería previsible, teniendo en cuenta que la capacidad en todos los ámbitos (incluido el económico) de los municipios, aumenta en función de su incremento poblacional.

Nos encontramos que los mayores niveles se sitúan entre los 2.000 y 3.000 habitantes, y después en municipios cuyo índice poblacional oscila entre los 20.001 y 30.000. De cualquier modo, los índices no son muy altos, llegando en el mejor de los casos a un 20 sobre 100 municipios que sí proponen encuestas a sus ciudadanos y una media de todos ellos que no alcanza tan siquiera el 8 por ciento.

Cifras y porcentajes similares nos encontramos en los dos recursos que anteriormente hemos mencionado: foros y fotografías (Figs. 7 y 8).

Fig. 7

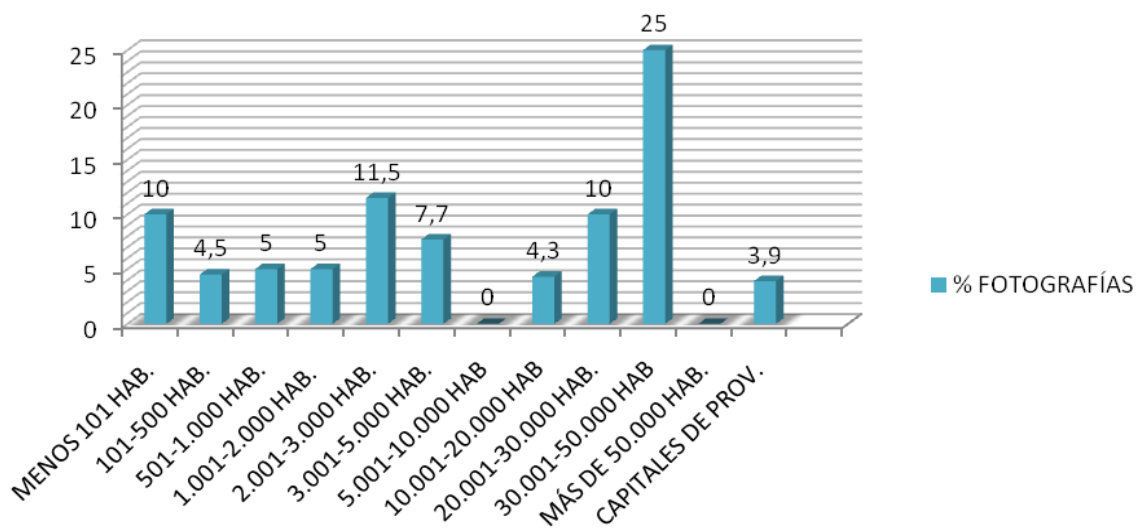
PORCENTAJES DE FOROS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL



MEDIA DE MUNICIPIOS CON RECURSO DE FOROS: 10,34

Fig. 8

PORCENTAJES DE FOTOGRAFÍAS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL



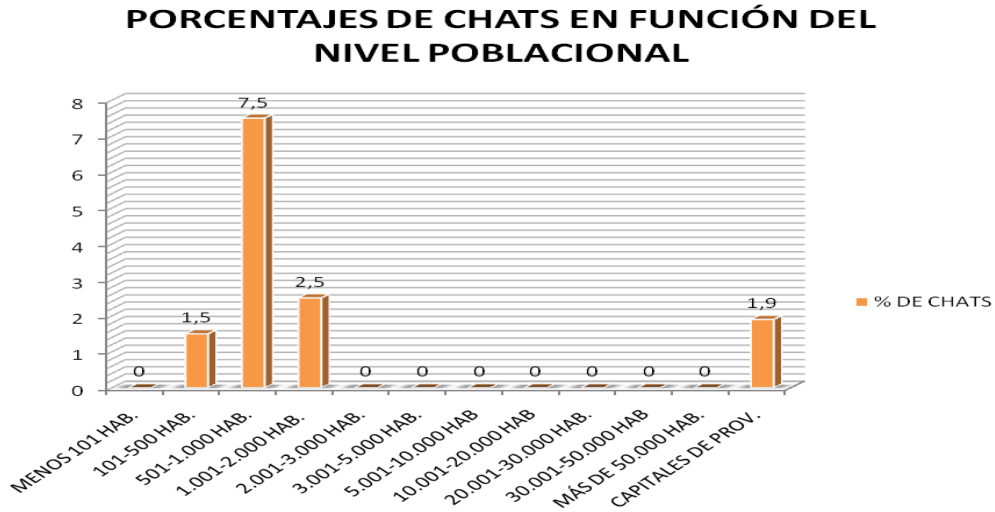
MEDIA DE MUNICIPIOS CON RECURSO DE FOTOGRAFÍAS: 7,24

Los niveles más altos en ambos gráficos los encontramos en los municipios entre 30.001 y 50.000 habitantes, y aún en esta franja, tanto foros como imágenes solo son recursos participativos para los ciudadanos en una cuarta parte de las localidades estudiadas. Además, las respectivas medias sobre el total están también muy limitadas: 10,34 entre los porcentajes de foros y 7,24 en los de fotografías.

Estamos hablando de los recursos más veces propuestos por los Ayuntamientos para la interactividad con el vecino porque estas cifras, como podremos comprobar en los siguientes gráficos (Figs. 9 y 10), bajan notablemente las opciones de comunicación virtual. Debemos excluir, no obstante, el gráfico referido a los denominados *Otros* (Fig.11), ya que las cuantificaciones obtenidas no se pueden hacer corresponder con el resto: mientras que en las primeras estamos hablando de recursos concretos, en este último hemos incluido un perfil de opciones más generalizado para la interacción.

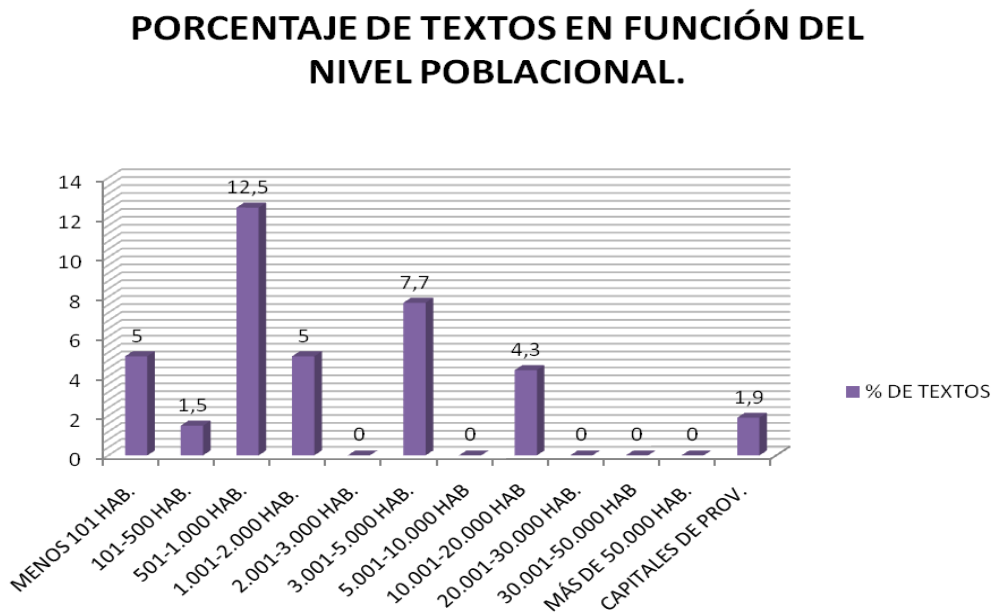
ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Fig. 9



MEDIA DE MUNICIPIOS CON RECURSO DE CHATS: 1,12

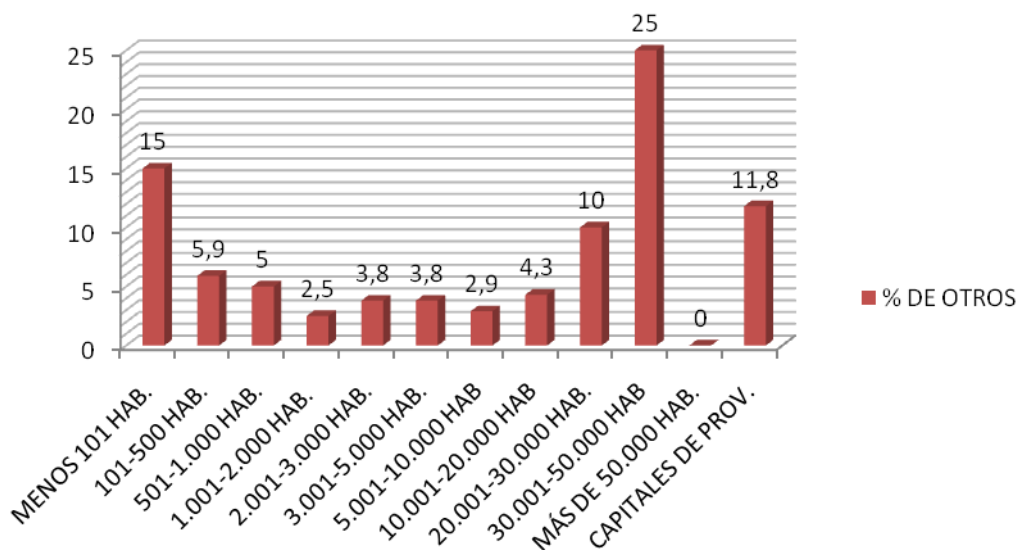
Fig. 10



MEDIA DE MUNICIPIOS CON RECURSO DE TEXTOS: 3,16

Fig. 11

PORCENTAJES DE OTROS RECURSOS EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL



MEDIA DE MUNICIPIOS CON OTROS RECURSOS: 7,5

La observación de estos porcentajes comparativos nos aportan la base para consolidar lo que ya hemos comentado antes de su planteamiento: 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 un 2 de media; mientras que la más alta es la referente a herramientas innovadoras que concluye en un 7,5 sobre las 351 localidades analizadas.

Hay municipios con un escaso índice de población y, sin embargo, su apuesta por la oferta que plantea la Red es mucho mayor que en localidades que superan los 50.000 habitantes, e incluso capitales de provincia, las cuales tienen una mayor capacidad de control sin tener que utilizar medidas cercanas a la censura que vulneren el derecho a la libertad de opinión.

Ejemplo de ello se encuentra en la localidad turolense de Aguatón (4 en el capítulo de Análisis) que, aparte de disponer de las opciones del nivel de Consulta, propone a los vecinos un espacio para el foro y otro, en paralelo, para que aporten su opinión a las noticias que genera el Ayuntamiento.

Igualmente, otro pueblo aragonés, el zaragozano de Lobera de Onsella (8 en el Análisis) ofrece una interactividad fuera de lo común ya que, en este caso, no cuenta ni con correo electrónico ni con administración en línea que, por otra parte, para una población

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

que no alcanza tan siquiera el medio centenar de habitantes es prácticamente prescindible. Sin embargo, Internet aporta otros atractivos que pueden ser perfectamente válidos para escasas poblaciones cuyas dimensiones son incluso menores a algunas comunidades de vecinos.

Lobera de Onsella ha sabido extraer esas posibilidades y encontramos en su página secciones para que, por una parte, los vecinos descarguen y compartan con sus conciudadanos fotografías sobre el municipio y los acontecimientos que en él se desarrollan; y, por otra, para que puedan dejar constancia de su afición literaria con textos sobre sus vivencias en el pueblo. Además, dispone de un foro para mantener conversaciones entre ellos y, de esta forma, ofrecer también un espacio a los usuarios que no residen en la localidad, además de una serie de encuestas con respuestas cerradas que propone el Ayuntamiento.

En los últimos años se ha producido un progresión geométrica de páginas cuyo fin es la interacción por distintas vías de todos sus usuarios, configurando grupos con un perfil común o con un rasgo identificativo en todos ellos que propicia la comunicación. Páginas que tienen notable éxito y que son la esencia de las llamadas redes sociales que se están generando en Internet.

El aprovechamiento de estos recursos no es necesariamente inherente o exclusivo de una administración, pero sí potencia valores tan básicos en la sociedad actual como es la comunicación. El derecho a la opinión y a la participación democrática, debería ser una pieza fundamental en la construcción de cualquier Ayuntamiento que persiga la implicación e identificación de todos los ciudadanos.

Las encuestas y foros pueden redundar en una mejora para un desarrollo del municipio acorde con las necesidades que se van generando día a día a través de propuestas que plantea el mismo administrador o los propios usuarios sobre asuntos que inciden en la cotidianidad de la ciudadanía. Los chats pueden contribuir también a este quehacer constante, pero también a reforzar unas señas de identidad en el individuo con su Ayuntamiento. Si se facilita la comunicación intervecinal, la visión del usuario no podrá ser, en ningún caso, negativa o impasible.

La identidad también se refuerza con la posibilidad de tener un espacio para cultivar aficiones en una web por la cual el individuo siente una determinada vinculación, en este caso, la de su pueblo o su ciudad. Es, en términos más particularistas, lo que sociólogos de principios del siglo XX denominaban *identificación con la nación cultural*.

Este concepto, o uno similar pero con el mismo fin, es el que mueve a municipios pequeños como el anteriormente mencionado de Lobera de Onsella, a “cultivar” una página eminentemente participativa en el que todos los vecinos tienen algo que decir y que ofrece al exterior una imagen de un pueblo con movimiento e inquietudes para mantenerse y avanzar, aunque aparentemente sea uno de los cientos de pueblos españoles que está en riesgo de extinción.

La riqueza natural puede ser una buena baza para la promoción al exterior y, por extensión, para su desarrollo a través del sector servicios. La página web puede llegar a ser un instrumento prácticamente imprescindible para ese fortalecimiento de la imagen en entornos externos. Municipios pequeños que se encuentran en uno de los cientos de incomparables parajes de los que goza la geografía española pueden aprovechar esta vía y convertirla además en un modo de participación.

6.4. Promoción al exterior y turística

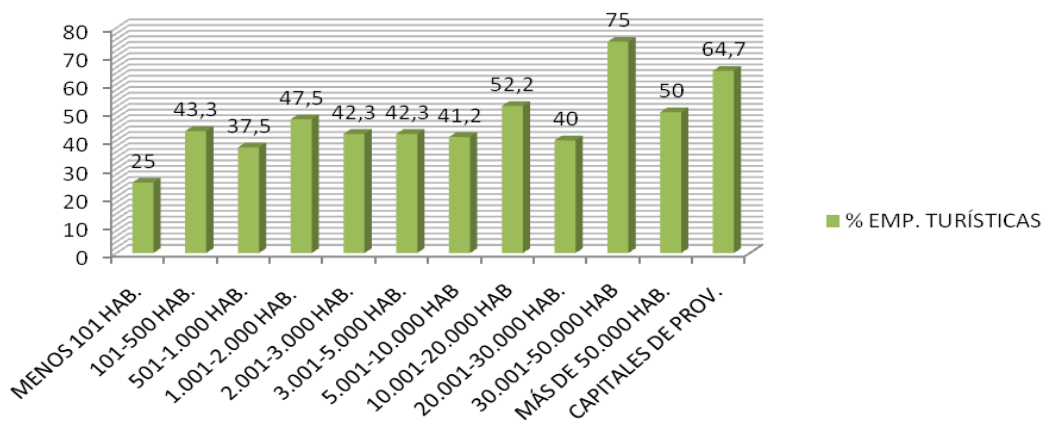
El municipio guadalajareño de Alustante (50 del Análisis) es un ejemplo de ello que, como ya se ha comprobado, ofrece en la página web del Ayuntamiento un curioso y original enlace: los propios usuarios exponen rutas para aficionados al senderismo y otras prácticas similares por la inigualable sierra alcarreña donde está enclavada esta localidad.

De esta forma, consiguen un doble objetivo: por un lado, aportar un recurso más a la participación ciudadana; y por otro, promocionarse al exterior y dirigirse hacia un modo de turismo que cada vez tiene un mayor número de adeptos.

Por esta razón, la promoción turística de alojamientos y otros establecimientos en la web municipal ofrece esa doble finalidad, por lo que era preciso analizar si los Ayuntamientos planteaban esa posibilidad y fundamentalmente en aquellos municipios cuyo entorno natural y/o cultural sea un foco de atracción para viajeros. Los datos obtenidos en nuestro análisis pueden ser interpretados en el gráfico correspondiente (Figura 12)

Fig. 12

PORCENTAJE DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN FUNCION DEL NIVEL POBLACIONAL



MEDIA DE WEB CON INCLUSIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS: 46,75

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Observamos algunos datos significativos:

Los niveles se mantienen en el entorno de la mitad de municipios correspondientes a cada sector. En sus respectivas páginas principales ofrecen un espacio a la promoción de la oferta turística. De hecho, la media global es de 46,75 por ciento.

Todas las web que aportan estos datos corresponden a municipios que tienen algún rasgo atractivo para el turista o el visitante esporádico, pero no se produce el caso recíproco, es decir, no todos los municipios con alguna característica interesante disponen de espacio para este sector: se observa que varios de ellos cuya población no llega a los 500 habitantes tienen alojamientos rurales y, sin embargo, no se especifica en las web municipales. En este sentido, hemos encontrado numerosos ejemplos: casos como el de Navacerrada (183 del Análisis) que, a pesar de tener una página bastante participativa (III Conversacional) no aporta una promoción turística especial y específica a este fin, siendo un municipio cuya localización está en uno de los lugares privilegiados de la Comunidad de Madrid: en un extraordinario foco de interés para los amantes de la montaña y de los deportes de invierno. Igual ocurre en uno de los preciosos enclaves marítimos tarraconenses: El Perelló (202) que, aunque también tenga una página en el nivel Conversacional, no aporta espacio específico para el turismo y sí para el resto de empresas.

- Hay una clara subida en los municipios con una población entre 30.001 y 50.000 habitantes. Un 75 por ciento de las páginas seleccionadas promociona el alojamiento y demás establecimientos relacionados con el sector. Una de las razones que encontramos para ello es que suelen ser localidades con un desarrollo continuo y que buscan su consolidación entre el grupo de administraciones que, sin perder la calidad de vida que, en cierto sentido, no aportan las grandes ciudades, sí que pretenden conseguir los mismos servicios que disponen éstas. Aunque sean municipios que no tienen una riqueza turística por su entorno natural o cultural, bien pueden ser un centro de interés para nuevas industrias y empresas en expansión que deseen ampliar sus expectativas en áreas donde se vea un potencial de beneficios, como pueden ser este tipo de localidades, y que éstas, en perfecta simbiosis, también obtengan ventajas para su crecimiento económico. Este objetivo suele ser uno de los pilares que rige la gestión de sus actores políticos: un continuo crecimiento económico, pero respetando la idiosincrasia y la identidad del pueblo. La promoción al exterior es la baza fundamental y muchos de los gestores municipales son conscientes de ello; por tanto, promocionan el servicio turístico en sus web institucionales.

- A pesar de su distintivo rasgo de capital de provincia, no todas ellas prestan atención a su promoción de cara al exterior. Recordemos que la intención de analizar todos estos municipios que se caracterizan por esta cuestión es que son punto de referencia para el resto de localidades englobadas en sus respectivas provincias y, en un plano más concreto, comprobar si sus webs pueden servir como modelo a copiar o, al menos, como marco para guiarse en el diseño de las páginas y, dentro de éste, alcanzar una mayor participación del ciudadano. De las 51 capitales de provincia y ciudades autónomas de España, 14 no aportan un espacio a la promoción turística, lo que corresponde a un 32,3 por ciento del total, casi una tercera parte. Entre ellas encontramos a Murcia o, incluso, Palma de Mallorca que, aunque tiene una página vinculada a la municipal denominada IMTUR (acrónimo de Institut Municipal de

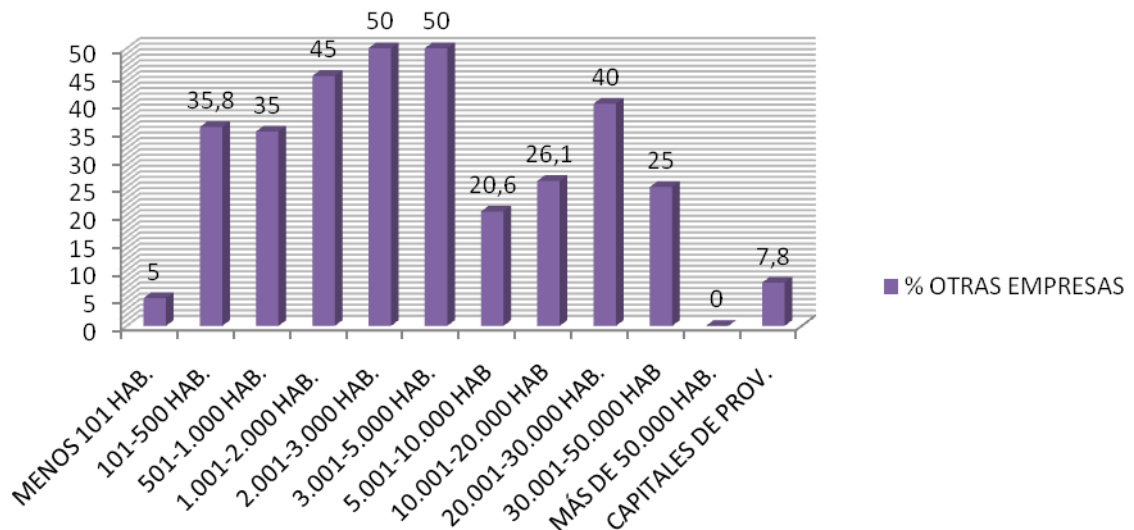
Turisme) no hay, en el momento de la consulta, datos sobre establecimientos privados que puedan promocionarse a través de la web. No estamos hablando de publicidad gratuita, sino de una sección que ofrezca las mismas condiciones para que se promocionen todas estas unidades empresariales y que, por extensión, consiga una mayor atracción turística de la que ya tiene, principalmente oriunda de grandes países europeos: Alemania, Reino Unido y Francia, que tanta riqueza pueden aportar a estas localidades y a sus respectivos entornos.

6.5. Otros recursos colectivos: económicos y sociales

No obstante, la inclusión de empresas de turismo es uno de los recursos colectivos más habituales en las páginas municipales, manteniendo una notable ventaja sobre las web que promocionan el resto de la actividad económica de la localidad cuya media es de 27,9 (frente al 46,75 ya mencionado de las empresas turísticas). Tras el desglose de datos observado en el siguiente gráfico (Figura 13), se puede obtener otras conclusiones importantes:

Fig. 13

PORCENTAJES DEL REFLEJO EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL



MEDIA DE WEBS CON INCLUSIÓN DE OTRAS EMPRESAS: 27,9

- Resulta evidente que la página web no es la mejor apuesta que realizan, cuando la industria y el sector servicios, es decir, empresas y negocios, suelen ser el motor económico de la mayoría de los municipios. En el mejor de los casos: alcanzan el 50 por

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

ciento los municipios que sí exponen directorios sobre este aspecto y cuya franja poblacional se sitúa entre los 2.000 y 5.000 habitantes.

- Es significativa la nula presencia de directorios de empresas en la muestra de localidades que superan los 50.000 habitantes. Es posible que resulte inviable o que suponga un sobreesfuerzo añadido la inclusión de una ingente cantidad de unidades que componen la red empresarial, industrial y comercial de estos municipios. De hecho, algunos realizan la promoción por otros cauces, pero que no se ha contemplado en este estudio por no considerarlo como recurso colectivo, tal y como lo definimos en el modelo de análisis. Por ejemplo, algunas localidades utilizan parte de su web para la promoción de su suelo y, por extensión, para la captación de nuevas empresas procedentes de otros puntos del ámbito nacional e incluso internacional. En otros casos, se aporta información destinada exclusivamente a empresarios e industriales de la zona o se les facilita la tramitación de diversas gestiones por vía telemática. Sin embargo y como ya hemos comentado, no se pueden considerar como recursos colectivos ya que no son instrumentos para poner en contacto a las personas jurídicas o los distintos colectivos con el resto de los ciudadanos.

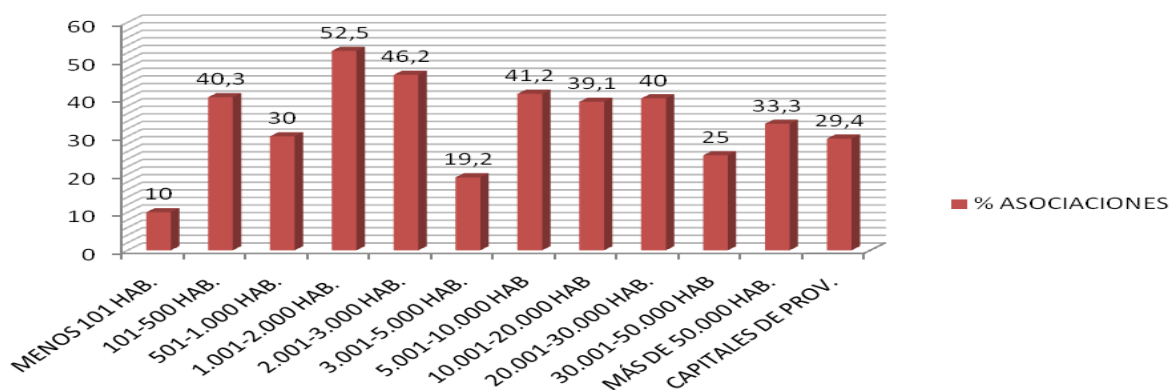
- Esta situación se produce igualmente en las capitales de provincias y utilizan medios similares que no tienen que ver con la interactividad tratada en este estudio.

- Es lógico, por otra parte, que los municipios con una población que no alcanza el centenar de habitantes no incluyan este tipo de recursos en la gran mayoría de ellos (solo está disponible en un 5 por ciento de estos pueblos, porcentaje que corresponde a una sola localidad de las 20 que se escogieron para la muestra). La razón estriba en que su fuente principal de economía se centra en el sector primario, es decir, en la ganadería y la agricultura; mientras que los sectores de servicios e industrial son prácticamente nulos.

En cuanto al capítulo social, las cifras son sensiblemente superiores a las registradas en la inclusión de otras empresas, pero no alcanzan a los porcentajes detectados en el sector turístico. La media, según podemos observar en la Figura 14, es de 33,8; es decir, algo más de un tercio de los Ayuntamientos pone a disposición del tejido social un espacio en la web municipal.

Fig. 14

PORCENTAJES DEL REFLEJO SOCIAL EN FUNCIÓN DEL NIVEL POBLACIONAL



MEDIA DE WEBS CON PROMOCIÓN DE ASOCIACIONES: 33,8

Encontramos una mayor apuesta por los recursos que hemos agrupado bajo la denominación de *Colectivos* con respecto a los *Individuales*. Si en el mejor de los casos, en los primeros se acercaba a un 14 de media, en estos últimos la horquilla oscila entre 27,9 correspondiente al tejido económico en general y 46,8 de las empresas turísticas, situándose en prácticamente la mitad de estas cifras la promoción social, que casi alcanza un 24. Sin embargo, estas cifras no se corresponden con el cuarto de los colectivos: el referido al fomento de empleo privado. Como veremos más adelante, su media se sitúa en 6,9, muy similar a las halladas en los individuales.

Igual que ocurría con el tejido empresarial, el movimiento social de los pequeños municipios es prácticamente inexistente y, por tanto, es lógico que el porcentaje sea muy inferior con respecto al del resto de las franjas poblacionales.

Pero lo que sí resulta peculiar es la depresión que se produce en la franja entre 3.001 y 5.000 habitantes. Si todos los demás oscilan entre el 30 y el 52 por ciento, en el sector poblacional que ahora nos ocupa se sitúa tan solo en el 19,2; es decir, de los 26 municipios elegidos como muestra, solo 5 disponen de un espacio para los colectivos que funcionan en el municipio.

Da la impresión de que, aún a estas alturas, muchos Ayuntamientos no son conscientes del potencial que caracteriza a la red social. Después de tantos años con una Ley de Asociacionismo, pieza clave para el fomento de la participación ciudadana, no se incentiva la implicación de estas entidades en el desarrollo del municipio. Un hecho que queda reflejado en las páginas web y más, como hemos visto, en municipios de medianas dimensiones que, con toda seguridad, cuentan con un buen número de colectivos cuyo objetivo es trabajar en los más diversos ámbitos.

Bien es cierto, tal y como comentábamos en anteriores capítulos, que la implicación ciudadana en el tejido asociativo es muy baja, reiteramos que tan solo es del uno por ciento; sin embargo, en la mayoría de los casos, el trabajo que realizan es crucial para completar una labor a la que el Ayuntamiento no llega ni tan siquiera a proyectarlo.

Además, constituyen la piedra angular en los movimientos reivindicativos de la sociedad en general, con una indeterminada cantidad de demandas que sería deseable que los políticos se plantearan escucharlas como una de sus más firmes obligaciones.

Esta atención al movimiento social debería tener un reflejo mayor en cada una de las web municipales porque nada menos que dos tercios de estas páginas no reserva un solo vínculo a los colectivos.

En definitiva, la principal conclusión es que la apuesta por el tejido social en la web municipal es escasa, comparada con la fuerza que siempre tiene éste en el desarrollo y progreso de cualquier municipio.

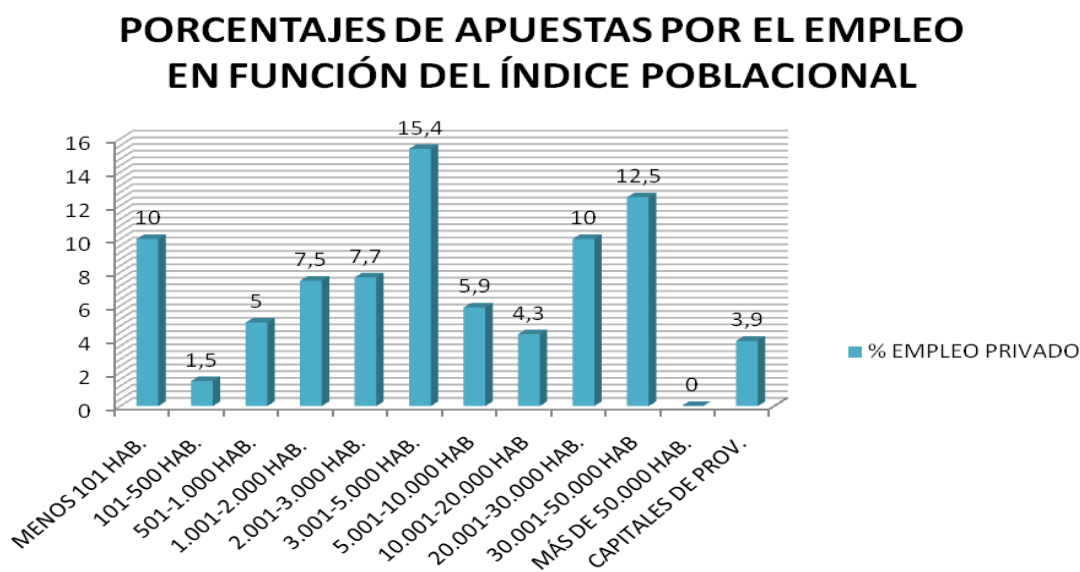
Uno de los principales temas de preocupación de los españoles es la falta de trabajo, tal y como se ha constatado en multitud de encuestas realizadas periódicamente en los

distintos ámbitos sociales. Es por ello que la potenciación de ofertas de empleo debería tener un mayor protagonismo en los canales de comunicación que impulsan las instituciones públicas como es, en este caso, las páginas web municipales.

Sin embargo, este hecho no se produce. Todo lo contrario. Muy pocos son los municipios que optan por dejar un espacio a la interrelación entre empleadores y ciudadanos que buscan un puesto de trabajo. En muchas páginas hemos podido observar que sí ofrecen listados con las Ofertas Públicas de Empleo (OPE) pero no lo hemos contabilizado porque no es un recurso de interacción, sino una información que el Ayuntamiento dispone de forma unilateral y, en el mejor de los casos, aporta la posibilidad de descargar las solicitudes pero, en este caso, se encuadrará en la denominada E-Administración.

Por otra parte, las OPE's se convocan de forma poco habitual y mucho menos en épocas de crisis como la que estamos padeciendo actualmente. Por el contrario, las bolsas de empleo privadas son mucho más frecuentes, con mayor movimiento y, en consecuencia, con más número de oportunidades. Pero las cifras son muy escasas (Figura 15) las más bajas registradas en el bloque de recursos colectivos, con una media que no supera el 7 por ciento entre la muestra de 351 municipios analizados.

Fig. 15



MEDIA DE WEBS CON BOLSAS DE EMPLEO PRIVADAS: 6,9

El máximo de los niveles lo encontramos en los municipios de 3.001 a 5.000 habitantes y que, recordemos, es una de las franjas que incluía al mayor número de municipios con localización de empresas privadas en su página web. Ambos datos, el referido al empleo como al tejido empresarial, nos dan cuenta de la importancia que imprime el tejido económico de estos municipios.

La causa de ello estriba en que el sector secundario suele ser la principal fuente económica del municipio y el apoyo básico de ciudades de estas características que se encuentran en pleno apogeo de desarrollo con un objetivo a medio plazo de seguir avanzando imparable y eficazmente.

Los Ayuntamientos de estas localidades emplean un gran número de sus esfuerzos para que la industria siga siendo fuerte y con posibilidades de expansión y de captación de negocios cada vez mayores. Municipios de estas características se localizan en los cinturones de las grandes ciudades, principalmente en las dos primeras coronas. En Madrid un claro ejemplo de ello es la localidad de Humanes donde se registran más de 60 polígonos industriales.

No obstante, las cifras de apuesta por el empleo privado en las web son muy exiguas, con porcentajes que no se alcanzan a más de un 16 por ciento en el mejor de los casos y que, incluso en otros, como los grandes municipios cuya población supera los 50.000 es totalmente inexistente, tal y como se ha reflejado en la muestra escogida para este trabajo.

6.6. Las capitales de provincia

Como ya comentamos, consideramos que las web de las capitales de provincia podrían servir como modelo de referencia y ejemplo de implicación ciudadana. Sin embargo, el resultado no ha sido el esperado y la interactividad sigue situándose mayoritariamente en el nivel II de Consulta (Figuras 16 y 17).

Fig.16

CANTIDAD DE CAPITALES DE PROVINCIA EN FUNCIÓN DE SU NIVEL DE INTERACTIVIDAD

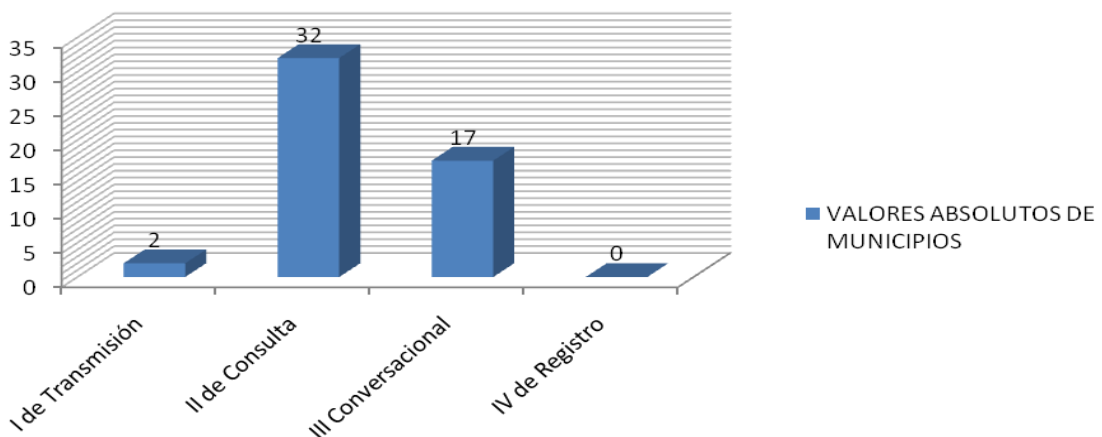
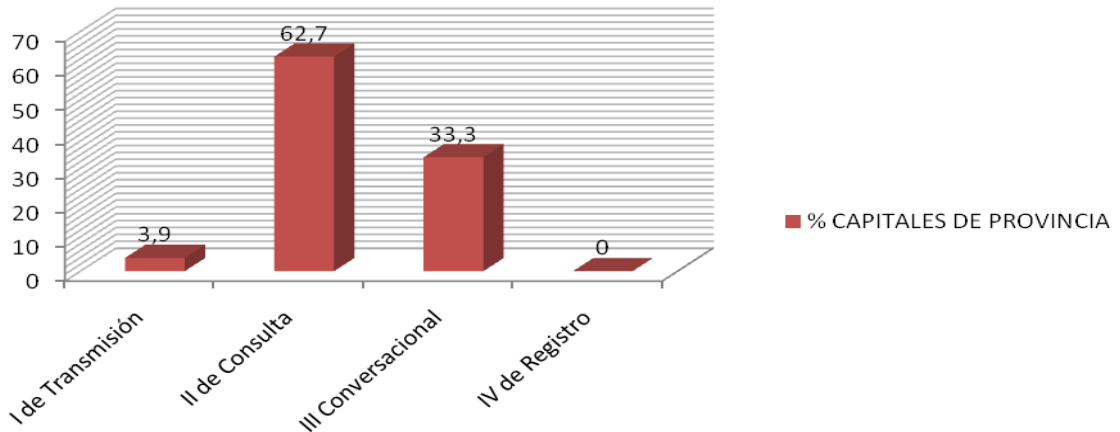


Fig. 17

PORCENTAJES DE CAPITALES DE PROVINCIA EN FUNCIÓN DE SU NIVEL DE INTERACTIVIDAD

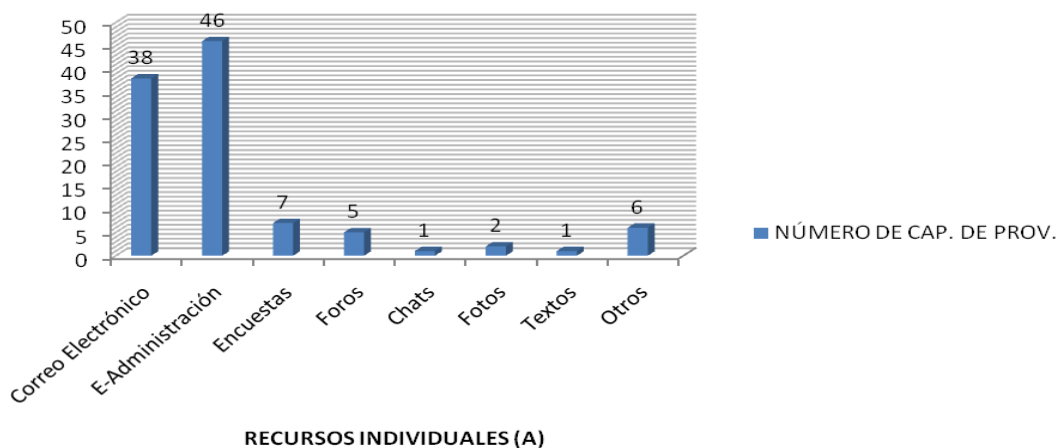


La apuesta por la interactividad es evidente en estos municipios, la mayoría se limita únicamente a las aplicaciones de la E-Administración y del correo electrónico. En algunos casos, se introducen otros recursos participativos pero solo un tercio de estas capitales tiene algún recurso que incentive la participación vecinal.

De hecho, en todas las herramientas que se han planteado en nuestro estudio, destaca la tramitación on line con respecto al resto, tal y como se puede comprobar en el siguiente gráfico (Fig. 18)

Fig. 18

CAPITALES DE PROVINCIAS - RECURSOS INDIVIDUALES



RECURSOS INDIVIDUALES (A)

MEDIA DE RECURSOS INDIVIDUALES EN CAPITALES DE PROVINCIA: 13,25

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Como se puede comprobar, la disponibilidad de algún recurso individual en las capitales de provincia es muy baja. Su media alcanza el 13,25 que corresponde a un 26 por ciento, apenas un cuarto del total.

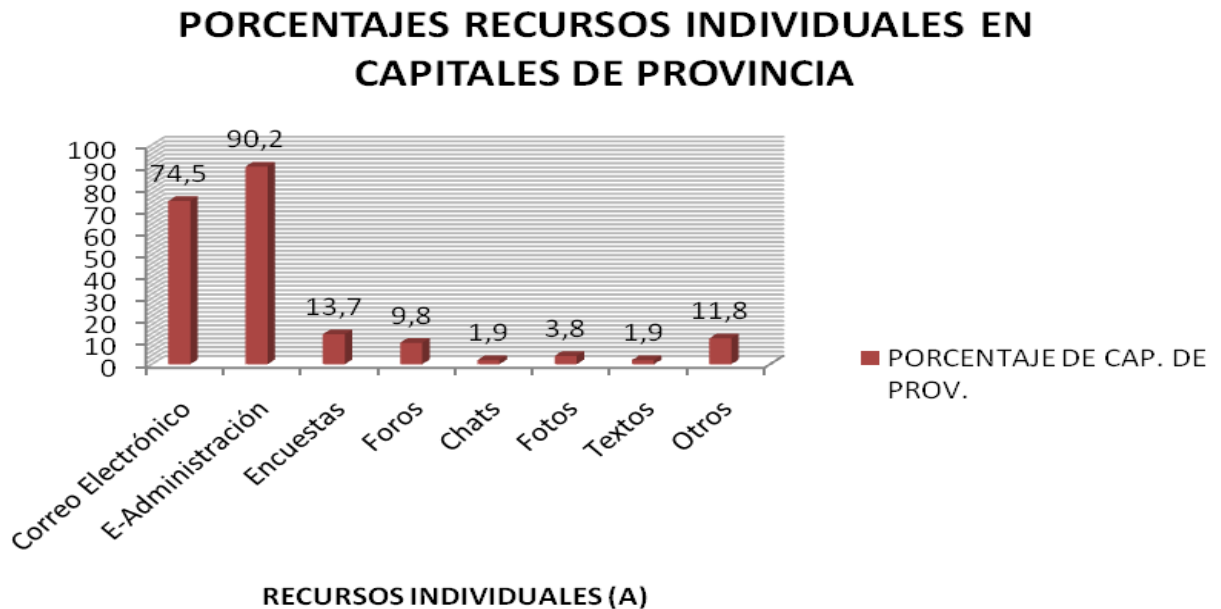
Realizando un desglose, la gran diferencia entre los dos primeros recursos y el resto trae como consecuencia que el nivel II de Consulta destaca por encima del resto de los que se han considerado en este estudio para medir el grado de interactividad.

De hecho, como se aprecia en el anterior gráfico, solo cinco de las capitales de provincia no disponían en las fechas de consulta de herramientas para la tramitación en línea. Son Gerona (316), Huesca (303), Palencia (313), Teruel (301) y la ciudad autónoma de Melilla (308). La primera de estas páginas se encontraba en renovación en el momento de ser analizada, por lo que se prevé que en breve disponga de este recurso.

Son capitales con un índice de población bajo porque en ninguno de los casos supera los 100.000 habitantes, situándose, dentro de estos parámetros, en un nivel inferior a otros municipios del país que no son cabezas provinciales.

Por el contrario, en los recursos englobados en el nivel III Conversacional de interactividad (Encuestas, foros, Chats, Fotografías, Textos y Otros) las cantidades no llegan tan siquiera a la decena en cada caso. Tomando estas cifras proporcionalmente nos encontramos con la siguiente comparativa (Fig. 19)

Fig. 19



**MEDIA DE PORCENTAJES DE RECURSOS INDIVIDUALES EN CAPITALES DE
PROVINCIA: 13,25**

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Los porcentajes son muy elocuentes y nos aporta la confirmación de lo que ya habíamos aseverado en anteriores líneas: las páginas son cada vez más “impersonales” según se va aumentando en importancia territorial y poblacional. Hay una más que escasa apuesta por la participación del ciudadano y la implicación de éste en la propia página web. Solo uno de ellos, Lérida (322), tiene habilitado un chat; otro municipio, Guadalajara (314) posibilita la inclusión de textos por parte de los usuarios en la iniciativa ya mencionada de Enwada; y únicamente dos (Zamora - 307 y Bilbao - 342) disponen de una sección para que el residente pueda aportar imágenes de la localidad.

En definitiva, la apuesta por la interactividad en las capitales de provincia es muy escasa y no pueden ser consideradas como marcos de referencia para el resto de los municipios en cuanto a interactividad se refiere dentro de sus web.

Las incorporaciones originales o novedosas tampoco son elementos reseñables. Solo hemos encontrado seis propuestas de este tipo, a saber:

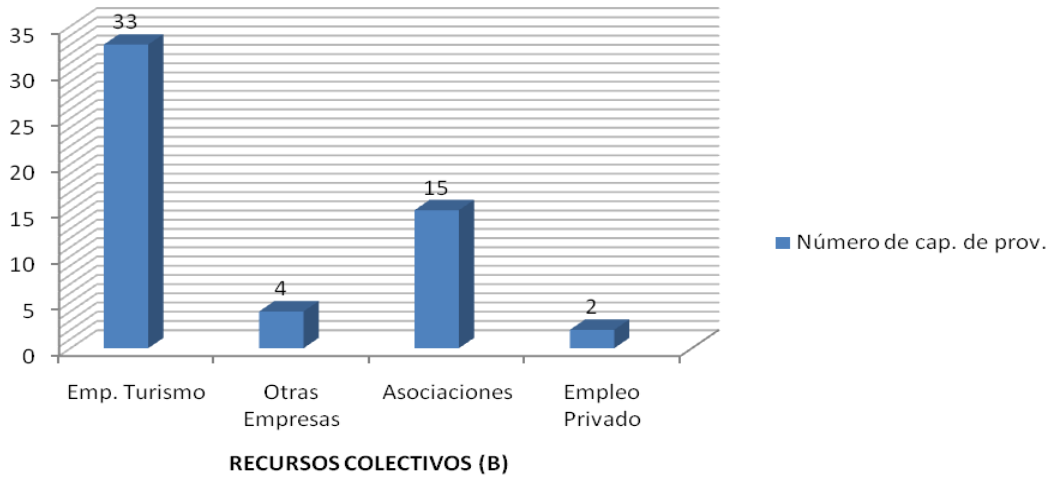
- Guadalajara dispone de una tienda on line, para la compra-venta de productos, bienes muebles e inmuebles. Una iniciativa que no es original, ya que se han encontrado propuestas similares en localidades como la zaragozana de Purujosa (7), las navarras de Monreal (185) y Montán (78) o la cacereña de Madrigal de la Vera (159).
- Con similares características y en la que solo cambia la denominación, está Granada que dispone de lo que en la sección se titula “Mercadillo”.
- En Murcia (345) encontramos “Compartir coche”, otro recurso aplicado también en las web de la guipuzcoana de Altzo (74), la madrileña de Soto del Real (249) y la pontevedresa de Redondela (287)
- En Palma de Mallorca (344) apuestan por la recepción de vídeos que el usuario envía. En vez de otros formatos más comunes, como es la fotografía, en este caso son imágenes en movimiento referentes a la localidad.
- En La Coruña (338) se decantan por la música con una sección dedicada íntegramente a la promoción de grupos autóctonos.
- En Barcelona (350), finalmente, una curiosa iniciativa destinada fundamentalmente a captar nuevos usuarios que se presenta bajo el nombre de “Dedica una estrella”, cuyo formato ya ha sido explicado detalladamente en el análisis.

Como se puede comprobar, novedosas realmente son las que plantean las tres últimas ya que las otras se han mostrado ya en otras unidades de nuestro estudio.

Los recursos colectivos corren la misma suerte en las capitales de provincia que en el resto de los municipios. No hay una preeminencia clara de los primeros con respecto a los segundos como se demuestra en los siguientes gráficos (Fig. 20 y 21)

Fig. 20

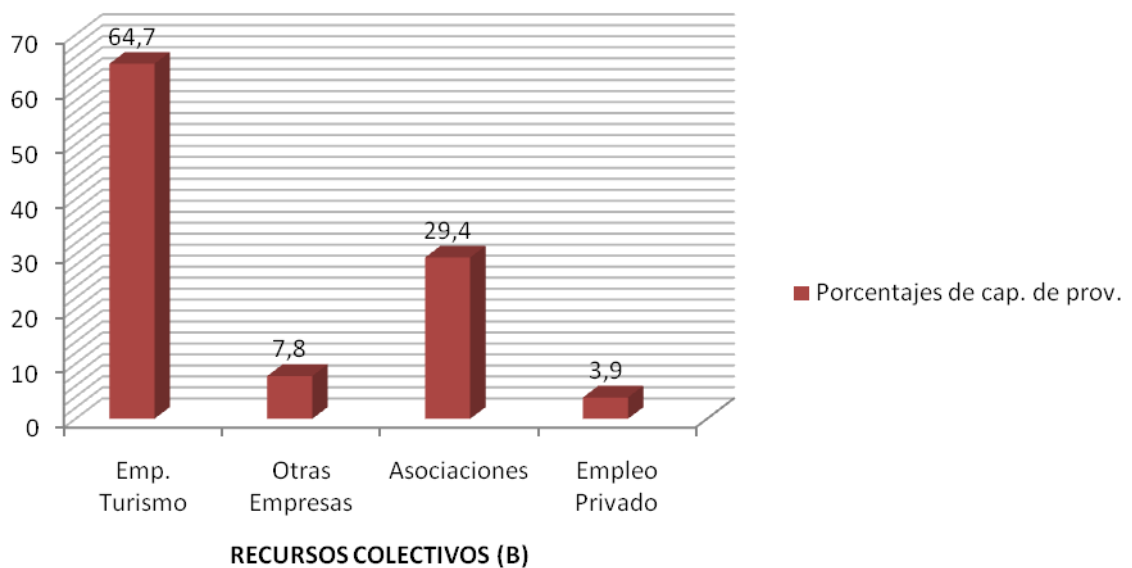
CAPITALES DE PROVINCIAS - RECURSOS COLECTIVOS



MEDIA DE RECURSOS COLECTIVOS EN CAPITALES DE PROVINCIA: 13,5

Fig. 21

CAPITALES DE PROVINCIAS - RECURSOS COLECTIVOS

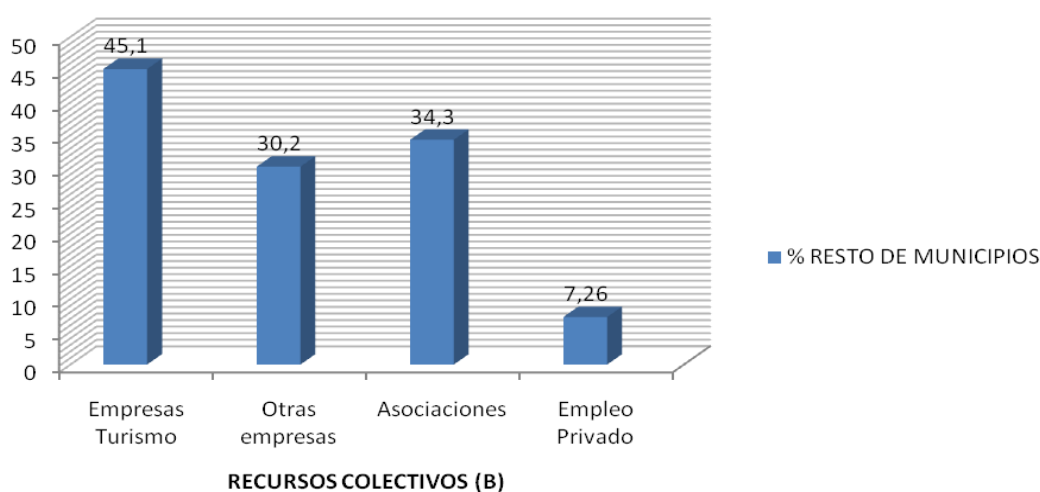


**MEDIA DE PORCENTAJES DE RECURSOS COLECTIVOS EN CAPITALES DE
PROVINCIA: 26,45**

Como en el resto de municipios, los porcentajes indican que el recurso colectivo más frecuente es el referido a las empresas de turismo, seguido de asociaciones; en tercer lugar encontramos el resto de empresas y, por último, el fomento del empleo privado. Una comparación que podemos llevar a cabo entre la figura 21 y la siguiente (22)

Fig. 22

RESTO DE MUNICIPIOS - RECURSOS COLECTIVOS



MEDIA DE PORCENTAJES DE RECURSOS COLECTIVOS EN RESTO DE MUNICIPIOS: 29,21

Haciendo una observación de las medias, se comprueba que la del resto de municipios es sensiblemente menor a la de las capitales; por esta razón, tampoco se pueden erigir como referentes de interactividad en lo que compete a los recursos colectivos. Bien es cierto que los porcentajes son mayores, pero hay que tener en cuenta que el nivel poblacional de éstas es, por lo general, mucho mayor que el resto de las localidades analizadas. De hecho, la más pequeña, Teruel (301), registra 35.396 habitantes, lo que, contando de menor a mayor, la sitúa en la antepenúltima franja poblacional de las que hemos tomado como referencia en este estudio.

6.7. Páginas “impersonales”

Hay excepciones, por supuesto, pero es curioso comprobar cómo las páginas iban teniendo rasgos cada vez más impersonales conforme se aumenta la población. No obstante, esta característica no se ha dado solo en los grandes municipios. También se

producía en aquellas web procedentes de modelos marco que se proponían desde la diputación provincial o desde otras administraciones de mayor importancia territorial.

Casos como los municipios de la provincia de Cáceres, Lérida o Burgos, entre otros, disponían de un modelo que eclipsaba la posible identidad propia de la localidad a través de la web. No obstante, esta cuestión se podía paliar aportando ideas nuevas que fomentaran la participación o, al menos, completándola con información propia en aquellos espacios que tenían que ver directamente con la localidad. Lamentablemente, este hecho no se producía con la frecuencia deseable y algunos de estos proyectos han quedado para engrosar el “trastero” de Internet con páginas inútiles, vacías de contenido y con una información obsoleta.

6.8. Mantenimiento, actualización y multilingüismo

Como complemento a nuestro estudio y tal como se ha expuesto en la introducción de cada uno de los municipios analizados, hemos considerado conveniente para comprobar la eficacia de las páginas, si éstas son convenientemente actualizadas. Del mismo modo, hemos realizado una somera observación de si estas web posibilitan la traducción de su contenido a otros idiomas para dar cabida a un mayor número de usuarios, independientemente de su país o comunidad autónoma de origen.

Sobre estos aspectos complementarios, hemos obtenido la conclusión de que cuanto más frecuente es la actualización de la información contenida en la página, mayor aceptación tiene por parte del usuario y, en consecuencia, participa en mayor medida en todas las propuestas que se le ofertan.

Por lo general, hemos comprobado que se llevan a cabo labores de mantenimiento habituales. Unas más eficaces que otras ya que, algunos podrían esforzarse algo más en este sentido, como es el caso de ciertos ejemplos expuestos en nuestro análisis cuya periodicidad es demasiado larga. Dos ejemplos lo constituyen el municipio gaditano de El Gastor (163) y el cordobés de Almodóvar del Río (241), entre otros.

Bien es cierto que en este caso el grado de actualización tiene que ver, de forma mayoritaria, con el nivel poblacional. Cuanto mayor sea el número de habitantes mayor esmero aportan a la actualización de las informaciones. De hecho, en la práctica totalidad de las localidades que superan los 10.000 habitantes el mantenimiento es prácticamente diario. Salvo excepciones, como la de Rute (258), en Córdoba, que desde su creación en el 2003 no ha experimentado ningún cambio. Lo mismo ocurre con Fuente Palmera (260), en la misma provincia. Son páginas que se mantienen en la Red pero que no se les presta ninguna atención ofreciendo, en consecuencia, una imagen negativa de su administrador, en este caso, del Ayuntamiento, porque da la impresión de que pone en marcha determinados proyectos que luego no es capaz de culminar.

Otro aspecto que hemos destacado como dato complementario a este análisis es la riqueza *multilingüística* de las páginas. En un gran número de web de municipios pertenecientes a comunidades autónomas con idioma propio, se ofrece la posibilidad de leer la mayoría de sus contenidos o bien en castellano o bien en la lengua original.

Pero esta diversidad idiomática se refleja también en la gran parte de municipios localizados en zonas de interés turístico, principalmente que sean focos de atracción para visitantes procedentes de otros países. Incluso algunas páginas apuestan por idiomas menos habituales como el hebreo y el árabe (en la localidad tarraconense de Alcover-223), el ruso (en Granada-337) o incluso el chino y el japonés (en Valencia-349).

Por supuesto, muchas de las web son traducidas al inglés y otras, como es el caso de la página de Palma de Mallorca (344), pueden ser leídas en alemán ya que se sabe que el mayor porcentaje de inmigrantes procedentes de ese país se asientan en esta isla balear.

En el caso de Zamora (307) o Salamanca (327), la página puede ser traducida al portugués debido a la cercanía de estas capitales con el país luso.

Pero existen casos llamativos de páginas que no pueden ser traducidas a otros idiomas. Un ejemplo muy ilustrativo de ello es el de Cádiz (320), una de las capitales con salida al mar y uno de los focos de atracción del turismo extranjero. Otra muestra es la que nos ofrece Toledo (312), reconocida por la UNESCO como una de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad; un privilegio del que solo gozan 13 localidades en el país. De hecho, en esta web no se hace promoción para el turismo en ninguno de los aspectos, ni siquiera hemos encontrado un vínculo para las empresas de este sector que se han englobado en el grupo de recursos colectivos.

Se trata de una página muy impersonal, hecho que se ha puesto de manifiesto no solo en esta web, sino en otras correspondientes a grandes ciudades. Ya se ha señalado en el análisis que uno de los aspectos que más ha llamado la atención es que cada vez se prestaba menos atención a las características y rasgos del municipio y de sus ciudadanos para dar un papel primordial a la administración del Ayuntamiento y los eventos que se generaban en torno a su gestión pública.

6.9. Un caso particular de gran interactividad: Madrigal de la Vera (159 del Análisis)

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 un Ayuntamiento que se acerca a este grado: el de Madrigal de la Vera, en la provincia de Cáceres.

Dispone de todos los recursos propuestos a excepción de una sección dedicada a encuestas que resulta un tanto extraño después del firme propósito 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 conservación de los filtros adecuados para que no se desvirtúe el objetivo principal, que es la implicación saludable

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

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 (185), en Teruel; la zaragozana de Purujosa (7); o Montán (78), 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.

En cuanto a los recursos colectivos, esta localidad dispone de todos ellos, incluidas las ofertas de empleo particulares, que ya hemos comprobado, solo se proponen en uno de cada quince municipios analizados.

La totalidad de los recursos colectivos disponibles en una página son algo más frecuentes que la apuesta por los individuales. Los casos que nos hemos encontrado con el 100 por ciento de esta clase de instrumentos participativos son el municipio conquense de Sisante (164), el asturiano de Boal (166), el turolense de Monreal del Campo (185), Cáceres (315), Montán (78) en Castellón y el barcelonés de Villassar de Mar (274). Pero no deja de ser una cifra muy baja: solo siete municipios de los 351 analizados apuestan por la totalidad de los recursos colectivos. Además, entre las 51 capitales de provincia y ciudades autónomas, solo Cáceres dispone de este despliegue participativo.

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 7

7. CONCLUSIONES

Tras examinar detallada y exhaustivamente la muestra planteada, podemos obtener ya una respuesta a nuestra hipótesis que, recordemos, se centraba en si los Ayuntamientos de España aprovechan sus respectivas webs oficiales para establecer una vía de comunicación eficaz y fluida con sus ciudadanos.

Estamos en condiciones de asegurar que dicha hipótesis no se cumple. Los Ayuntamientos que sí disponen de página en la Red no tienen como finalidad prioritaria entablar una relación comunicacional con el ciudadano, hecho que, ya hemos repetido en varias ocasiones, sería deseable, ya que las nuevas tecnologías, y en concreto Internet, ofrecen la posibilidad de establecer una relación entre administraciones públicas con un carácter intemporal y, a la vez, continuamente actualizada; globalizadora pero personalizada; y, por último, eficaz y absolutamente interactiva en su más alto grado que, en definitiva, era el propósito final de este estudio.

El rechazo a la hipótesis se argumenta con las conclusiones que debemos desglosar en función de los siguientes campos:

- Existencia de web en función de la cantidad de población.
- Niveles de interactividad.
- Disponibilidad de recursos individuales.
- Disponibilidad de recursos colectivos.
- Aspectos complementarios que refuercen la eficacia de la web.

7.1. Existencia de web en función de la cantidad de población

- De las 8.112 localidades registradas en el territorio español, poco más de la mitad (57,6 por ciento) dispone de una web oficial. El resto mantiene los medios tradicionales para comunicarse con sus vecinos, lo que merma la capacidad de éstos para interactuar.
- A pesar del desarrollo de las nuevas tecnologías y la gran cantidad de proyectos económicos para su puesta en marcha, hay aún una considerable y preocupante cantidad de páginas web 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.
- El número de páginas web aumenta en función del número de habitantes. Cuanto mayor volumen de población tiene, más páginas web se registran, de tal modo que todos los municipios con más de 20.000 empadronados ya tienen presencia en la Red.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

- A pesar de ello, 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.
- No se pueden considerar como modelos de referencia las páginas web de las capitales de provincia. Sus recursos para que el ciudadano interactúe se sitúan en proporciones similares al resto de los municipios. En general, la mayor apuesta por la interactividad se registra en los municipios medianos cuya población oscila entre los 20.000 y 30.000 habitantes.

7.2. Niveles de interactividad

- No se ha encontrado ninguna localidad de las planteadas en la muestra que alcanza el máximo nivel de interactividad propuesto, el que hemos denominado IV de Registro. Para llegar a este grado, recordemos, era preciso que las web municipales dispusieran de todos los recursos propuestos que hemos considerado *Individuales*; es decir, que el ciudadano pudiera contar con todas las herramientas que ofrece Internet para poderse comunicar con la administración municipal y/o con sus propios vecinos y otros usuarios.
- 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 por ciento 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 o buzón de sugerencias.
- Hay una apuesta sensiblemente mayor por la Administración en línea (60,68 por ciento) que por la habilitación de un correo electrónico (50,14 por ciento). La razón de ello se deriva de los proyectos e iniciativas económicas que han puesto en marcha el resto de los organismos públicos de mayor territorialidad durante los últimos años con el propósito de desarrollar la E-Administración y que ésta sea aplicada de forma integral y generalizada. No obstante, dichos proyectos no han reportado los resultados deseados.
- El resto de los municipios, los otros 150 analizados en la muestra, se reparten entre el nivel I de Transmisión (20,2 por ciento) y el Conversacional (22,5 por ciento). En consecuencia, una quinta parte de las páginas no incitan a la interactividad.

7.3. Disponibilidad de recursos Individuales

- 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 recursos se sitúa en solo

un 6,22 por ciento del total analizado, siendo los foros los más utilizados, con un 10,34, mientras que los chats apenas superan el 1 por ciento, es decir, solo cuatro municipios de los 351 analizados dispone de este recurso que puedan utilizar los usuarios para interactuar entre ellos. Las herramientas que implican la inclusión de textos y fotos se sitúan en torno al 7 por ciento.

- 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 y la inclusión de fotografías por parte de los usuarios. Gracias a ellos, la media de estos recursos prácticamente se duplica.
- Igualmente, es escaso el número de municipios que proponen herramientas de interactividad innovadoras, clasificadas en nuestro análisis dentro de los Recursos Individuales con la denominación de *Otros*. El porcentaje de media es de un 7.5 por ciento, lo que supone 24 municipios de los 351 analizados; de los cuales, una gran cantidad de ellos, corresponde a una de las franjas poblaciones más altas: la situada entre los 30.001 y 50.000 habitantes.

7.4. Disponibilidad de recursos Colectivos

- Este tipo de herramientas son bastante más utilizadas que los recursos Individuales, aunque las cifras siguen siendo bajas, se acerca tan solo al 29 por ciento de la muestra analizada.
- Los índices detectados en cuanto a la promoción turística son similares en todas las horquillas de población, pero la media no llega ni a la mitad de los municipios analizados, en concreto se sitúa en un 46,75 por ciento. Una cifra que consideramos baja si tenemos en cuenta la atracción que España despierta entre visitantes de otros países; de igual forma, la riqueza y variedad natural y cultural es uno de los principales focos de interés para el turismo de cualquier ámbito, independientemente del nivel poblacional que tenga cada municipio.
- Para el resto de empresas, la apuesta en las web oficiales de Ayuntamientos es incluso menor, situándose en cerca de un 28 por ciento. Algo más de una cuarta parte de los municipios analizados.
- Del mismo modo, la promoción del tejido social es muy baja. Únicamente un tercio de los municipios dispone de una sección destinada a los colectivos y a sus actividades.
- El menor porcentaje se observa para el fomento del empleo privado, hecho que puede ser una óptima vía de interacción entre entidades económicas y ciudadanos. Tan solo un 6,9 por ciento de los municipios de la muestra dispone de bolsas de trabajo que no tienen que ver con las Ofertas Públicas que pueden

proponer los Ayuntamientos ya que, en este caso, se encuadraría, o bien, en una información unilateral, o bien en el apartado de la Administración en línea.

7.5. Complementos analizados que refuerzan la interactividad de la web

Ya hemos señalado que, aunque no se entronca con nuestro eje de estudio, la interactividad en las web municipales, sí que se deben considerar algunos aspectos que demuestran un esfuerzo de los Ayuntamientos por mantener su presencia en Internet. Son cuestiones que hemos tratado en la introducción de cada municipio analizado y cuyas conclusiones sobre ellas detallamos a continuación:

- Por lo general, las páginas son correctamente mantenidas y actualizadas, aspecto que se incrementa conforme aumenta la población de los municipios. La ausencia de estas tareas de conservación reporta para el Ayuntamiento una imagen muy negativa.
- El multilingüismo (posibilidad de traducción de la página a diversos idiomas) se ofrece fundamentalmente en aquellos municipios pertenecientes a comunidades autónomas con dos idiomas oficiales y aquellos que pretenden fomentar el turismo extranjero, principalmente las localidades costeras. A éstos se añaden algunos que limitan con Portugal y que ofrecen la conversión a la lengua del vecino país.
- Por el contrario a todo ello, hemos detectado un fenómeno que se da en un número cada vez mayor de Ayuntamientos y que desdice su apuesta por su propia web oficial. Hemos comprobado un paulatino aumento de la participación de las administraciones locales en las denominadas redes sociales. Paralelamente también se incrementa la creación de blogs particulares para los Ayuntamientos y para sus responsables políticos que no tienen que ver con la página oficial; de hecho, se relega ésta a un segundo plano, con la consecuente merma de la interacción que se podría proponer al ciudadano.

7.6. Factores que potencian o impiden la interactividad en una web municipal

Al término del análisis, se han observado diversos aspectos concretos que se corresponden de forma directa con los recursos estudiados. Se ha comprobado que su existencia o ausencia incide directamente en la eficacia de una web interactiva propia de un Ayuntamiento.

7.6.1. LA POSIBLE RETICENCIA POLÍTICA

Ya hemos constatado anteriormente que la posibilidad de crear una página web que potencie la implicación de los vecinos debe pasar inexorablemente por la apuesta, la voluntad y el interés del administrador (en este caso, del Ayuntamiento) para conseguir este objetivo.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

A pesar de que los Ayuntamientos democráticos en nuestro país están ya consolidados tras más de 30 años, cuesta aún mucho trabajo implicar a los vecinos en la gestión y en el desarrollo de un municipio que vaya más allá de una consulta cuatrienal en los momentos electorales.

Esta actitud, un tanto desidiosa, puede tener como principal razón un resquemor de los administradores políticos en general hacia las nuevas tecnologías desde el punto de vista de la capacidad que éstas aportan para una espectacular, y hasta ahora desconocida, difusión de la opinión pública, la cual entraña (y los políticos lo saben) un aluvión de críticas, ya sean éstas constructivas o no.

Por tanto, en esta posible reticencia se encuentra implícito el principal obstáculo para que los políticos se planteen la posibilidad de crear una herramienta como es una página web que, con una participación abierta de la ciudadanía, corran el riesgo de que se les “vaya de las manos” y se convierta en un mentidero donde todos hablan de todo sin orden ni concierto, y principalmente valorando de forma negativa las actuaciones y gestiones de los administradores municipales.

Sin embargo, las nuevas tecnologías no solo han traído consigo la posibilidad de una propagación masiva de ideas, opiniones y conceptos. Hay una gran cantidad de instrumentos y recursos para poder mantener un cierto control sobre la página pero que, a la vez, pueda servir como cauce de participación constante de toda la ciudadanía, tanto en el ámbito colectivo como individual.

Los recursos que hemos analizado en este estudio ofrecen múltiples posibilidades para que el Ayuntamiento pueda plantearse su creación y que, de este modo, consigan una verdadera web pública en el sentido más amplio del término, es decir, que sea un lugar de acceso para que todos formen parte activa de su desarrollo y, por extensión, de una nueva faceta para el avance del municipio.

7.6.2. LA SELECCIÓN EN LA PARTICIPACIÓN

Bien es cierto que la población de un municipio es demasiado variopinta y heterogénea, hecho que se incrementa en proporción directa al tamaño de la localidad, por lo que no se puede dar rienda suelta en una página institucional a todo tipo de valoraciones y opiniones.

No estamos hablando de censura previa, uno de los aspectos peor vistos en un Estado democrático. Nos referimos a unos filtros que no coarten la libertad de expresión pero que ésta sea entendida correctamente. En otras palabras: que la difusión de opiniones y críticas tengan un carácter constructivo y, en ningún caso, destructivo.

La plena libertad para exponer opiniones puede traer como consecuencia casos como el del municipio salmantino de Tamames (126), que dispone de un foro que, bajo la denominación de *Libro de Visitas*, se reflejan ideas y comentarios desordenados y absolutamente inconexos entre sí. Este hecho lo único que genera es un “ruido” informativo sin aportar a cambio nada positivo, ni para el municipio ni para sus vecinos.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Durante nuestro estudio, hemos visto a algunos municipios que, según informaban, se han visto obligados a retirar los recursos de participación: el Ayuntamiento de Cardenete (101), en Cuenca, anuncia en su página la instalación de un sistema para que los usuarios del foro puedan ser identificados: *Con motivo de los últimos comentarios aparecidos en el presente foro que, amparándose en el anonimato, aprovechan para injuriar, calumniar y mentir, nos hemos visto en la obligación de cerrarlo temporalmente hasta que se consiga adaptar el sistema para que todo aquel que quiera escribir en el foro se tenga que identificar.*

Lo mismo ocurrió en la localidad salmantina de Sancti-Spiritus (118). Según expone su alcalde en un comunicado: *hemos encontrado publicaciones de amenazas, insultos, mensajes que han podido violar la ley de protección de datos y afectar a personas ajenas a la corporación de este municipio.*

Efectivamente, éste puede ser uno de los filtros que, sin aplicar una censura previa, se podrá tener control sobre las posibles difamaciones que se expongan en una página pública.

Otro filtro puede ser la lectura previa por parte de un gestor antes de su publicación como lleva a cabo el municipio madrileño de Valdemanco (121) y lo anuncia del siguiente modo: *Sé amable y educado y evita usar palabras malsonantes. El administrador revisará todos los mensajes antes de publicarlos.* La ventaja que tiene este tipo de filtro sobre el anterior es descartar cualquier posibilidad de crítica destructiva que, en el peor de los casos, obligue al Ayuntamiento a demandar judicialmente a algún usuario. Pero, como contraposición, la lectura de los mensajes no es inmediata, hecho que puede coartar la participación del ciudadano.

7.6.3. EFICACIA Y RAPIDEZ EN LA COMUNICACIÓN

Para conseguir un fin correcto en la eficacia de la web, es preciso que el administrador sea rápido en su tarea de revisión de mensajes. Que no transcurra demasiado tiempo desde que el emisor lo transmite hasta que es publicado.

Precisamente la eficacia en la gestión municipal se debe también ver en la página municipal interactiva. Otras opciones que también necesitan premura son los correos electrónicos, buzones de sugerencias y el resto de recursos similares que, en definitiva, su fin es idéntico y sólo varía su denominación.

En estos casos es imprescindible que la respuesta a las quejas, demandas o solicitudes de información que emiten los vecinos sean contestadas de la forma más rápida posible. Ello conduce a generar en el ciudadano una mejor imagen de sus gestores políticos, los cuales son plenamente conscientes de lo impopulares que resultan las listas de espera, en cualquier ámbito que éstas se generen.

El Ayuntamiento de Guadalajara (314), a pesar de tener una de las páginas más participativas, contestó a nuestra solicitud de información casi un mes después de su emisión. Aseguraron en la respuesta que el correo fue abierto con retraso *debido a un*

problema organizativo, pero nuestra gestión es habitualmente mucho más ágil. Con una demora similar contestaron también desde Valencia (349) y otros, como el de Madrid (351), emitieron un acuse de recibo una semana después y pasado algo más de un mes, recibimos la respuesta. Un caso contrario lo encontramos, por ejemplo en el Ayuntamiento de Valladolid (340) cuya respuesta fue prácticamente inmediata e incluso utilizaron dos vías: el correo electrónico y el teléfono; o el Ayuntamiento de Poboleda (72), en Tarragona, que, antes de terminar el análisis de su web, ya había respondido.

Tanto la filtración como la publicación de las aportaciones vecinales, además de rápidas, deben estar generalizadas en la mayoría de los recursos participativos. No solo deben ser premisas básicas en el foro, sino también en la exposición de imágenes, como lleva a cabo el Ayuntamiento de Coria del Río (284), en Sevilla; y en el resto de instrumentos que impliquen una aportación del usuario a la página web.

El gestor municipal no debería olvidar en ningún momento que una buena baza para transmitir confianza al ciudadano es escuchar sus impresiones, compartir con él las diferentes iniciativas que tengan que ver con el municipio, no solo las que supongan un avance en su desarrollo, sino aquellas que añadan un signo de identidad propio y que sea generado por el conjunto de la ciudadanía.

Estas aportaciones pueden constituir una estupenda oportunidad en la página web pública para que ésta se convierta, de este modo, en una seña de identidad para el vecino y que el visitante esporádico pueda encontrar un marco de referencia a lo que se va a encontrar cuando llegue a ese pueblo o a esa ciudad; no con valoraciones unilaterales, sino con la opinión que de ella tengan los ciudadanos de a pie, ya sean residentes o no en ese municipio.

Ésta es una de las razones básicas por las que se debería fomentar la participación con iniciativas que, sin ser originales y personales, pueden aportar un toque distintivo a un escaso precio, tanto económico como político.

7.6.4. PARTICIPACIÓN CON INNOVACIÓN

Elementos como, por ejemplo, la publicación de fotos, libros de visitas o textos alegóricos a la localidad pueden cumplir esta función y posibilitar el alcance de un doble objetivo: por una parte, conseguir una página web municipal con “personalidad” propia, que incluso sea el vivo reflejo de la idiosincrasia de esa localidad; y, por otra parte, que el ciudadano recurra habitualmente a la web oficial de su municipio e incluso la ubique como página de inicio. De este modo, el Ayuntamiento, en su talante democrático, podrá lograr un fin esencial que, muy posiblemente, haya sido siempre un obstáculo porque no encontraba la vía para culminarlo: la implicación del ciudadano y el sentimiento de éste para considerar que su esfuerzo es necesario si quiere que el municipio avance.

Además, la administración municipal podrá conseguir una comunicación fluida y directa con el ciudadano y no sólo que éste se movilice cada cuatro años. Las dimensiones que alcanzan los municipios hacen inviable una participación física directa

en periodos más o menos cortos de tiempo. Por ello, la página web puede ser vista como un instrumento que reduzca esas distancias comunicacionales entre el ciudadano y los administradores públicos.

Como decíamos, los recursos individuales que se han estado analizando en este estudio son sumamente eficientes para poder conseguir la interactividad deseada. Pero existen también fórmulas novedosas que fomentan la identificación del usuario y que, con la correcta gestión, resultan muy útiles y participativas.

Un ejemplo de ello se ha encontrado en la página web de Guadalajara (314) con un novedoso vínculo que se esconde tras una particular denominación “Enwada” (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.

Aporta una valiosa herramienta cultural porque funciona con un sistema similar a la popularmente conocida 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, a saber: *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, mapas, etcétera.

La iniciativa fue puesta en marcha en el 2009 y en poco más de un año ha conseguido una importante participación ciudadana porque, no solo supone un estímulo la publicación de su obra en la web pública, sino que se sienten partícipes y plenamente identificados con su localidad.

Es, por supuesto, una forma de captar nuevos lectores de la página institucional y, por extensión, de un uso cada vez más frecuente. Otro modo para conseguir este objetivo es el propuesto por el Ayuntamiento de Barcelona (350).

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*. 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.

Sobre este aspecto, hay una idea paralela que plantean municipios como el oscense de Jaca (261) y el Ayuntamiento de León (321) y que, además de intentar captar a nuevos usuarios, ilustra las excelencias de ambas localidades. Nos referimos al *Envío de Postales*. La página dispone de algunas imágenes alegóricas del municipio y cada una de ellas ofrece un vínculo para poder ser reenviadas a direcciones de correos electrónicos de particulares. En Barcelona eran estrellas con mensaje, en Jaca y León son imágenes en forma de postal. En cualquiera de los casos, el objetivo es el mismo: dar a conocer la página web municipal al mayor número de internautas y no solo residentes en esos municipios.

7.6.5. INTERACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN INDEPENDIENTE AL NIVEL POBLACIONAL

Los índices poblacionales no pueden convertirse en una excusa para no implicar a los vecinos en la página web. Una amplia mayoría de administraciones con una territorialidad superior que la municipal han puesto en marcha, con mayor o menor acierto, diversas iniciativas para que todos los Ayuntamientos tengan su sitio en la Red.

Recordamos que en nuestro estudio ya hemos mencionado la gran cantidad de municipios que utilizan un modelo marco para el diseño de su web financiado, gestionado o patrocinado por la diputación provincial correspondiente o por cualquier administración territorialmente más grande.

Son escasas las web de este tipo que plantean algunas señas de identidad propias. Todas se ajustan a un esquema común y en la mayoría de los casos no son completadas con contenidos elaborados por la administración municipal o por cualquier otro agente que tenga que ver con la localidad. Estas páginas suelen corresponder a los municipios de menor tamaño cuyo índice poblacional no supera los 2.000 habitantes en el mejor de los casos.

Sin embargo, las reducidas dimensiones de una localidad pueden ser consideradas como una ventaja a la hora de elaborar una página web con unas señas de identidad propias. Por ejemplo, Valverde de Majano (122), un municipio segoviano que no llega al millar de habitantes, dispone en su página de una original sección que sólo puede ser aplicable en las localidades de reducidas dimensiones. Felicita a los vecinos en el día de su cumpleaños. De esta forma se consigue un doble objetivo: primero, que la actualización

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

se lleve a cabo prácticamente a diario; y, segundo, que el vecino sienta como parte suya la web de su Ayuntamiento, de su pueblo.

Son alternativas peculiares que, aunque no incentivan la participación activa del usuario en la página, sí que consiguen una conexión más humana entre la administración y el vecino. Éste puede ser un punto de arranque para seguir avanzando hacia una implicación ciudadana mucho mayor en el desarrollo de la localidad a través de un instrumento como el que aportan Internet y las nuevas tecnologías.

La implantación de medidas para conseguir un desarrollo sostenible y una reducción de los elementos contaminantes es otro de los objetivos que se han planteado en este siglo XXI. Algunos municipios han propuesto una iniciativa que, además de incentivar este tipo de medidas, fomentan la participación de los vecinos y la comunicación entre ellos. El proyecto se denomina *Compartir coche*. La idea consiste en que los ciudadanos con vehículo propio y que todos los días realizan el mismo itinerario a su trabajo o a su lugar de estudios, puedan compartir el viaje con otros vecinos para distribuir gastos y evitar emisiones innecesarias de CO₂. Desde la página web se ofertan los viajes o se solicitan itinerarios, hecho que invita a una participación activa y a que el usuario adopte la web municipal como una práctica herramienta para facilitarle su vida cotidiana.

Son alternativas que no implican un esfuerzo añadido por parte de la administración municipal, solamente algo de voluntad para ponerlo en marcha y que sean los propios usuarios quienes lo hagan rodar.

De esta forma la interactividad, en mayor o menor grado, está garantizada con elementos originales que, además, impliquen una participación del vecino, aporten una imagen más positiva de la administración pública sin que sus responsables puedan plantearse riesgo alguno de conseguir que el ciudadano también se ponga manos a la obra en la construcción de la web municipal.

7.6.6. E-ADMINISTRACIÓN Y CORREO ELECTRÓNICO COMO RECURSOS DE INICIO, PERO NO EXCLUSIVOS

Como ya se ha visto en el apartado anterior, el nivel de interactividad más frecuente es el II de Consulta en el cual se han englobado los recursos de la administración en línea y del correo electrónico.

Bien es cierto que ambas son dos herramientas adecuadas para que el ciudadano visite la página de su Ayuntamiento y que inicie una fase de participación que invite a interactuar con la web; que no se limite únicamente a clicar y ser un mero espectador pasivo de todo lo que le dice el administrador.

La E-Administración se encuentra desarrollada en varias fases dependiendo del municipio: unos solo se limitan a exponer documentos para su posterior presentación física en el Ayuntamiento; y otros van más allá con la posibilidad de tramitar las gestiones por vía telemática, con o sin certificado digital.

Algunos de los municipios incorporan innovaciones, como es la inscripción en cursos o eventos y la venta de entradas para acontecimientos, entre otros. En algunos casos, plantean algunas novedades como es el caso de la localidad toledana de Santa Olalla (208), que facilita la tramitación de denuncias ante el cuerpo de seguridad de policía. Bajo el título de *Policía-Net* ofrece una herramienta que no se ha visto en el resto de páginas analizadas. En cualquier caso, no deja de ser una variante de la E-Administración

En cuanto al correo electrónico, se han visto también diversas alternativas: formularios-modelo o correos electrónicos dirigidos al alcalde, al servicio de atención ciudadana o a las diversas delegaciones que integran la gestión municipal. En algunos casos invitan a la participación con sugerentes denominaciones, tales como *Gobierna con nosotros* o *Ayúdanos a mejorar*.

Efectivamente son puntos básicos y piezas de arranque para la implicación ciudadana en la página municipal, pero no deben ser las únicas. Hay que ir más allá, al menos alcanzar el nivel III Conversacional con los recursos que hemos considerado en este estudio y que debe tener toda web participativa que se precie de ello.

El impulso de aficiones o la potenciación de las tradiciones y signos culturales debe ser uno de los instrumentos que, bien utilizados, pueden convertirse en la materia prima de la interacción.

7.6.7. ESPACIO DESTACADO PARA LOS COLECTIVOS

En una segunda parte de nuestro análisis hemos considerado imprescindible la promoción del tejido asociativo y económico, grandes plataformas para la participación y que incitan, a su vez, a la implicación del ciudadano de a pie.

Tanto el tejido empresarial como el asociativo pueden aportar un contrapeso eficaz a la información meramente administrativa y pública. Por ello, es preciso plantear en la página un lugar destacado o, al menos, una de las secciones a estos colectivos.

Uno de los principales valores de nuestro país es el turismo, hecho que también puede ser fomentado desde las administraciones más pequeñas territorialmente: los Ayuntamientos. De este modo, no solo se podrá captar la participación del residente, sino también de usuarios del exterior, de los potenciales visitantes.

7.7. Propuestas y aspectos para un modelo de página municipal interactiva

La implicación constructiva de los ciudadanos en una web no debe ser tan compleja ni debe ser sometida a tantos obstáculos como ahora son generados. Para construir una base sólida en el fomento de la participación es preciso tener en cuenta todos los aspectos reseñados anteriormente y que procedemos a enumerar:

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

1. A priori, deben plantearse unos filtros racionales que no supongan un obstáculo para la participación, pero sí que produzcan una interacción ordenada con opiniones constructivas y comunicaciones amplias y abiertas.
2. La rapidez en la respuesta y el mantenimiento continuo de la página son esenciales para que el vecino no pierda el interés y que la web municipal sea un referente de consulta habitual.
3. El fomento de las tradiciones como elemento integrador: la concienciación de un entorno social común entre los ciudadanos de un mismo municipio es básica en su desarrollo y avance. Que el usuario se sienta parte de un gran equipo con sentimientos y perspectivas comunes de cara al futuro.
4. La potenciación de aficiones como elemento identificativo es crucial para conseguir el objetivo de la participación activa. Si éstas son fomentadas por el Ayuntamiento a través de su web se podrá obtener una estrecha relación entre el administrador y el usuario.
5. Recursos innovadores como elemento de captación que si, por extensión, consiguen la participación, se podrán considerar como muy positivos y eficaces para lograr la interactividad deseada y, por tanto, un cauce democrático en el que realmente todos se sientan parte implicada.
6. Promoción de los tejidos colectivos, principalmente de asociaciones e industrias, que ya las hemos calificado como piedras angulares en el desarrollo de la localidad.
7. Aprovechamiento de recursos tan enriquecedores como es el turismo para la captación de usuarios, los cuales se puedan convertir en visitantes esporádicos o habituales.
8. Instrumentos para la búsqueda de soluciones a los problemas que más preocupan a la ciudadanía: el desempleo, el entorno ecológico o el desarrollo sostenible urbanístico, entre otros muchos.
9. Y, finalmente, iniciativas imaginativas y eficaces que den un “toque personal” a la página web municipal y, por extensión, a la gestión del Ayuntamiento.

Todos ellos son aspectos que pueden ser impulsados por los gestores municipales. En caso contrario, el ciudadano optará por otras vías alternativas en las que sí se pueda escuchar su voz, opiniones e intereses.

7.8. Líneas abiertas de investigación

Ya hemos recordado, en el transcurso de nuestro estudio, que investigaciones relacionadas con Internet y con las nuevas tecnologías están sujetas a cambios constantes y a un continuo devenir que, en cuestión de días, deja prácticamente obsoleto todo tipo de análisis.

De igual forma, se constata la escasa literatura científica que se puede hallar sobre el enfoque que nosotros hemos dado en este estudio dedicado a la interactividad que aportan las web municipales para la participación de los ciudadanos; con herramientas que, sin ser las habituales en un organismo público (como la E-Administración), sí que son habituales en innumerables páginas de la Red.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

Por esta razón, planteamos este trabajo, que está a punto de finalizar, como un arranque a otras perspectivas investigadoras que redunden en conseguir un objetivo que creemos necesario en una sociedad plenamente democrática como la nuestra: la utilización de Internet para conseguir la efectiva identificación y la activa participación de los ciudadanos en el desarrollo político, social y de cualquier otro ámbito de todos y cada uno de los 8.112 municipios distribuidos por la geografía española.

Bien es cierto que este trabajo es únicamente un mínimo referente para conseguir este fin, pero puede ser ampliado y, a buen seguro, perfeccionado, por investigaciones posteriores. Por ello, proponemos una serie de líneas abiertas a futuros estudios:

- Análisis de los niveles de interactividad en web municipales bajo el enfoque de variables distintas a la poblacional que nosotros hemos utilizado: en función de la renta per cápita, por características geográficas, bajo la clasificación de comunidades autónomas, etc.
- Propuesta de medidas innovadoras para la potenciación de la interactividad en web municipales.
- Comparativa de la interactividad de las web de administraciones municipales españolas con las de otros países de la Unión Europea que también reciben ayudas de este organismo supranacional.
- Interactividad en páginas web de otras administraciones con mayor importancia territorial.
- Evolución de la interactividad en las web de los Ayuntamientos desde la irrupción de Internet hasta nuestros días.
- La participación del usuario en las web municipales.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA

ALBA, Carlos R. Y VANACLOCHA, Francisco J. *El sistema político local: un nuevo escenario de gobierno* (Compilación). Madrid, Universidad Carlos III – Boletín Oficial del Estado, 1997. Colección Monografías.

AL-KHAMASEY, Shady y LAWRENCE, Elaine. “Mobile government in action at local councils: a case study”, *Fourth International Conference on Digital Society*, St. Marteen 10-16 febrero, 2010. Disponible en: <http://ieeexplore.ieee.org/Xplore/login.jsp?url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fiel5%2F5432230%2F5432399%2F05432834.pdf%3Farnumber%3D5432834&authDecision=-203>. Consultada en enero de 2011.

ALONSO-GUTIERREZ, Agustín. “La democracia 2.0. La participación política a través de Internet”, *Acepresa* n° 64/07, 2007. Disponible en: <http://www.acepresa.com/articulos/2007/jun/13/la-democracia-20/>. Consultada en mayo de 2008.

ALONSO RUIZ, Jaime. *Comunicación virtual. Elementos y dinámicas*. Madrid, Unión Editorial, 2006

ALVAREZ CONDE, Enrique. *Curso de Derecho Constitucional. El Estado Constitucional, el sistema de fuentes, los derechos y libertades*. Madrid, Tecnos, 1999.

ANDREWS, Jennifer M. *Developing an online press office for cardiff council. Principles of excellence*. 2006. Disponible en: www.ipr.org.uk/lgg_PR_Project.pdf. Consultada en marzo de 2009.

APARICI, Roberto y MARÍ SÁEZ, Víctor. *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2003.

ARANES USANDIZIAGA, José Ignacio. “La comunicación institucional de la Administración Pública: entre la lógica autista-instrumental y la democrática”. *Zer*, n° 1, p. 201-213, 1996. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer1/12notinvaran.htm>. Consultada en abril de 2009.

ARROYO, María y ROEL, Marta (coord.). *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005). Prensa, radio, televisión y grupos de comunicación*. Madrid, Fragua, 2006.

BADIA I DALMASES, Francesc. “Presencia de las localidades en la WWW. El Caso del Área Metropolitana de Barcelona”, *I Congreso Online del Observatorio para la Sociedad*, septiembre de 2002. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/c09badia.htm>. Consultada en marzo de 2009.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

BAENA DEL ALCÁZAR, Mariano. “Problemas políticos y administrativos de los municipios españoles”. En Carlos R. Alba y Francisco J. Vanaclocha. *El sistema político local: un nuevo escenario de gobierno*. Madrid, Universidad Carlos III – Boletín Oficial del Estado, 1997. Colección Monografías.

BALDERSHEIM, Harald y ØGÅRD, Morten (2008). “Innovation in E-government: Analysis of municipal web pages in the Nordic countries”, *Information Polity*, nº 13, vol. 3/4, p. 125-137.

BALLESTA PAGÁN, Javier. “Educar para comprender la comunicación masiva”. En Javier Ballesta Pagán (comp.). *Los medios de comunicación en la sociedad actual*. Murcia, Universidad de Murcia, 2001.

BALLESTERO, Fernando. *La brecha digital. El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*. Madrid, Fundación Retevisión-Auna, 2002.

BAUMANN, Pablo. “Estado, Política e Internet”, *Hipersociología*. 2007. Disponible en: <http://www.hipersociologia.org.ar/papers/baumansp.htm>. Consultada en septiembre de 2009.

BAYM, N.K. “The emergence of on-line community”. En S. J. Jones (ed.) *Cybersociety 2.0*. California (USA), New Media Cultures, 2003

BERENGUER, Gabriel. *Comportamiento del consumidor*. Universidad de Valencia, 2001.

BERNECKER, Walter L. y MAIHOLD, Günter. *España del consenso a la polarización: Cambios en la democracia española*. Madrid, Iberoamericana, 2007.

BERRIO, Jordi. *La comunicació en democràcia. Una visió sobre l'opinió pública*. Barcelona, Aldea Global, 2000.

BORDEWIJCK J y VAN KAAAN S. “Towards a new classification of tele-information service”, *Intermedia*, nº 1, vol. 14, 1986.

BORGE, Rosa; COLOMBO, Clelia y WELP, Yanina. “Análisis explicativo de la participación ciudadana electrónica y presencial en el ámbito municipal de Cataluña”. *Internet, Comunicación y Política. Monográfico: la democracia electrónica*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), nº 6, p. 13-31, 2008.

BORJA, Jordi. “Transformaciones territoriales e instituciones en Europa”, *Revista Mexicana de Sociología*, nº 48, octubre-diciembre, 1986.

BORJA, Jordi y CASTELLS, Manuel. *Local y Global. La gestión de las ciudades en la Era de la Información*. Madrid, Taurus, 1997.

BORJANO PEIRATS, Enrique y PINAZO HERRANDIS, Sacramento. *Interacción Social y Comunicación*. Valencia, Tirant Lo Blanch, 2001.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

BRUGUÉ, Quim; FONT, Joan y GOMÁ, Ricard. *Participación y democracia. Asociaciones y poder local*. Perú, Escuela de Gerencia Continental, 2003. Disponible en: http://www.egc.edu.pe/eventos/3er_seminario_internacional/documentos/lectura_jo_aquim_bruge.pdf. Consultada en diciembre de 2010.

BUNGE, Mario. “El impacto social de la innovación tecnológica. Innovación tecnológica y comunicación”, *V Encuentro Iberoamericano de Comunicación*, Mérida (Badajoz), octubre de 1990.

BUSTAMANTE, Enrique. *Comunicación y cultura en la era digital. Mercados, industrias y diversidad en España*. Barcelona, Gedisa, 2002.

CANDEIRA, J. “La Web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la Red”, *Revista de Occidente*, marzo, 2001.

CARDOSO, Gustavo. *Los medios de comunicación en la sociedad en Red: filtros, escaparates y noticias*. Barcelona, UOC Ediciones, 2008.

CARRILLO MARTINEZ, Vinicio y DA COSTA SANTOS, Plácida L.v.a. “La Red de los Ciudadanos”, *Archivo del Observatorio para la Cibersociedad*, 2001. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=7>. Consultada en octubre de 2008.

CASELLAS, Antònia. “Gobernabilidad, participación ciudadana y crecimiento económico: Adaptaciones locales a estrategias globales”, *Revista Electrónica de geografía y Ciencias Sociales*, vol. 11, nº 243, 2007. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-243.htm>. Consultada en diciembre de 2010.

CASTELLS, Antoni. “Crisi Econòmica i Estat de Benestar”, *Debat*, nº 10, 1985.

CASTELLS, Manuel. *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*. Madrid, Alianza editorial, 1998. Vols. I, II y III.

CASTELLS, Manuel. “Internet y la sociedad Red”. En DÊNIS DE MORAES (coord). *Por otra comunicación. Los media, globalización y poder*. Barcelona, Icaria, 2005. Colección Encuentro.

CATALINA GARCÍA, Beatriz. “Análisis descriptivo sobre interactividad en páginas web de Ayuntamientos de Madrid”. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, 2006. (DEA dirigido por Antonio García Jiménez)

CEREZO, José Manuel. “Los retos de la e-Administración en España”, *II Jornada Democracia digital, eAdministración y Participación Ciudadana*. Barcelona, Fundación Auna, 2005. Disponible en: http://www.cibersociedad.net/public/jornades11m05/cibersociedad_20051103_4.pdf Consultada en agosto de 2008.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

CERBINO, Mauro y RICHERO, Alicia. *Gobernanza, políticas públicas y aplicaciones en Internet*. Quito (Ecuador), Flacso. 2006.

COBO, Reyes. “Red.es y el desarrollo de servicios en administración pública”, *Cuadernos de gestión pública local*, 2004. Disponible en: http://www.isel.org/cuadernos_2004/articulos/cobo_r.htm. Consultada en octubre de 2008.

COBO ROMANÍ, Cristóbal y PARDO KUKLINSKI, Hugo. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona, Universitat de Vic, 2007.

CODY, M.J.; WENDT, P.; DUNN, D.; PIERSON, J; OTT, J., and PRATT, L. “Friendship formation and creating communities on the Internet: Reaching out to the senior population”, *Annual Meeting of the International Communication Association*, Montreal (Canadá), 1997.

COLOM, V. y VAN BOLHUIS, H.E. *Cyberspace reflections*. Unit. Brussels (Belgium), European Commission, DG y Social Research, 1995.

COOMANS M. “Tendances et perspectives européennes en matière de Technologies multimédias”. En F. Delmas i F. Massit-Follea (dirs.). *Vers la Société de Informations. Savoirs-Pratiques-Médiations*. Rennes-France, Apogée, 1995.

CORCUERA, Javier y ALLENDE, José. *El ciudadano ante los problemas inmediatos*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Bilbao, Departamento de Derecho Público, Argitarapen Zerbitzua Euskal Herriko Unibertsitatea, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1988.

CORNELLÁ, Alfons. “Cómo sobrevivir a la infoxicación”, *Infonomía.com*, *Acto de entrega de títulos de los programas de Formación de Posgrado del año académico 1999-2000*, 2000. Disponible en: http://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf. Consultada en febrero de 2009.

CORREA, Luis Fernando. *La Web 2.0*. Colombia, Universia, 2008. Disponible en: <http://mkt0.universiablogs.net/lcorrea>. Consultada en mayo de 2009.

CRAVACUORE, Daniel Alberto. *El líder local innovador y su concepto de la articulación entre Estado y sociedad civil. Reflexiones a partir del análisis de programas sociales gestionados en municipios bonaerenses*. Buenos Aires (Argentina), Universidad Nacional de Quilmes, Centro de Estudios e Investigaciones, 2002.

CRIADO, J. Ignacio, y RAMILO M. Carmen. “E-Administración, ¿un Reto o una Nueva Moda? Problemas y Perspectivas de Futuro en torno a Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las Administraciones Públicas”, *Revista Vasca de Administración Pública*, nº 61, 2001. Disponible en:

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

<http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g08criado-ramilo.htm>. Consultada en diciembre de 2008.

CRYSTAL, David. *El lenguaje e Internet*. UK, Cambridge University Press, 2002.

CUENCA, Lola. “La administración tiene que dar el impulso a Internet”. En R. López Lita, F. Fernández Beltrán y A. Durán Máñez. *La comunicación local por Internet*. Castelló, Universitat Jaume I, Humanitats, 2004.

CHAIN, Celia y MUÑOZ CAÑAVATE, Antonio. “La administración local española en Internet: Un análisis regional (1997-2002)”, *Jornadas sobre Tecnologías de la Información para la Modernización de las Administraciones Públicas (TECNIMAP)*, Murcia, 2004. Disponible en: http://www.csae.map.es/csi/tecnimap/tecnimap_2004/comunicaciones/tema_01/1_0_06.pdf. Consultada en enero de 2008.

CHAÍN, Celia, MUÑOZ, Antonio y MÁS, Amalia. “La gestión de información en las sedes web de los ayuntamientos españoles”, *Revista Española de Documentación Científica*, nº 31, vol. 4, p. 612-638, 2008.

DADER, José Luis. *Periodismo y pseudocomunicación*. Pamplona, Eunsa, 1983.

DADER, José Luis y CAMPOS, Eva. “Internet parlamentario en España (1999-2005): Los recursos para el contacto ciudadano y su uso, con una comparación europea”, *Zer*, nº 20, p. 105-132, 2005.

DIEGO, Jesús de. *Comunidades inteligentes. Patrimonio cultural, información multidireccional y sociedad*. Huesca, Instituto de Estudios Altoaragoneses (IEA), 2004. Disponible en: http://www.iea.es/_docum/com_int.pdf. Consultada en diciembre de 2009.

DIEZHANDINO, María Pilar. *Periodismo de servicio*. Barcelona, Bosch, 1994.

DOVAL, Montserrat. “La evolución de Internet en España: comunicación, política y legislación (1996-2005)”. En María Arroyo y Marta Roel ARROYO (comp.). *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005). Prensa, radio, televisión y grupos de comunicación*. Madrid, Fragua, 2006.

DOHENY-FARINA S. *The wired neighborhood*. New Haven C.T. (USA), Yale University Press, 1996.

DURSTELER, Juan Carlos. *Visualización de información. Una visita guiada*. Barcelona, Gestión 2000, 2003.

ECHEVERRÍA, Javier. *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona, Destino, 1999.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

EDO, Concha. "Las incertidumbres del periodismo en Internet", *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 46, enero, 2002.

EGEA, Carlos. "Accesibilidad y funcionalidad en la Red", *II Congreso Nacional de Nuevas Tecnologías y Necesidades Educativas Especiales*, Murcia, 2002. Disponible en: <http://usuarios.discapnet.es/disweb2000/art/Tecnoneet02.htm>. Consultada en marzo de 2008.

ERBITI, Cecilia. *Fortalecimiento de la gestión municipal como oportunidad para el desarrollo local sustentable: El caso Tandil*. 2008. Disponible en: <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/MU1809.pdf>. Consultada en diciembre de 2010.

ESCUADERO, Pedro. *Endeudamiento, descentralización de servicios y ciclos políticos presupuestarios: el caso de los ayuntamientos catalanes*. Barcelona, UAB, 2002.

ESTALLO, Juan Alberto. "Usos y abusos de Internet", *Anuario de Psicología*, vol. 32, nº 2, p. 95-108. 2001.

ESTEBAN, Jorge de. *Por una comunicación democrática*. Valencia, Fernando Torres Editor, 1976.

ESTEBANELL, Meritxell. "Interactividad e interacción", *Revista de Tecnología Educativa*, nº 0, 2000. Disponible en: <http://web.udg.edu/pedagogia/images/gretice/INTERACT.pdf>. Consultada en enero de 2009.

ESTEVEZ, José. *Análisis del Desarrollo del gobierno electrónico municipal en España*. Madrid, Alianza Sumaq en eGovernment, 2005.

ESTEVEZ, José y BOHÓRQUEZ, Víctor. *Análisis de la e-Democracia Municipal en España*. Madrid, Instituto de Empresa, 2007.

FISHKIN, James A. *Democracia y deliberación*. Barcelona, Ariel, 1995.

FONT, Joan. *Ciudadanos y decisiones públicas*. Barcelona, Ariel, Ciencia Política, 2001.

FONT, Joan. *Participación y decisiones públicas: Conceptos, experiencias y metodologías*, 2003. Disponible en: http://www.iis.unam.mx/pub_elect/zic/joanfont.pdf. Consultada en diciembre de 2010.

FONT, Joan y BLANCO, Ismael. "¿Qué hay detrás de la oferta de participación?: el rol de los factores instrumentales e ideológicos en los mecanismos españoles de participación", *IX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Madrid, 2004.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

FRASER, Nancy. “La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación”. *Revista de Trabajo*, año 4, nº 6, agosto – diciembre, 2008. Disponible en: http://74.125.155.132/scholar?q=cache:vxQ4cXff5s0J:scholar.google.com/+participacion+politica+necesaria&hl=es&as_sdt=2000. Consultada en diciembre de 2010.

FROMM, Erich. *El miedo a la libertad*. Barcelona, Paidós, 1947.

FRONDIZI, Risieri. *¿Qué son los valores?* México, Fondo de Cultura Económica, 2001.

FUMERO, Antonio y ROCA, Genís. *Web 2.0*. Madrid, Fundación Orange, 2007.

GANDÍA, Juan L. “Determinants of web site information by Spanish city councils”, *Online Information Review*, vol. 32, nº 1, p. 35-57, 2008.

GARCIA AZORIN, P. y GARCIA GUARDIOLA, L. “El portal ciudadano”, *II Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*, 2004. Disponible en: http://www.cibersociedad.net/congres2004/index_es.html. Consultada en mayo de 2009.

GARCIA CAMARERO, Ernesto. “Las nuevas formas de comunicación de la administración con el ciudadano”, *Anales de documentación*, nº 6, p. 109-119, 2003.

GARCIA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, Carlos; FERNÁNDEZ GUADAÑO, Josefina; GARCÍA VILLALOBOS, Juan Carlos y MIRANDA GARCÍA, Isabel Marta. *La Red de información. Internet, de la sociedad de la comunicación y del conocimiento promueve la generalización de la participación en los procesos de toma de decisiones (en el establecimiento de los objetivos) en las organizaciones de producción*. Madrid, Ciriec, 2004. Disponible en: <http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloId=337697&donde=castellano&zfr=0>. Consultada en enero de 2011.

GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio y RUPÉREZ, Paloma (ed.). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Dykinson, 2007.

GARCIA PELAYO, Manuel. *Burocracia y tecnocracia*. Madrid, Alianza Universidad, 1979.

GARNET, Jesse James. *Un vocabulario visual para describir arquitectura de información y diseño de interacción*. Weblog jjg.net. 2002. Disponible en: <http://www.jjg.net/ia/visvocab/spanish.html#cluster>. Consultada en abril de 2008.

GOMEZ CAMARERO, Carmen. “Las nuevas formas de comunicación de la administración con el ciudadano”, *Anales de Documentación*, nº 6, p. 87-95, 2003.

GONZALEZ CONDE, Julia. “Evaluación social de Internet en el proceso de cambio de hábitos, actitudes y aplicación de conocimientos, en el ámbito local”. En R.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

López Lita, F. Fernández Beltrán y A. Durán Máñez (comp.). *La comunicación local por Internet*. Castelló, Humanitats. Universitat Jaume I, 2005.

GONZÁLEZ DE LA GARZA, Luis. *Comunicación pública en Internet*. Madrid, Creaciones Copyright, 2004.

GRACIA BLANCO, Manuel de; VIGO ANGLADA, Marc; FERNÁNDEZ PÉREZ, M^a José y MARCÓ ARBONÉS María. “Problemas conductuales relacionados con el uso de Internet: Un estudio exploratorio”, *Anales de Psicología*, vol. 18, nº 2, p. 273-292, 2003.

GROSSMAN, Lev. “Web 2.0”. USA. *Revista Time*. Diciembre del 2006.

HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa I*. Madrid, Taurus, 1987.

HEALTY, D. “Cyberspace and place: The Internet as middle ladscape on the electronic frontier”. En D. Porter (comp.). *Internet culture*. Nueva York (USA), Routledge, 1997.

HOLTZ-BONNEAU F. *La imagen y el ordenador*. Madrid, Fundesco y Ed. Tecnos, 1986.

HUXLEY, A. *Un mundo feliz*. Madrid, Plaza & Janés, 1932.

INTERLANDI, L. “Participación y ciudadanía en la Red de Redes”, *Hipersociología*, 2001. Disponible en: <http://www.hipersociologia.org.ar/papers/linterlansp.htm>. Consultada en febrero de 2008.

JENSEN, Jens. “Interactivity. Tracking a New Concept in Media and Communication Studies”, *Nordicom Review*, vol, 19, nº 1, p. 185-204, 1998.

JENSEN, Klaus Brun y JANKOWSKI, N.W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch. 1993.

JEREZ, Ariel; SAMPEDRO, Víctor y BAER, Alejandro. *Medios de comunicación, consumo informativo y actitudes políticas en España*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 2000.

JOE, S.K. “Socioemotional use of CMC: Self-disclosure in computer-mediated communication”, *Annual Meeting of the International Communication Association*. Monreal (Canadá), 1997.

KATZ, E y LAZARSELD, P. *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano Europea, Biblioteca de Ciencias Sociales, ed. Hispano Europea, 1979.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

KATZ, James E. y RICE, Ronald E. *Consecuencias sociales del Uso de Internet*. Colección Nuevas tecnologías. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2005.

KERCKHOVE, Derrick de. *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la Web*. Barcelona, Gedisa, 1999. Colección Libertad y Cambio.

LEAL GONZÁLEZ, Nila Y NÚÑEZ GARCÍA, Maya. “Ciudadanía multicultural: Las organizaciones vecinales indígenas de Sinamaica”, *Cuestiones Políticas*, vol. 20, n° 33, 2009. Disponible en: <http://revistas.luz.edu.ve/index.php/cp/article/view/623>. Consultada en diciembre de 2010.

LESSIG, L. *Code and other laws of cyberspace*. Nueva York (USA), Perseus, 1999.

LEVY, Pierre. *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Iztapalapa (México), Anthropos, 2007.

LEY 7/1985, 2 ABRIL, REGULADORA DE LAS BASES DEL RÉGIMEN LOCAL.

LIIKANEN, Erkki. *La administración electrónica para los servicios públicos europeos del futuro*. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2003. Disponible en: <http://www.uoc.edu/inaugural03/esp/article/index.html>. Consultada en julio de 2009.

LINCH, Patrick y NORTON, Sarah. *Principios de diseño básicos para la creación de sitios Web*. Barcelona, Gustavo Gili, 1999.

LOCKARD, J. “Progressive politics, electronic individualism ant the myth of virtual community”. En D. Porter. *Internet culture*. Nueva York (USA), Routledge, 1997.

LOPEZ NIETO, Lourdes. “Los nuevos apellidos de la democracia: Retos de la participación dirigida o mediatizada en España”, *Cuadernos de Pensamiento Político*, n° 6, 2007.

LOPEZ DEL RAMO, Joaquín. “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, n° 1, p. 43-50, 2010.

MAIZ, Ramón. “¿Más allá de la democracia representativa?”, *II Jornadas de Sociología Política*. Madrid, 11 y 12 diciembre, 2003. Disponible en: <http://www.fes-web.org/sociopolitica/cisp/socipoli/comunica03/Maiz.doc>. Consultada en junio de 2008.

MANSELL, R. “New Media and The Power of Networks, Dixons Chair in New Media and the Internet”, *The London School of Economics and Political Science*,

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

23, octubre, 2001. Disponible en: <http://www.lse.ac.uk/Depts/Media/rmlecture.pdf>. Consultada en junio de 2008.

MARÍ SÁEZ, Víctor Manuel. *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre, 1999.

MARÍ SÁEZ, Víctor Manuel. *La Red es de todos: cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, Editorial Popular, 2004.

MARTIN MARTIN, F. *Comunicación en empresas e instituciones. De la consultora a la dirección de Comunicación*. Universidad de Salamanca, 1995.

MARTÍN SERRANO, Manuel. *La producción social de comunicación*. Madrid, Alianza Universidad Textos, 1993.

MARTÍNEZ, Estrella. *Interactividad digital. Nuevas estrategias en educación y comunicación*. Madrid, EOS Universitaria, 2008.

MARTÍNEZ, Juan Carlos. "Internet y el desarrollo local", *Cuadernos de gestión pública local*, 2002. Disponible en: http://www.isel.org/cuadernos E/Articulos/jc_martinez.htm. Consultada en mayo de 2009.

MELENCHÓN, Javier. "Qué es la televisión interactiva", *Mosaic*, nº 69, 2008. Disponible en: http://mosaic.uoc.edu/articulos/jmelenchon_tvi.html. Consultada en febrero de 2009.

MENDIZ NOGUERO, Alfonso; SALVADOR, Juan; MAS, Victoria. "Publicidad, comunicación y marketing en Internet: Reiniciar el sistema". *II Jornadas de publicidad interactiva*. Área de cultura y Educación de la diputación provincial de Málaga, 2002.

MICHELÍ, Jordy y MARTÍNEZ, Fabiola. "Sociedad de la Información en México: Los primeros pasos de gobiernos locales". *El Cotidiano*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, Archivo del Observatorio para la Cibersociedad, 2005. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=198>. Consultada en abril de 2008.

MINTZBERG, H. *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona, Ariel, 1983.

MONTERO, Yusef Hassan 2002. "Diseño hipermedia centrado en el usuario". *No Solo Usabilidad Journal (NSU)*, nº 1. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/hipermedia.htm>. Consultada en octubre de 2008.

MONTERO, Yusef Hassan y MARTÍN FERNANDEZ, Jesús. "Propuesta de adaptación de la metodología de diseño centrado en el usuario para el desarrollo de sitios web accesibles", *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 27, nº 3,

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

2004. Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/hassan/DCU_accesible.pdf. Consultada en noviembre de 2008.

MORAL, José Antonio del. “Redes sociales y wikis”. En Octavio Isaac Rojas (comp.). *Web 2.0*. Madrid, ESIC. 2007.

MOYA, Gregorio. “La administración Pública en línea: Estudio sobre los servicios públicos de los Ayuntamientos de la Región de Murcia basados en Web”, *Anales de Documentación*, nº 6, p. 187-202, 2003. Disponible en: <http://www.um.es/fccd/anales/ad06/ad0612.pdf>. Consultada en mayo de 2009.

MULLET, Kevin y SANO, Darrell. *Designing Visual Interfaces: Communication Oriented Techniques*. California (USA), Sunsoft Press, 1995.

MUÑOZ CAÑABATE, Antonio y VIVAS MORENO, Agustín. “Gestión de la Información administrativa de las Administraciones locales españolas en Internet: Presencia en la Red”, *Revista Española de Documentación Científica*, nº 24, p. 162-177, 2001.

MUÑOZ MACHADO, Antonio. *La gestión de la calidad total en la Administración Pública*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos, 1999.

NEBLO, Michael. “Thinking through Democracy: Between the theory and practice of deliberative politics”, *Acta Política*, nº 40, p. 169-181, 2005.

NEGROPONTE, Nicholas. “Princip the Future”, *Wired*, noviembre, 1998. Disponible en: <http://www.wired.com/wired/archive/6.11/negroponte.html>. Consultada en enero de 2009.

ORIHUELA, José Luis. “Nuevos paradigmas de la comunicación”, *Chasqui*, nº 77, 2002. Disponible en: <http://www.comunica.org/chasqui/77/orihuela77.htm>. Consultada en enero de 2010.

ORIHUELA, José Luis. *Los 10 paradigmas de la e-Comunicación*. Universidad da Coruña, 2002. Disponible en: <http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas/>. Consultada en marzo de 2008.

ORIHUELA José Luis. “Internet: La hora de las redes sociales”. *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, nº 119, p. 57-65, 2008.

ORTEGA SANTAMARÍA, Sergio. “Hacia un modelo de comunicación centrado en el usuario”. *No Solo Usabilidad (NSU)*, nº 3, 2004. Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/modelo_comunicacion.htm. Consultada en octubre de 2009.

PABLOS, José Manuel de. *La Red es nuestra: El ‘periódico’ telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social*. Barcelona, Paidós, 2001.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

PÁEZ, Ángel, IRIBARREN, Carolina y NEÜMAN, María Isabel. “Gobierno electrónico y administración pública local”, *Razón y palabra*, nº 35, 2003. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/apaezmneuman.html>. Consultada en enero de 2009.

PALOMO, María Bella. *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla, Comunicación Social, 2004.

PARADA, Ramón. *Derecho Administrativo II. Organización y empleo público*. Madrid, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas, 2002.

PARDO, Cristóbal y ROMANÍ, Hugo. *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Universitat de Vic y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2007.

PASCUAL ESTEVE, José María. *Crisis y nueva política social en España*. Barcelona, Editorial Hacer, 1987.

PASTOR SELLER, Enrique. “La participación ciudadana: principio ético de la intervención profesional desde los servicios sociales municipales”, *Acciones e Investigaciones Sociales*, nº 1, p. 234-265, 2006.

PESO NAVARRO, Emilio del; JOVER PADRÓ, Josep; y PESO RUIZ, Margarita del. *Los datos de los ciudadanos en los Ayuntamientos*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos, 2004.

PERRY G. Y JUPP, Ben. *Divided by information?: the "digital divide" and the implications of the new meritocracy*. London (UK), Demos, 2001.

PIMIENTA, Daniel. “Brecha digital, brecha social, brecha paradigmática”. *II Coloquio Internacional E-DOCPA*, Oviedo, 11-13 de junio de 2008. Disponible en: http://www.recolecta.net/buscador/single_page.jsp?id=oai:ria.asturias.es:123456789/69. Consultada en diciembre de 2010.

PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia. “El papel de Internet como un nuevo medio de comunicación social en la era digital”, *Hipertextos*, nº 6, 2009. Disponible en: <http://www.gmjei.com/journal/index.php/hip-text/article/view/189/0>. Consultada en diciembre de 2010.

PINEDA NEBOT, Carmen. “Posibilidad y condicionamientos de los presupuestos participativos”, *Temas para el Debate*, nº 113, abril, 2004. Disponible en: http://74.125.155.132/scholar?q=cache:vmYtBF3-MbcJ:scholar.google.com/+participacion+politica+necesaria&hl=es&as_sdt=2000. Consultada en diciembre de 2010.

PISCITELLI, A. *Ciberculturas 2.0*. Buenos Aires (Argentina), Paidós, 2002.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

PLAMENTAZ John Petrov. *Democracy and illusion*. Londres, Longman, 1973.

PRATCHETT, Lawrence. “New technologies and the modernization of local Government: An analysis of biases and constraints”, *Public Administration*, nº 7, 1999

PRIETO, Pablo 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, nº 1, p. 93-120, 2010.

PUIG, Toni. *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos*. Barcelona, Paidós Ibérica, 2003.

PUTNAM, Robert D. *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princenton University Press, 1993.

RAMIREZ, Txema. “La influencia de los Gabinetes de Prensa. Las rutinas periodísticas al servicio del Poder”, *Telos*, nº 40, p. 47-57, 1995.

RAMONET, Ignacio. *La golosina audiovisual*. Madrid, Debate Editorial, 2000.

RAUSELL KÖSTER, Claudia. “A propósito del Discurso Interactivo”, *Analisi*, nº 32, 2005.

REGIL, Laura. (2001). Interactividad en la construcción de la mirada, *Infonomía*, 2001. Disponible en: <http://www.infonomia.com/tematicas/index.asp?idm=1&idrev=44&num=11>. Consultada en abril de 2008

RICO, Carlos. *Democracia y crisis representativa: una revisión deliberativa del modelo liberal*. Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, 2006. Disponible en: http://portal.uam.es/portal/page/portal/UAM_ORGANIZATIVO/Departamentos/CienciaPoliticaRelacionesInternacionales/actividades_del_departamento/investigadores%20en%20formacion/SIF%20CARLOS%20RICO.pdf. Consultada en enero de 2008.

RIVERO, Lourdes y MANERA, Jaime. *El comportamiento del usuario de servicio de telecomunicaciones*. Madrid, Dykinson, 2005.

RODRIGUEZ, Miren. “Políticas de comunicación de las instituciones públicas ante proyectos que originan una gran contestación social”, *Zer*, nº 20, p. 25-55. 2006

ROSNAY, Joel de. *La révolte du proletariat*. Francia, Fayard, 2006.

ROS-MARTIN, Marcos. “Filtrado de la información en la Web: Basado en contenido, colaborativo y social”, *Biblioteca 2.0.*, 2008. Disponible en: <http://comunidad20.sedic.es/?p=160>. Consultada en mayo de 2009.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

ROST, Alejandro (2006). “La interactividad en el periódico digital”. Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en: http://www.tesisenred.net/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1123106-104448//ar1de1.pdf. Consultada en febrero de 2009.

ROYO, Javier. *Diseño digital*. Barcelona, Paidós, 2004.

RUIZ, Xabier; BARZALLO, Miguel Y CHILUIZA, Katherine (2009). *Diseño, Implementación y Evaluación de un Foro de Discusión de apoyo a la educación a distancia en la ESPOL, basado en la ingeniería de la usabilidad y tecnologías del Web 2.0*. Guayaquil (Ecuador), Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación – Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Disponible en: <http://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1043/1/1895.pdf>. Consulta realizada en diciembre de 2010.

SÁDABA, Charo. “El Perfil del Usuario de Internet en España”. *Intervención Psicosocial*, vol. 19, nº 1, 2010. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S113205592010000100006&script=sci_arttext&tlng=en. Consultada en diciembre de 2010.

SALAS NESTARES, María Isabel de. “La comunicación publicitaria en medios informáticos interactivos: Un modelo de planificación estratégica de comunicación publicitaria interactiva”. Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. 1997.

SALES, M. M. *El estudio del comportamiento del consumidor*. Argentina, Universidad de Champagnat, 2003. Disponible en: <http://www.uch.edu.ar/rrhh>. Consultada en junio de 2008.

SALINAS, J. (1988). Interactividad y diseño de videos didácticos. Universidad de las Islas Baleares. Disponible en: <http://www.uib.es/depart/gte/video.html>. Consultada en abril de 2008

SAMPEDRO, Víctor. *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios sondeos y urna*. Madrid, Ediciones Istmo, 2000.

SANCHA FOLGADO, David. *El uso de información de las agencias en las ediciones electrónicas de diarios en España*. Madrid, Fundación Auna, 2001. Disponible en: www.fundacionauna.org. Consultada en abril de 2009.

SÁNCHEZ BRAVO, Álvaro A. *Internet y la sociedad europea de la Información: Implicaciones para los ciudadanos*. Sevilla, Universidad de Sevilla, 2001.

SANROMÁ, Manuel. “Las redes ciudadanas”, *La Factoría*, nº 8, 1999. Disponible en: <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/sanroma.htm>. Consultada en febrero de 2009.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

SARTORI, Giovanni. *The theory of democracy revisited*. Vol.2. New Jersey (USA), Chathamhouse Chatham, 1987.

SAWARD, Michael. "Enacting Democracy", *Political Studies*, nº 51, p. 161-177. 2003

SCHIAVO, Ester; QUIROGA, Sol; CARCEGLIA, Daniel; COPPOLECCHIO, Leandro y CRAVACUORE, Daniel. *Internet y Gestión Local. Hacia la creación del habitus en el ciudadano*. Buenos Aires. Universidad Nacional de Quilmes, FLACSO, 2000. Disponible en: <http://www.flacso.org.ec:8080/investiga.nsf/InicioInvestigacion?OpenFrameSet>. Consultada en abril de 2008.

SCHULZ, Tanjev. "Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email", *Media, Culture & Society*, vol. 22, nº. 2, p. 205-221, 2000.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Capitalism, Socialism, Democracy*. New York, Harper, 1942.

SEPÚLVEDA, Jessica. "Participación Ciudadana: aportes en su comprensión simbólica e instituyente en el marco de la gestión ambiental", *Margen*, nº 56, 2010. Disponible en: <http://www.margen.org/suscri/margen56/sepulveda.pdf>. Consultada en diciembre de 2010.

SIERRA, FRANCISCO. "Pensar a Foucault. Modo de información y control social". En F. Sierra. *Teoría Crítica y Comunicación. Lecturas y fundamentos para el Análisis*. Madrid, Visión Libros, 2008.

SMITH MARK, A. Y KOLLOCK Y. *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2003. Colección Nuevas Tecnologías.

SOLANILLA, Laura (2002). "¿Qué queremos decir cuando hablamos de interactividad. El caso de los webs de los museos de de historia y arqueología". *Revista Digital D'Humanitats*, nº 4. Disponible en: <http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/solanilla0302/solanilla0302.html>. Consultada en junio de 2008.

SUBIRATS, Joan. *Gobiernos y políticas públicas. Apuntes en la España de los noventa*. Barcelona, PPU, 1992.

SUBIRATS, Joan. "Democracia, Participación y eficiencia". *Revista de Serveis Personals Locals*, nº 6, p. 87-95, 1997.

SUBIRATS, Joan. *Nuevos mecanismos participativos y democracia: promesas y amenazas*. Barcelona, Ariel Ciencia Política, 2001.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

TALBOT, Stephen. *The future does not compute: Transcending the machines in our midst*. Sebastopol, California, O'Reilly, 1995.

TODT, Oliver. "Potencialidades y riesgo de la participación". *Jornadas de Ciencia, Tecnología y Sustentabilidad*. El Escorial (Madrid), 2003. Disponible en: <http://www.istas.ccoo.es/descargas/escorial04/material/dc15.pdf>. Consultada en enero de 2011.

TORREJON, Ana M. *Ciudades Digitales Iberoamericanas, Análisis de las Web de las principales capitales*. Madrid, Observatorio de la Sociedad de la Información, Fundación Auna, 2004

TORRES, Lourdes. "El control de eficacia en la administración local", *Cuadernos de gestión pública local*, 2002. Disponible en: http://www.isel.org/cuadernos_E/Articulos/1_torres.htm. Consultada en marzo de 2008.

TRIQUELL, Ximena y VIDAL, Elizabeth. *Recursos virtuales para problemas reales*. Córdoba (Argentina), Editorial Brujas, 2007.

TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia: Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, GG Mass Media, 1983.

URRUTIA, Víctor. *Participación pública en el proceso de planificación papel de las asociaciones ciudadanas*. Bilbao, Universidad del País Vasco, 1988.

VAN DER HENST, Christian. "¿Qué es la Web 2.0?". *Maestro del web*, octubre, 2005. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>. Consultada en mayo de 2009.

VÁZQUEZ BURGUETE, José Luis; GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, Pablo; y GARCÍA MIGUÉLEZ, M^a Purificación. "La importancia de la credibilidad en los modelos de satisfacción del ciudadano: el caso de las administraciones públicas locales", *IX Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración (AECPA)*, Málaga, 23 - 25 de septiembre, 2009. Disponible en: http://www.aecpa.es/archivos/congresos/congreso_09/grupos-trabajo/area05/GT04/09.pdf. Consultada el 24 de diciembre de 2010.

VEEN, Jeffrey. *Arte y ciencia del diseño web*. Madrid, Prentice Hall, 2001.

VELAZQUEZ-GAZTELU, Cándido. *Apuntes de la sociedad interactiva. Autopistas inteligentes y negocios multimedia*. Madrid, Fundesco, 1984.

VIDAL GENIÈVE. "L'interactivité et les sites Web de musée", *Publics et Musées. Presses Universitaires de Lion*, n° 13, enero-junio, 1998.

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS
AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

VITTADINI, Nicoletta. “Comunicar con los nuevos media”. En Bettetini, G. Bettetini y F. Colombo (comps.). *Las nuevas tecnologías de la Comunicación*. Barcelona, Paidós, 1995.

VOCES-MERAYO, Ramón y CODINA, Lluís. “Web móvil y su implantación en la administración local española”, *El profesional de la información*, vol. 18, nº 2, p. 211-217, 2009.

WEIL, Pascale. *La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión*. Barcelona, Paidós, 1992.

YATES, James D. *Urban Government as a Policy-Making System*. Massotti-Lineberry, eds., *The New Urban politics*. Cambridge, Ma., Ballinger, 1976.

YETANO, Ana. “El cuadro de mando integral (balanced scorecard) en la Administración Local”, *Auditoría Pública*, nº 36, p. 39-46, 2005. Disponible en: http://74.125.155.132/scholar?q=cache:toyQ6rAmi8QJ:scholar.google.com/+ayuntamientos+necesidades+ciudadanos&hl=es&as_sdt=2000. Consultada en diciembre de 2010.

ZAMBRANO, María. *Persona y Democracia*. Madrid, Anthropos, 1958.

ZAPPEN, James. P., HARRISON, Teresa. M., y WATSON, David. “A new paradigm for designing e-government: web 2.0 and experience design”, *International Conference on Digital Government Research*. ACM International Conference Proceeding Series, Montreal (Canada), 2008

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
1. Presentación.....	2
2. Delimitación del objeto de estudio.....	4
2.1. Pregunta de investigación.....	4
2.2. Hipótesis, planteamiento y objetivos.....	6
2.3. Objeto de estudio.....	6
3. Corpus.....	7
4. Fundamentos teóricos.....	8
4.1. Preliminares.....	8
4.2. Estudios relacionados con el Ayuntamiento.....	9
4.3. Estudios relacionados con el Usuario.....	11
4.4. Estudios relacionados con la Interactividad e Internet.....	13
5. Metodología.....	17
6. Estructura.....	18
1. EL AYUNTAMIENTO.....	20
1.1. Evolución y descripción del municipio. Su situación actual en el orden administrativo de España. Competencias de los Ayuntamientos.....	21
1.2. Administración pública local en la España democrática.....	24
1.2.1. Apuntes sobre la Historia democrática en los Ayuntamientos.....	24
1.2.2. De burócrata impersonal a gestor de servicios.....	27
1.3. Participación en el municipio.....	29
1.3.1. Objetivos de los Ayuntamientos para favorecer la comunicación ciudadana....	29
1.3.2. ¿Rechazo a la participación ciudadana?.....	30
1.3.3. Incremento de la participación ciudadana. La Identificación con los Ayuntamientos.....	32
1.4. Comunicación en Ayuntamientos.....	36
1.4.1. Actores.....	36
1.4.2. Instrumentos empleados por los Ayuntamientos para la comunicación.....	38
1.4.3. Modos de comunicación empleados por los Ayuntamientos.....	40

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

1.4.4.	Periodismo en la intermediación de la comunicación de Ayuntamientos.....	44
1.4.5.	Internet para los gabinetes de prensa en Ayuntamientos.....	48
1.5.	Aprovechamiento de las nuevas tecnologías por el Ayuntamiento	50
1.5.1.	Nuevas tecnologías al servicio del ciudadano	50
1.5.2.	Adaptación a las nuevas tecnologías.....	52
2.	EL USUARIO	55
2.1.	El usuario ante el Ayuntamiento	56
2.2.	Proximidad a las administraciones públicas locales.....	59
2.3.	¿Qué demanda el usuario?	59
2.4.	El usuario en la comunicación Web	60
2.5.	Usuarios de páginas web de administraciones públicas locales	64
2.6.	Diseño y accesibilidad en las páginas web	66
2.6.1.	Nociones de diseño para las páginas web de los Ayuntamientos	67
2.6.2.	Nociones de accesibilidad para las páginas web de los Ayuntamientos.....	70
3.	INTERACTIVIDAD E INTERNET	73
3.1.	Interactividad o interacción	74
3.2.	El concepto de interactividad.....	75
3.3.	Precedentes: La interactividad en medios tradicionales	77
3.4.	Fórmulas para la interactividad.....	81
3.5.	Internet como espacio de comunicación	83
3.6.	Medición de la interactividad.....	86
3.7.	Posibles contenidos en web municipales.....	90
3.8.	Política en Internet.....	92
3.8.1.	Los políticos en Internet.....	92
3.8.2.	Desarrollo de Internet en el ámbito público español	94
3.9.	La Administración en Internet: E-Administración	96
3.9.1.	Precedentes.....	96
3.9.2.	Uso de la E-Administración por los Ayuntamientos.....	97
3.9.3.	Aspectos a tener en cuenta de la e-Administración como base para el acceso a las páginas	100
3.10.	La 2.0	107

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

4.	MÉTODO Y MODELO DE ANÁLISIS	112
4.1.	Metodología de trabajo. Determinación de la muestra	113
4.2.	Modelo de análisis	117
4.2.1.	Introducción	117
4.2.2.	Niveles de interactividad.....	118
4.2.3.	Recursos individuales y recursos colectivos.....	119
5.	ANÁLISIS	121
5.1.	Municipios con menos de 101 habitantes	122
5.2.	Municipios de 101 a 500 habitantes	142
5.3.	Municipios de 501 a 1.000 habitantes	209
5.4.	Municipios de 1.001 a 2.000 habitantes	248
5.5.	Municipios de 2.001 a 3.000 habitantes	288
5.6.	Municipios de 3.001 a 5.000 habitantes	314
5.7.	Municipios de 5.001 a 10.000 habitantes	341
5.8.	Municipios de 10.001 a 20.000 habitantes	375
5.9.	Municipios de 20.001 a 30.000 habitantes	398
5.10.	Municipios de 30.001 a 50.000 habitantes	408
5.11.	Municipios de 50.0001 a 100.000 habitantes	416
5.12.	Municipios de más de 100.000 habitantes	421
5.13.	Capitales de provincia	422
6.	RESULTADOS	473
6.1.	Una escasa apuesta por Internet	474
6.2.	Proliferan las redes sociales y los blogs	477
6.3.	Desglose de recursos individuales	478
6.4.	Promoción al exterior y turística	486
6.5.	Otros recursos colectivos: económicos y sociales	488
6.6.	Las capitales de provincia.....	492
6.7.	Páginas ‘impersonales’	497
6.8.	Mantenimiento, actualización y multilingüismo.....	498
6.9.	Un caso particular de gran Interactividad: Madrigal de la Vera	499

ESTUDIO SOBRE LA INTERACTIVIDAD EN LAS WEBS DE LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA

7.	CONCLUSIONES	501
7.1.	Existencia de web en función de la cantidad de población	502
7.2.	Niveles de interactividad.....	503
7.3.	Disponibilidad de recursos individuales.....	503
7.4.	Disponibilidad de recursos colectivos.....	504
7.5.	Complementos analizados que refuerzan la interactividad en la web	505
7.6.	Factores que potencian o impiden la interactividad en una web municipal	505
7.6.1.	La posible reticencia política	505
7.6.2.	La selección en la participación.....	506
7.6.3.	Eficacia y rapidez en la comunicación	507
7.6.4.	Participación con innovación	508
7.6.5.	Interactividad y participación independiente al nivel poblacional.....	510
7.6.6.	E-Administración y correo electrónico como recursos de inicio, pero no exclusivos	511
7.6.7.	Espacio destacado para los colectivos	512
7.7.	Propuestas para un modelo de página web municipal interactiva.....	512
7.8.	Líneas abiertas de investigación.....	513
	BIBLIOGRAFÍA.....	515