

Uso de herramientas digitales para la transparencia en la gestión municipal española

Francisco Cabezuelo-Lorenzo

Universidad de Valladolid, España.

cabezuelo@hmca.uva.es

Resumen

Internet es la herramienta para esa nueva comunicación bidireccional entre los diferentes ciudadanos y los ayuntamientos españoles. Como resultado de la crisis, existe una nueva cultura de la transparencia. Los ciudadanos administrados quieren ser justamente gobernados y exigen a las diferentes administraciones públicas especialmente las municipales que comuniquen más y mejor. Este trabajo propone 41 variables para el estudio de la transparencia de las ciudades a través del diseño de sus páginas web conforme al proyecto GlobalCom financiado por el Gobierno de España.

Palabras clave: Internet, ayuntamientos, comunicación bidireccional, GlobalCom.

Use of Digital Tools for Transparent Management in Spanish City Councils

Abstract

Internet is the tool for the new two-way communication between citizens and the different Spanish municipalities. As a result of the crisis, there is a new culture of transparency. The citizens want to be fairly administered and governed. Especially, they want the municipal governments to communicate more and better. This text suggests 41 vari-

ables to study the transparency of the cities through the design of their websites. GlobalCom is part of a national programme paid by the Government of Spain.

Keywords: Internet, city councils, two-way communication, GlobalCom.

1. JUSTIFICACIÓN E INTRODUCCIÓN

La idea que se plantea en este texto no es otra que la de ofrecer un punto de partida para el estudio o investigación académica y universitaria en este tema. Este trabajo resume la propuesta metodológica e innovadora de un proyecto en activo de carácter nacional financiado en concurrencia competitiva por el Ministerio de Economía y Competitividad perteneciente al *Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los Retos de la Sociedad* en su convocatoria de 2013 y con extensión hasta el año 2015 cuya referencia es CSO2013-46997-R. Forma parte del proyecto de investigación titulado *Comunicación pública, transparencia, rendición de cuentas y participación en los gobiernos locales* (GlobalCOM CSO2013-46997-R) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España. Tiene como finalidad atender a la gran transformación periodística y ciudadana que supone la sociedad red. Juan Luis Manfredi Sánchez es el Investigador Principal (IP) del proyecto para toda España. Este proyecto da continuidad al trabajo desarrollado por el proyecto *Comunicación y Periodismo para la participación ciudadana en el seguimiento y la evaluación de la gestión de los gobiernos locales*, cuya investigadora principal es Amparo Moreno Sardà, catedrática emérita del departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Este proyecto emplea la plataforma Mapa Infoparticip@ (www.mapainfoparticipa.com financiado con cargo al proyecto I+D CSO2012-34687), cuya misión es la utilización de Internet y los nuevos medios para promover la rendición de cuentas y la transparencia de las administraciones públicas. Su génesis, fundamentos, primeros resultados y reflexiones han estado siendo publicados entre 2013 y 2015 en diferentes publicaciones especializadas y foros para el debate como congresos y conferencias.

La principal finalidad de la investigación es analizar y evaluar cómo se utilizan las tecnologías digitales en las webs de los ayuntamientos. Al mismo tiempo, pretende explorar y probar nuevos criterios, meto-

dologías y herramientas ligadas a esta faceta de la comunicación social. Y, finalmente, se pretende colaborar en el desarrollo final o cierre del Mapa Infoparticip@ (www.mapainfoparticipa.com) publicando los resultados de la evaluación para promover mejoras y facilitar la participación ciudadana en los asuntos públicos que nos afectan a todos los españoles. Hoy en día, Internet es la herramienta para esa nueva comunicación bidireccional entre los diferentes ciudadanos y los ayuntamientos de España. Fruto de la crisis, existe una nueva cultura de la transparencia, ya que los ciudadanos administrados quieren ser justamente gobernados. De este modo, los ciudadanos exigen a las diferentes administraciones públicas que comuniquen más y mejor. En ese sentido, los ayuntamientos son las administraciones más cercanas a los ciudadanos a la hora de recibir servicios públicos. Este trabajo propone 41 variables para el estudio de la transparencia de las ciudades a través del diseño de sus páginas web. Este trabajo quiere sentar las bases para el estudio de la comunicación pública y el poder en los gobiernos locales, que debe fundamentarse en la transparencia y la innovación, que son los pilares o principios básicos del proyecto de investigación GlobalCOM. A su vez, el objetivo final de la investigación consiste en la obtención de información comparable y la elaboración de una serie de propuestas concretas para la mejora del buen gobierno de la información municipal.

El resultado que persigue este trabajo es la continuación del trabajo realizado mediante la incorporación de herramientas que promueven la participación ciudadana en el sistema democrático, sobre todo en su vertiente municipal. La oportunidad de la investigación encuentra acomodo en la doctrina del constitucional española sobre la libertad de información indica con vehemencia su especial importancia en la medida en que condiciona el estado de la opinión pública, en este caso la española, enmarcada en el contexto de la Unión Europea, sin olvidar nunca que la tecnología y la ciencia han sido ejes de la identidad europea (Sotelo González, 2012b, 122-141). De este modo, es necesario que el ciudadano pueda conocer cómo actúan los poderes públicos, qué responsabilidades tienen en el ejercicio de dicho poder, pueda preguntar libremente sobre aquello que le parezca oportuno y pueda formarse su propia opinión. En una sociedad de creciente complejidad, el ejercicio de la libertad de expresión requiere más acceso a los datos y fuentes. Esta dimensión se comprende aún mejor empezando por la gestión de la comunicación local, ya que son los asuntos propios de la vida cotidiana los que se resuel-

ven en esa esfera de decisiones más próxima, en relación con los asuntos nacionales e internacionales de interés, en un complejo mundo con nuevas herramientas para la diplomacia digital (Manfredi Sánchez y Cabezuelo Lorenzo, 2015, 52-61).

Dados los constantes casos de corrupción que saltan a la palestra de la actualidad, la ciudadanía cada vez exige mayor transparencia en la gestión pública, sobre todo el actual momento de crisis económica (Cabezuelo Lorenzo, 2013: 703-715). El proyecto de transparencia ya está en la agenda política, mediática y ciudadana. Por eso, el desarrollo de un proyecto de investigación que vincule la comunicación pública local, la rendición de cuentas, la gestión y la participación resulta adecuado en estos tiempos que corren. Este tipo de iniciativas supone un salto hacia delante en la medida que, mediante la información pública, los ciudadanos pueden participar en la vida pública con conocimiento e influir en su desarrollo, prevenir y controlar ineficiencias administrativas, corregir errores, denunciar arbitrariedades y profundizar en la convivencia local. Igualmente, es esencial que las administraciones públicas ofrezcan información completa y oportuna que pueda ser utilizada como fuente primaria para el trabajo de los profesionales de la comunicación de los medios privados y públicos.

La experiencia del proyecto Infoparticip@ y el desarrollo tecnológico subsiguiente confirma la hipótesis de partida. La transformación de la organización de la información pública puesta a disposición de los ciudadanos impacta en la vida política municipal. En este sentido, la investigación dota a los municipios de una guía de buenas prácticas profesionales en el ámbito de la comunicación local mediante la enumeración de las variables mínimas, así como de la estructura y arquitectura de la información, creando incluso nuevos perfiles profesionales ligados a la comunicación (Sierra Sánchez y Cabezuelo Lorenzo, 2010). La experiencia inicial demuestra que la pedagogía de la transparencia funciona y ofrece resultados tangibles.

La cultura de la transparencia se aprende. Las buenas prácticas se expanden. La arquitectura de la información se transforma. La denuncia de las malas prácticas ofrece un resultado más pobre que la dotación de ideas y la evidencia de patrones de buenas prácticas que se empleen como guía para el rediseño de la información en el árbol de la web. Los municipios, a menudo sin recursos, están abiertos al cambio cuando conocen la ruta, comparten los objetivos que se persiguen y entienden la participación ciudadana en la actual sociedad digital.

El objetivo o aspiración final es el renacimiento de una cultura cívica que querría servir para que se regenere la vida pública en los municipios españoles. En esta tarea, la investigación contribuye a la regeneración del periodismo porque se sanean las fuentes de información de las administraciones públicas. Sin fuentes de primera calidad, igualdad de acceso, disposición abierta de contenidos y participación ciudadana, no es posible la reconstrucción del periodismo político, social y/o ciudadano. En este contexto, merece una mención especial el nacimiento del ahora llamado periodismo emprendedor, tal y como han investigado Manfredi Sánchez, Rojas Torrijos y Herranz de la Casa (2015a, 265-273 y 2015b, 69-90) y digital aplicado al periodismo especializado en áreas de interés, según Sotelo González (2012: 215-228). Es bien sabido que una sociedad desinformada se expone a la aparición y éxito de opciones populistas o al descrédito generalizado tanto de su clase política como periodística. La comunicación pública debe comprender que el tamaño de las poblaciones no importa, sino la capacidad de ofrecer información concreta de interés público. Teniendo en cuenta este punto de partida, estudios como éste son una oportunidad para conseguir los objetivos políticos, sociales y culturales. La nueva sociedad digital ofrece de este modo cientos de iniciativas dignas de estudio. De este modo, las webs de los ayuntamientos son también objeto de estudio para una investigación en profundidad en aras de la transparencia informativa y de una nueva forma de comunicar.

2. MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y CONTEXTO

Esta propuesta de estudio dos hipótesis de partida básicas. En primer lugar, las webs de los ayuntamientos españoles ponen de manifiesto deficiencias a la hora de dar cuenta de la gestión que realizan los gobiernos, que afectan al papel que estas entidades juegan como fuentes de información de los medios de comunicación, enturbiando y en ocasiones contaminando el debate público, y generando desconfianza en la ciudadanía. En segundo término, las tecnologías digitales pueden colaborar a reducir estas deficiencias y, así, a despertar un renovado interés entre la ciudadanía en la valoración de la actividad política y el control democrático. No hay que olvidar que grandes colectivos de población en riesgo de exclusión, como es el caso de nuestros mayores o tercera edad, a veces quedan al margen de las innovaciones tecnológicas y digitales, tal y como han demostrado Llorente Barroso, Viñarás Abad y Sánchez Valle (2015: 29-36) y González Oñate, Fanjul Peyró y Cabezuelo Lorenzo (2015: 19-28).

Sin embargo, para ello, los periodistas y otros responsables de la comunicación y la información de las administraciones públicas han de cambiar sus rutinas actuales, y han de ser capaces de utilizar las tecnologías digitales para elaborar la información de manera que resulte fácilmente inteligible a la ciudadanía plural, tolerante y abierta al diálogo constructivo. Estas hipótesis permiten pensar que los objetivos que nos planteamos en el proyecto resultan pertinentes: analizar y evaluar cómo se utilizan las tecnologías digitales en las webs de los ayuntamientos; explorar y probar nuevos criterios, metodologías y herramientas; y desarrollar en Internet una plataforma para publicar los resultados de la evaluación y facilitar la participación ciudadana en la sociedad española.

Otra de las finalidades de este trabajo es fomentar entre los representantes políticos y los profesionales responsables de la comunicación y la información en las corporaciones municipales, la voluntad de mejorar las prácticas para hacer transparente la gestión de los gobiernos y facilitar la participación ciudadana en el control de la gestión de los gobiernos. Las hipótesis de partida de este proyecto se están validando en la investigación que analiza las webs de los ayuntamientos ubicados en las Comunidades Autónomas de Cataluña, Andalucía, Aragón, Canarias, Madrid y Galicia, así como las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, en una primera fase.

Los dos proyectos comparten esta experiencia, así como los recursos técnicos. Desde la concepción y la metodología en red, se han añadido más comunidades autónomas en una segunda fase. La incorporación de los datos del análisis de la información que se ofrece en las webs de los ayuntamientos de las comunidades autónomas de Castilla-La Mancha, Castilla-León, Murcia, Comunidad Valenciana, Asturias, Cantabria, Extremadura, Islas Baleares, Navarra y La Rioja a fin de mejorar sus prácticas de comunicación local se añaden en el segundo proyecto¹ (Tabla 1).

El objetivo general del proyecto es la investigación de los recursos, los rasgos y las prácticas de la comunicación pública que realizan los ayuntamientos a través de la web. Este análisis nos permitirá conocer cómo se facilita (o debilita) la participación ciudadana en el seguimiento y la evaluación de la gestión de los gobiernos locales, se explorarán las posibilidades de las tecnologías digitales. El segundo objetivo general es la publicación de los resultados de la investigación en tiempo real en el Mapa Infoparticip@. El análisis de los municipios de las diez comunidades autónomas antes señaladas. Los objetivos concretos se pueden resumir de la siguiente manera:

Tabla 1. Comunidades Autónomas y fases del estudio.

	Proyecto 1	Proyecto 2
Comunidades o ciudades autónomas	Andalucía	Asturias
	Aragón	Castilla-La Mancha
	Cataluña	Castilla y León
	Canarias	Cantabria
	Galicia	Comunidad Valenciana
	Madrid	Extremadura
	Ceuta	Islas Baleares
	Melilla	Navarra
		La Rioja
	Región de Murcia	

- a) Identificar en las webs de los ayuntamientos de las Comunidades Autónomas anteriormente señaladas cuáles son los recursos y las prácticas de información, comunicación y periodismo, así como las deficiencias que se ponen de manifiesto, para dar cuenta de la gestión que realizan los gobiernos municipales.
- b) Evaluar estos recursos y prácticas de acuerdo con un repertorio de indicadores que permiten valorar la comunicación local pública y el grado de transparencia con que se da cuenta de la gestión que realizan los gobiernos municipales.
- c) Hacer un análisis cualitativo de la información que se ofrece en estas webs sobre la gestión del gobierno, para calibrar en qué casos se ha hecho, o no se ha hecho, un tratamiento periodístico de manera que informaciones complejas resulten fácilmente comprensibles a la ciudadanía.
- d) Investigar las posibilidades que ofrece Internet para hacer visibles los resultados de nuestra investigación y facilitar la participación ciudadana en el control democrático.
- e) Utilizar el Mapa Inforparticip@ para fomentar la colaboración con otras instituciones públicas y privadas que estén interesadas en la rendición de cuentas.
- f) Incorporar al Mapa Inforparticip@ herramientas que permitan que la ciudadanía pueda hacer propuestas de actuación y construir, así, un conocimiento colectivo plural en red; publicar estas herramientas, difundirlas en Internet y dinamizar la participación.

- g) Promover mejoras y evaluar si esta plataforma colabora a mejorar el diagnóstico realizado, haciendo seguimiento de la incidencia que tiene en relación con las decisiones que adopten los representantes políticos para mejorar su valoración de acuerdo con el “infómetro”, introduciendo cambios para rendir cuentas y explicar de forma transparente la gestión que realizan. Incentivar estas mejoras mediante diferentes procedimientos.
- h) Hacer seguimiento y evaluar la incidencia de esta plataforma en relación con la utilización por parte de la ciudadanía, teniendo en cuenta los diferentes contextos de los ayuntamientos y perfiles socio-formativos de la población, para comprobar la utilidad.
- i) Mejorar las prestaciones de la plataforma del Mapa Infoparticip@ para que tenga capacidad de incorporar el gran volumen de información que se incorporará con este proyecto y para mejorar las prestaciones.
- j) Publicar los resultados en foros académicos, en Internet y en actos presenciales.
- k) Hacer la evaluación final para concluir esta fase del proyecto y plantear nuevos objetivos.

3. LA NUEVA EXIGENCIA SOCIAL DE TRANSPARENCIA E INNOVACIÓN

El entorno disciplinar en el que se desarrolla la investigación es transversal y cubre facetas tan variadas como la Estructura, Economía, Teoría e Historia de la Comunicación Social. La metodología se justifica en la naturaleza económica de la actividad periodística, porque existe una relación estrecha entre las estrategias de comunicación y la conservación del poder y porque los mensajes apoyan o justifican, y porque tales relaciones se pueden analizar en perspectiva histórica. La teoría y la práctica de la estructura de la información se fundamentan en el análisis de los recursos, los rasgos y las prácticas de comunicación y periodismo que realizan las administraciones locales.

El objetivo que se persigue desde el ámbito periodístico es el desarrollo de los conocimientos de la estructura política local, la relación entre periodismo e información pública y la participación ciudadana. Mediante un conocimiento crítico y racional, avanza el periodismo y se articulan los fenómenos sociales, cívicos, de la sociedad actual. Esta investi-

gación es interdisciplinar. La estructura de la comunicación es la disciplina que estudia los sistemas de comunicación, los agentes que conforman dicho sistema y la relación que se establece entre los medios y los mensajes informativos. Consiste en la elaboración de una cartografía de la realidad mediática en sus vertientes económica, política y social que tiene como finalidad la comprensión de los mensajes periodísticos elaborados en un sistema de medios dado. Este enfoque convierte la materia en una piedra angular de la investigación en las Ciencias de la Comunicación, en general, y en Periodismo, en particular.

Mediante el establecimiento de una relación directa entre periodismo, la comunicación pública y democracia, Paul Starr (2009:28) demuestra que un riesgo de la menor cobertura informativa es la integridad del gobierno. No se trata de una proposición especulativa señalar que la corrupción tiende a florecer cuando aquellos que están en el poder tienen menos miedo a la exposición mediática. En la misma línea, Pippa Norris (2000: 133) considera que los medios de comunicación tienen un impacto positivo en la gobernanza democrática y en el desarrollo humano sostenible si se cumple la función de *watchdog* o vigilante de los poderes y si contribuye al establecimiento de un foro cívico de discusión de los asuntos de la esfera pública.

Por este motivo, la transparencia se ha convertido en uno de los temas recurrentes en la investigación en el área de la Estructura de la Comunicación. En la medida que se conocen los intereses de los actores participantes en la comunicación pública y que se pueden evaluar los resultados, se mejoran las condiciones del sistema democrático. Las nuevas tecnologías de la sociedad de la información han propiciado el nacimiento de una forma de gobernar más abierta, corresponsable, colaborativa, transparente y receptiva con sus destinatarios, sobre la base de una sociedad más democrática y menos jerárquica. Se origina una distancia del principio de gobierno unilateral para demandar una forma alternativa de gestionar las relaciones y/o responsabilidad y en este sentido la transparencia se vislumbra como un mecanismo ideal para reemplazar el control único y exclusivo de los organismos centralizados, que pasan a ser ineficaces por sí mismos.

Los nuevos medios han acelerado la posibilidad de esta rendición de cuentas en tiempo casi real y a cualquier escala. En nuestro caso, nos interesa la capacidad de influir en las instituciones locales (ayuntamientos principalmente) y otras instituciones de proximidad mediante el uso intensivo de las tecnologías. Se trata de poner frente al espejo a los actores para la modifi-

cación de sus comportamientos, sobre los que influyen con un hondo calado a veces los “cronotopos y estereotipos de la comunicación” (García López y Hellín Ortuño, 2014: 759-769). En particular, el diseño de las políticas de comunicación es el resultado de la combinación de los elementos económicos, políticos, sociales y tecnológicos. En el ámbito político, las políticas de comunicación estudian las condiciones jurídicas y políticas que afectan al desarrollo de las libertades públicas. La doctrina del Tribunal Constitucional (TC) de nuestro país en materia de libertad de información indica con vehemencia su especial importancia en la medida en que condiciona la opinión pública. Por eso es necesario en un Estado Social y Democrático de Derecho que los poderes públicos ofrezcan al ciudadano el derecho de poder conocer cómo actúan los poderes públicos, de poder preguntar libremente sobre aquello que le parezca oportuno y de poder formarse su propia opinión en un ámbito de interrelación constante entre sector público, sector privado y ciudadanía.

En una sociedad de creciente complejidad, el ejercicio de la libertad de expresión requiere más acceso a los datos y fuentes. Según nuestra propuesta, el ámbito local parece el escenario ideal para el desarrollo de tales libertades. El ámbito local es el más inmediato, el que cada ciudadano vive a diario. Por eso, puede ser un punto de partida para comprender los restantes niveles de gobierno dentro de la complejidad del propio sistema.

4. PROPUESTA PARA EL ESTUDIO DE LA TRANSPARENCIA MUNICIPAL EN ESPAÑA

La instantaneidad de la información disponible afecta a diversas audiencias. La primera es la propia corporación municipal que dispone de una guía informativa que enumera los ítems evaluados y los criterios para la superación del mismo. La naturaleza del proyecto de investigación que planteamos es diferente a la convención académica. Porque se trata de un encargo vivo, vinculado a la actividad política y periodística. Los resultados parciales, en bruto, se publican en tiempo real con lo que se genera un impacto en tiempo real. Entre esos cambios encontramos el posible cambio en la información publicada, nuevo diseño web, renovación de la arquitectura de la web municipal, contacto con los responsables municipales, entre otras posibilidades. Este trabajo sigue otras investigaciones cuantitativas de análisis digitales, sobre temas de investigación en materia de comunicación científica, técnica y/o administrati-

va, abiertas por otros investigadores y trabajos como Martínez Pastor y García López (2013: 173-180) y Castillo Esparcia, Rubio Moraga y Almansa Martínez (2012: 248-270).

La ficha individual evalúa el caso y muestra una evolución histórica, correspondiente a cada oleada de investigación. La segunda audiencia es el grupo de profesionales municipales (periodistas, arquitectos de la información, diseñadores web, informáticos y otras personas relacionadas). La guía se puede aplicar para la creación y la adaptación de los contenidos mínimos de transparencia, información pública y participación ciudadana.

En el proceso de elaboración de la memoria de investigación, los componentes del grupo hemos discutido sobre la conveniencia de incluir más puntos o bien de detallar más el contenido. Convenimos que aún no es necesario porque no se dan los mínimos: mejor establecer una pauta mínima de comportamientos y datos para poder crecer que enumerar o pedir un proyecto de información pública imposible en este momento.

El tercer grupo de interés es el periodista que dispone de información real y tangible sobre el comportamiento del gobierno municipal, el grado de cumplimiento los presupuestos, la gestión de los recursos colectivos, la dotación de un plan de gobierno o un documento estratégico, entre otros ítems. Con estos puntos básicos de partida, el periodista puede comenzar a trabajar en la escritura de sus propias historias.

La cuarta audiencia es la propia ciudadanía local. La plataforma dota de un instrumento de participación que se emplea para la denuncia de asuntos propios de la gestión de recursos colectivos. Se puede indicar la imprecisión de los datos, la ausencia de unas actas o bien cualquier otra información de esta naturaleza de control de los procesos democráticos.

La quinta audiencia es la oposición y la clase política en activo. La reclamación de datos e informaciones de diversa naturaleza no es habitual, pero sí es un conducto preferente. La experiencia catalana refleja que la oposición no reclama este espacio hasta el periodo preelectoral. Estas cinco audiencias generan resultados que pueden ser contrastados, son tangibles, comprobables y están en cambio permanente, ya que los resultados cambian y avanzan según avanza el proyecto.

En el ámbito del periodismo profesional, encontramos nuevas propuestas comunicativas. Se trata de emplear la información pública para

la creación de contenidos propios de los géneros periodísticos. Para eso, recuperamos los fundamentos periodísticos perdidos ante la invasión del marketing político: enumeración y acceso a fuentes, datos para su administración y extracción de historias, visualización de datos, revisión y grado de cumplimiento de los programas políticos así como nuevos enfoques para la web.

Este segundo terreno ofrece la posibilidad del desarrollo profesional de los nuevos egresados en Periodismo. Ante las dificultades para ejercer la profesión en medios convencionales (prensa, radio, televisión), los nuevos egresados podrán ofrecer su conocimiento y experiencia para la gestión de la información, su relación con los medios y la creación de temas de interés público. Es un salto adelante en la profesionalización de la comunicación pública.

Al final, se trata de alcanzar y descubrir los nuevos terrenos de la innovación periodística y cómo el señalado proyecto puede apalancar conocimiento para un nuevo periodístico. La innovación consiste en el proceso de implementación de las invenciones y la comercialización de dicha implementación. En el ámbito de la empresa periodística, tal innovación tiene que proceder de la creación de nuevos productos y servicios a través de la gestión del conocimiento, la adaptación a los dispositivos tecnológicos móviles y el empleo y explotación de los datos disponibles en las fuentes públicas. Infoparticip@ aspira a convertirse en un elemento para la comunicación local y regional de la sociedad española.

Tabla 2. Variables analizadas en el proyecto.

Variables estudiadas en Infoparticip@

Primer grupo. Quiénes son los representantes políticos

Indicador 1.
¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre y apellidos, foto y partido político?
2. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: biografía y/o curriculum?
3. ¿Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: nombre y apellidos, foto y partido político?
4. ¿Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?
5. ¿Se da información básica sobre los representantes que no forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?

Segundo grupo. Cómo gestionan los recursos colectivos

7. ¿Se da información sobre las competencias de los órganos de gobierno: pleno, junta de gobierno local y comisiones informativas?
8. ¿Se da información sobre la composición de estos órganos de gobierno?
9. ¿Se da información sobre el calendario de trabajo de estos órganos de gobierno?

Tabla 2. Continuación

10. ¿Se publican las convocatorias con los órdenes del día previos a la celebración de los Plenos Municipales?
11. ¿Se publican las Actas del Pleno Municipal?
12. ¿Se publican los acuerdos del Gobierno o de la Junta de Gobierno?
13. ¿Se da información sobre el Plan de Gobierno (PG), Plan de Actuación Municipal (PAM) y/o Plan estratégico?
14. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenación Urbanística Municipal (POUM) u otras normas de planificación urbanística?
15. ¿Se da información sobre otros planes municipales: Agenda21, Juventud, Participación ciudadana, etc.?
16. ¿Se publica la relación de puestos de trabajo de la Corporación y las retribuciones, según las categorías?
17. ¿Se publican las retribuciones de los cargos electos?
18. ¿Se publican las ordenanzas municipales?
19. ¿Se publica el Presupuesto del Ayuntamiento?
20. ¿Se publica información sobre la ejecución del Presupuesto?
21. ¿Se publican los informes anuales de la comisión especial de cuentas?
Tercer grupo. Cómo informan de la gestión de los recursos colectivos
22. ¿Se publican noticias o informaciones en la web?
23. ¿Se publican noticias o informaciones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno?
24. ¿Se publican noticias o informaciones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición relacionadas con el control de la gestión del gobierno?
25. ¿Se publican noticias o informaciones en las cuales se contrasten las informaciones de miembros del gobierno, de la oposición, y de técnicos si procede?
26. ¿Se informa del perfil del contratante y de las contrataciones y las concesiones firmadas por la Corporación con otras entidades, empresas o particulares?
27. ¿Se informa sobre el acuerdo del Pleno Municipal de dar apoyo al Decálogo de Buenas Prácticas de la Comunicación Local Pública o algún otro documento similar?
28. ¿Se publica en la web el Decálogo de Buenas Prácticas de la Comunicación Local Pública?
Cuarto grupo. Qué herramientas se ofrecen para la participación ciudadana en el control democrático
29. ¿Se da información sobre la situación del municipio, datos sobre el término municipal, la población empaquetada y la diversidad social, actividades económicas, culturales?
30. ¿Se da información histórica sobre el municipio?
31. ¿Se ofrecen en la web las direcciones de e-mails y/o formularios de los miembros del gobierno?
32. ¿Se ofrecen en la web las direcciones de e-mails y/o formularios de los miembros de la oposición?
33. ¿Se ofrece en la web acceso a redes sociales de la Corporación?
34. ¿Se da información sobre el reglamento o las posibilidades de participación ciudadana?
35. ¿Se da información en la web de otros mecanismos o entes de participación: consejos territoriales, consejos de ciudad, consejos sectoriales, etc.?
36. ¿Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas?
37. ¿Se ofrece en la web el directorio de entidades del municipio?
38. ¿Se ofrecen en la web formas de participación para hacer seguimiento del programa de gobierno, PG, PAM o Plan estratégico?
39. ¿Se ofrecen en la web formas de participación para hacer seguimiento de otros planes municipales?
40. ¿Se ofrecen en la web herramientas para comunicar incidencias en la vía pública, quejas o sugerencias?
41. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y/o Comunicación de la Corporación?

En un segundo orden, la innovación periodística atiende a la demanda de una mejor rendición de cuentas por parte de los actores de la vida política, económica y social. La lucha contra el nepotismo y la corrupción, así como la defensa de la transparencia informativa se han instalado con más fuerza aún en la agenda periodística. Se trata de desplegar

la ciudadanía cívica con el uso intensivo de redes periodísticas y digitales, una suerte de empoderamiento ciudadano para el siglo XXI.

Por último, se observa la necesidad de repensar la narrativa periodística en el sentido de articular los mensajes, dar profundidad y contextos a las noticias y explicar el trasfondo de la actualidad. Aquí la tecnología, la aplicación móvil, la visualización de datos, la creación de nuevos formatos y la conexión con otras disciplinas (Bellas Artes, Ingenierías) es fundamental. Con estos elementos, el periodismo necesita dotarse de instrumentos adecuados para un análisis multinivel, así como desarrollar nuevas competencias profesionales de los profesionales.

5. CONCLUSIONES

En estos momentos cuestiones como la ética, la cultura democrática, la exigencia de gobiernos transparentes o la construcción de un nuevo espacio público abierto al debate y al progreso son algunos de los retos de la actual sociedad española. En este sentido, este trabajo es un desafío para el equipo ya que intenta combinar las exigencias del entorno académico con las propias del periodismo profesional. En este primer estadio de la investigación se aventuran ya tres conclusiones que podrían adelantarse bajo estos enunciados:

- a) La primera es la necesidad de internacionalizar el proyecto. Por su tecnología y contenido, existe la oportunidad de alcanzar una dimensión global. Frente a la globalización y la indefinición de los proyectos políticos, encontramos que la ciudad, el municipio, es la única institución sólida. Y ahí el periodismo local es la piedra de toque para la recuperación de las prácticas cívicas.
- b) La segunda es el desafío de las universidades como agentes del cambio social. La innovación en la empresa periodística es relevante para los estudios de estructura y sistema de medios (Manfredi Sánchez y Artero Muñoz, 2014), pero aún más lo es el cambio social. Este proyecto aspira a ser un referente social de transparencia, buen gobierno y periodismo profesional. La Universidad es la palanca para los cambios y la renovación de la ciudadanía cívica.
- c) Por último, en el ámbito periodístico y en el político, Infoparticip@ transforma las rutinas de producción de la información. El ciudadano se apropia de la información, la comparte y cambia los significados.

En este sentido, cuando el ciudadano de un municipio hace suya la gestión de los recursos colectivos puede reclamar una mejor gestión política, vinculada a los objetivos que le son propios. Y en esta generación de información transparente el profesional de la información no tiene que desaparecer. El nuevo profesional es garantía de calidad y debe estar al servicio de la calidad democrática.

Notas

1. Sólo queda sin estudiar o cubrir por parte de este estudio la Comunidad Autónoma del País Vasco-Euskadi.

Referencias Bibliográficas

- CABEZUELO LORENZO, F. (2013). “Cinco años de crisis en el mercado de la comunicación (2008-2013)” (págs. 703-715), en **Historia y Comunicación Social**. Núm. 18.
- CASTILLO ESPARCIA, A., RUBIO MORAGA, Á. L., & ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2015). “La investigación en comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI”. **Revista Latina de Comunicación Social**. Núm. 67. Vol. 2.
- GARCÍA LÓPEZ, J. & HELLÍN ORTUÑO, P. A. (2014). “Cronotopos y estereotipos de la ficción publicitaria. Un análisis sobre la identificación con el relato publicitario” (págs. 759-769), en **Historia y Comunicación Social**, Vol. 19, Extra 1.
- GONZÁLEZ OÑATE, C., FANJUL PEYRÓ, C. & CABEZUELO LORENZO, F. (2015). “Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España”, (págs. 19-28), en **Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación**. Núm. 45.
- LLORENTE BARROSO, C., VIÑARÁS ABAD, M. & SÁNCHEZ VALLE, M. (2015). “Mayores e Internet: la Red como fuente de oportunidades para un envejecimiento activo”, (págs. 29-36), en **Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación**. Núm. 45.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L., ROJAS TORRIJOS, J. L. & HERRANZ DE LA CASA, J. M. (2015a). “Innovación en el periodismo emprendedor deportivo: modelo de negocio y narrativas” (págs. 265-273), en **El Profesional de la Información** (Ejemplar dedicado a Nuevos Medios). Vol. 24, Núm. 3.

- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L., ROJAS TORRIJOS, J. L. & HERRANZ DE LA CASA, J. M. (2015b). “Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España” (págs. 69-90), en **Revista Latina de Comunicación Social**. Núm. 70.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L. & CABEZUELO LORENZO, F. (2015). “Nuevos roles internacionales de la universidad en la sociedad digital. Los MOOC como herramientas de diplomacia pública” (págs. 52-61), en **Telos: Cuadernos de comunicación e innovación**. Ejemplar dedicado a la Educación Superior y la Mutación Digital). Núm. 101.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L. (2009). “Indicadores de RSC en la empresa periodística”, en **Ámbitos: Revista internacional de comunicación**. Vol. 18, pp. 137-148.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L. & ARTERO MUÑOZ, J. P. (2014). “New Business Models for the Media: the Spanish Case”, en PSYCHOGIOPOULOU, E. (Coord.): **Media Policies Revisited. The Challenge for Media Freedom and Independence**. Palgrave Macmillan, pp. 160-174.
- MARTÍNEZ PASTOR, E. & GARCÍA LÓPEZ, J. (2013). “Investigación sobre publicidad digital en revistas científicas españolas” (págs. 173-180), en **El Profesional de la Información** (Ejemplar dedicado a Educación y Bibliotecas).
- MORENO SARDÀ, A.; MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS, P. & CORCOY RIUS, M. (2013). “La información de las administraciones públicas locales. Las webs de los ayuntamientos de Cataluña”. **Revista Latina de Comunicación Social**, 68.
- MORENO SARDÀ, A. et al. (2013). “Infoparticip@: periodismo para la participación ciudadana en el control democrático. Criterios, metodologías y herramientas”, **Estudios sobre el mensaje periodístico**, Vol. 19, N. 2.
- MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS, P. (2008). “Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia”. **Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura**, 36.
- NORRIS, P. (2000). **A Virtuous Circle. Political Communication in Post-Industrial Societies**. Nueva York: Cambridge University Press.
- SIERRA SÁNCHEZ, J. & CABEZUELO LORENZO, F. [Coord.] (2010). **Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación**. Madrid: Fragua.
- SOTELO GONZÁLEZ, J. (2014). “Quo vadis, Prisa? La caída de un imperio” (págs. 619-629) en RODRÍGUEZ TERCEÑO, J. & FERNÁNDEZ PARADAS, A. R. [Coords.]: **Nuevas culturas y sus nuevas lecturas**. McGraw-Hill Interamericana, Madrid.

- SOTELO GONZÁLEZ, J. (2012a). “Deporte y social media: el caso de la Primera División del fútbol español” (págs. 215-228), en **Historia y Comunicación Social**, núm. 17.
- SOTELO GONZÁLEZ, J. (2012b). “La peculiaridad de la cultura europea: la ciencia y la técnica modernas” (págs. 122-141), en **Revista de Occidente**, núm. 376.
- STARR, P. (2009). “Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New Era of Corruption)”, en **The New Republic**, 4 de marzo de 2009, 28-35.