

La comunicación institucional y de servicios. Las páginas web municipales de las capitales de provincia españolas

MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ GONZÁLEZ

miren@consumer.es

IÑIGO MARAURI CASTILLO

inigomarauri@ya.com

JESÚS ÁNGEL PÉREZ DA SILVA

pedaj@lg.ehu.es

Universidad del País Vasco

Recibido: 8 de abril de 2005

Aceptado: 8 de junio de 2005

RESUMEN El papel protagonista que ha adquirido la informática en estos últimos años obliga a los diferentes agentes e instituciones que conforman nuestra sociedad a adecuarse a los nuevos tiempos. Entre las Administraciones públicas destaca el proceso de modernización y adaptación iniciado por las instituciones locales más próximas a los ciudadanos: los ayuntamientos. En este periodo de transformación, las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones ocupan un papel principal y nos conducen a una nueva Administración local donde desaparecen las limitaciones de tiempo y espacio. Se produce una revolución en la prestación de servicios y un cambio en las relaciones que mantienen los ciudadanos con los ayuntamientos. En esta investigación se va a estudiar si las webs municipales españolas son operativas y funcionales, permitiendo la gestión de trámites burocráticos a través de la red y, por tanto, sin la necesidad de personarse en el consistorio.

Palabras clave: Comunicación institucional, administración electrónica, webs municipales, nuevas tecnologías, ayuntamientos.

Institutional Communication and Services. The Municipal Web Pages of Spanish Cities

ABSTRACT Computing has taken the chief role in the society during recent years and has compelled the different institutions that shape our society to adapt to the new situation. In the area of public Administration is notable the modernization and adaptation process started by the local institutions which are closer to the citizens: the city councils. In this period full of changes, the new information and communication technologies take the main role and lead us to a new local Administration where limits of time and space disappear. There is a change in the way services are offered and in the relationship between citizens and their city councils. In this investigation the authors have studied if the municipal webs are operative and functional allowing people to transact and to manage official documents without presenting oneself at city council.

Keywords: Institutional communication, electronic administration, local webs, new technologies, city councils

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Los pasos hacia la e-Administración en la UE y España. 3. La dimensión comunicativa y de servicio de las páginas web municipales. 4. Metodología. 5. Análisis de campo. 6. Conclusiones. 7. Anexo: Resultados del análisis. 8. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Las nuevas tecnologías de la información han producido, y están produciendo, transformaciones sustanciales en el ámbito de la comunicación, pero no sólo en la comunicación. Su impacto es tal que ya se ha convertido en un lugar común la denominación de la sociedad actual como de la información¹. Uno de sus principales abanderados tiene nombre de red y se llama Internet.

El desarrollo y universalización de la conocida como red de redes ha generado un amplio debate y estudio sobre su impacto en el periodismo y en los medios de comunicación de masas conocidos hasta ahora –la prensa, la radio y la televisión-. Uno de sus efectos más subrayados radica en la desaparición de la necesidad de contar con un intermediario, los citados medios, para hacer llegar al receptor el mensaje. En la actualidad, cada institución, organización, asociación o cada individuo puede crear sin necesidad, ni mucho menos, de las inversiones requeridas para poner en marcha un diario, una radio o una emisora de televisión, su propia página o portal web con el que dar a conocer a una masiva audiencia potencial los contenidos que considere adecuados.

A este factor se suma el hecho no menos relevante de que Internet posibilita la interactividad entre emisor y receptor, lo que abre un amplísimo abanico de opciones que rebasa el objetivo comunicativo de los medios tradicionales. Con estos dos elementos, descritos de manera sucinta, como referente, resulta claro que la comunicación institucional se convierte en una de las áreas en las que los potenciales beneficios y la influencia de esta realidad abre un mayor número de expectativas. Como apunta Carlos Soria² “la comunicación institucional, finalmente, se configura como una mediación entre la institución y el público o públicos a los que se destina el mensaje comunicativo. El trabajo de la comunicación institucional está entrecruzado, es decir, se mueve en el escenario de una concertación de intereses de públicos diferentes: el público interno de la institución; la propia institución; y los públicos externos que serán, de acuerdo con la naturaleza de la institución, más o menos fragmentados: potenciales clientes, anunciantes, patrocinadores, organismos públicos, creadores de opinión, medios de comunicación, inversores, legisladores, organismos profesionales” (Soria, 2004:216). Como parte de los públicos externos se encuentran también las asociaciones vecinales, ecologistas, plataformas y coordinadoras que actúan como líderes de opinión denunciando de manera continuada la falta de comunicación entre esta parte de la

¹ Javier Echeverría se refería a esta nueva sociedad como *telepolis*. ECHEVERRÍA, Javier. *Telepolis*. Barcelona: Destino, 1994. Nosotros preferimos el término empleado por Manuel Castells. Este habla de sociedad informacional y no de sociedad de la información. CASTELLS, MANUEL. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial, 1997, p. 47.

² Según Soria, la comunicación institucional se funda en un derecho humano y en una necesidad social absoluta. Además, añade que las instituciones también son titulares del derecho humano a la información como toda persona física o jurídica. Las instituciones no informativas necesitan de forma absoluta la información y la comunicación para insertarse en la comunidad, y probar socialmente que están cumpliendo su función social.

ciudadanía y la Administración (Rodríguez, 2004: 120).

Dentro de ella, la circunscrita a las Administraciones públicas destaca de manera especial. Como apunta Pedro Lozano Bartolozzi, “las nuevas tecnologías y las llamadas infovías o autopistas de la información han alterado por completo los sistemas anteriores de conexión y transporte de mensajes entre las personas, las empresas, los grupos sociales, las instituciones de todo orden y, por supuesto, las Administraciones públicas, facilitando la generación de un diálogo multitudinario y multidireccional, pero a la vez más fluido, incontrolado y fraccionado” (Lozano, 1999: 69).

2. Los pasos hacia la e-Administración en la UE y España

Cada vez resulta más común el uso de expresiones como e-Administración o Administración electrónica. Ésta última es la utilizada por Douglas Holmes, que la define como “la [Administración] que utiliza las tecnologías de la información, especialmente Internet, para prestar servicios públicos de una forma más adecuada, orientada al destinatario, eficiente, mejor y diferente” (Holmes, 2001). Una mayor proximidad y utilidad son los fines que persigue una nueva forma de administración (Martínez Meroño, 2003) cuya aplicación y extensión forma parte de las políticas estratégicas de entidades como la Unión Europea, que ha incluido al e-Government como uno de los puntales del Plan de Acción eEurope 2005³. La meta marcada en el citado apartado incluía el logro de la plena prestación telemática de 20 servicios esenciales, perfectamente identificados, antes del uno de enero de 2005: 12 para ciudadanos y 8 para empresas. Estos servicios afectan a campos muy variados: documentos personales, impuestos, certificados de hechos viales, obtención de permisos y licencias, etc.

En el caso español, el Ministerio de Ciencia y Tecnología presentó en julio de 2003 el Programa de Actuaciones para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en España, en el que se englobaba una serie de acciones, plasmadas en un plan de choque, para el impulso de la Administración electrónica. Dentro de las medidas diseñadas, aparecían la de facilitar el acceso público a los usuarios y la de impulsar el desarrollo de servicios para los usuarios. Según Julio Martínez Meroño, subdirector general de Procesos de Datos de la Administración pública, “es evidente que todas las Administraciones públicas españolas están encarando con decisión el reto de mejorar la eficiencia, productividad y calidad de sus servicios y a la vez reorientarlos hacia sus ciudadanos” (Martínez Meroño, 2003). A su juicio, la implantación de la Administración electrónica es “imparable”.

Pese a estas grandes actuaciones y directrices, el verdadero peso de la Administración electrónica recae en su escala más local, es decir, los ayuntamientos.

³ Este plan, aprobado por el Consejo Europeo celebrado en Sevilla los días 21 y 22 de junio de 2002, marca una serie de objetivos en distintos campos –Administración pública, Educación y Salud, de manera fundamental- que deben estar aplicados a finales de 2005, algo por lo que deben velar los estados miembros de la UE.

José Manuel Rodríguez Álvarez, subdirector general adjunto de Relaciones Institucionales y Cooperación Local (MAP), tras señalar que las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) permiten abordar de otra forma la gestión de la información, los procesos de consulta y la prestación de servicios en las administraciones, apunta que es en el nivel local en el que el potencial de la administración en línea es mayor porque hay numerosos contactos entre las autoridades locales y los habitantes y son numerosos los servicios prestados en este nivel.

Uno de sus objetivos debe ser, según Rodríguez Álvarez, la creación de valor para los usuarios, es decir, para los ciudadanos y las empresas. Sin embargo, eso no se consigue únicamente con la colocación de todos los servicios públicos en Internet. Es necesario, insiste este experto, dar prioridad a los servicios que de forma verdadera aportan ventajas a los usuarios. Éste establece cuatro fases para la consecución de lo que él denomina Administración en línea. La primera sería la Información en línea. En ella se utilizan las TIC para hacer más accesible la información sobre la administración. Propone comenzar con la publicación en la red de informaciones administrativas como leyes, reglamentos, actos, formularios, estadísticas y los datos económicos. La segunda etapa se vincula con la Interacción en línea. Se trata, según sus palabras, de ampliar la participación de los ciudadanos. A este respecto, advierte que los sitios web, “incluso si su contenido es rico”, sólo representan una primera etapa. Un tercer paso es el de las Transacciones en línea. Con esta denominación hace referencia a la oferta de servicios administrativos en línea. Y apunta: “Las administraciones pueden ampliar su política electrónica creando sitios Internet que permiten a los usuarios efectuar gestiones en línea. Se puede comparar esta situación con el comercio en línea en el sector privado”. Rodríguez Álvarez aventura una cuarta fase, que bautiza Transformar la administración, en la que lo que se persigue es cambiar las relaciones entre administrador y administrado (Rodríguez Álvarez, 2002).

3. La dimensión comunicativa y de servicio de las páginas web municipales

Prestación de servicios, Internet como soporte y carácter local son tres de las principales características que definen el presente y el futuro de la Administración electrónica. Las páginas web de los ayuntamientos se convierten por tanto en un ejemplo apropiado de fusión de comunicación institucional y de servicios con el ciudadano como principal referente. De hecho, el nuevo artículo 75 bis de la Ley 7/1985 de 2 de abril Reguladora de las Bases del Régimen Local, reformado en 2002, dispone lo siguiente: “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”.

Así, se está produciendo una transformación en el que el concepto de servicio aparece bajo un molde nuevo. En los últimos tiempos asistimos a la conversión de páginas web municipales en una especie de portales donde el usuario encuentra valor

añadido en forma de listas de teléfonos, acceso a diferentes impresos municipales, información especializada, etc. Además, sus responsables han descubierto que los ciudadanos que acceden a sus páginas no sólo buscan información, por lo que ya se incluyen otros servicios de valor añadido que hasta ahora no eran contemplados por las corporaciones municipales como el correo electrónico, el tiempo, el tráfico, solicitud de certificados, becas, etc. (Armentia et al. 1999: 245).

Las páginas web de los municipios rentabilizan la recuperabilidad, multimedialidad, hipertextualidad o interactividad que ofrece la red con el fin de tratar de convertirse en la referencia más próxima para aquellos grupos de ciudadanos que buscan acercarse a su ayuntamiento. Convierten sus páginas en entornos virtuales, en algunos casos cercanos al audiovisual, en los que se funden información y servicios, ya que de “lo que se trata es de hacer de la información habitual un instrumento útil para la vida diaria, no un mero objeto de conocimiento” (Diezhandino, 1994: 88).

Tal y como asegura el profesor José Ignacio Armentia, “ya no se trata de ser simples soportes de noticias, hay que aprovechar las ventajas interactivas de la red y presentar una oferta de servicios” (Armentia et al. 1999: 245), entre los que sobresalen la comunicación por correo electrónico con los miembros de la Corporación, obtención de documentos personales, o la información especializada para grupos particulares que cada vez son más exigentes en sus demandas informativas.

De la misma forma que sucede en los diarios digitales, la oferta de servicios, como la interactividad, ha supuesto desde el primer momento, uno de los principales pilares sobre los que se asienta la oferta de los portales municipales (Bezuntea et al., 1999). Son páginas enteras dedicadas a servicios e información sobre las diversas facetas que conforman la vida diaria de los municipios. Aunque su horizonte es la consecución de un producto con un manejo sencillo e intuitivo para un usuario medio, este tipo de servicios requieren aún especialización y conocimientos por parte de los ciudadanos.

4. Metodología

La muestra seleccionada corresponde a las 52 capitales de provincia, incluidas las dos ciudades autónomas: Ceuta y Melilla. Conviene precisar desde el principio que resulta alarmante que a día de hoy, en la era de las nuevas tecnologías, dos municipios no tengan página web: Jaén, que se encuentra en construcción y Guadalajara que no existe.

La metodología que se ha seguido en la elaboración del apartado denominado ‘Oferta informativa’ es el estudio exhaustivo de cada página web municipal. Para este fin se diseñó una ficha de categorización en la que se valoraron 49 variables en torno a cinco grandes grupos:

4.1. Oferta informativa

4.1.1. Contacto: Se ha estudiado si todas las páginas incluyen una dirección de

contacto, concretamente si tienen ‘Correo electrónico’, ‘Teléfono’ y ‘Correo postal’.

4.1.2. Utilidades: El análisis se ha centrado en comprobar una serie de elementos básicos para los ciudadanos representados por los correspondientes municipios *on line*. Concretamente son los siguientes:

- Idiomas: ¿está en todas las lenguas oficiales?
- Buscador: ¿tiene un buscador?
- Boletín: ¿tiene un boletín para estar al tanto de las novedades municipales?
- Teléfonos de interés: ¿tiene un listado o directorio con los teléfonos más importantes?
- Información sobre el clima
- El tráfico en la ciudad

4.1.3. Información: Esta categoría se ha dividido en cuatro grandes grupos correspondientes a informaciones de distinta naturaleza: información sobre la ciudad, ocio, turismo y ayuntamiento:

- La ciudad: ¿Tiene un texto explicando la historia de la ciudad? ¿Incluye una galería fotográfica sobre la ciudad? ¿Incluye un contenido multimedia sobre la ciudad? (audio/vídeo)
- Ocio: Incluye información sobre Restaurantes, Hoteles, Museos, Parques, ¿Dónde comprar?
- Turismo: ¿Tiene un texto donde aparece ‘Cómo llegar’? ¿Aparece una referencia (teléfono y dirección) sobre los Centros de Información Turística? ¿Tiene un apartado específico donde informe de ‘Cómo divertirse’? ¿Incluye información sobre el estado de las Playas? ¿Permite enviar una e-postal? ¿Ofrece un mapa de posibilidades sobre ‘Qué hacer en la ciudad’? ¿Ofrece un ‘Plano turístico’ de la ciudad? ¿Tiene información sobre ‘Albergues y campings’? ¿Permite ver la ‘Ciudad en directo ‘con cámaras’? ¿Incluye información sobre ‘Cómo moverse’? ¿Incluye un ‘Calendario de días festivos’? ¿Informa sobre el ‘Sistema monetario’? ¿Informa sobre las ‘Costumbres horarias’? ¿Facilita horarios e información sobre el ‘Transporte público’?
- Ayuntamiento: ¿Existe un ‘Saluda del alcalde’? ¿Tiene una ‘Biografía o currículum vitae’? ¿Informa sobre cuáles son los ‘Órganos de gobierno’? ¿Ofrece información sobre los ‘Grupos políticos’? ¿Informa sobre la ‘Normativa municipal’? ¿Ofrece el ‘Ayuntamiento por temas’? ¿Informa sobre los ‘Presupuestos municipales’?

4.1.4. Servicios: En este caso se ha estudiado el siguiente volumen informativo: ¿Ofrece información sobre Oposiciones y ofertas de empleo? ¿Incluye Noticias sobre la ciudad? ¿Existe un Servicio de prensa? ¿Existe un apartado donde enviar Quejas y sugerencias? ¿Hay una Oficina de Atención al Ciudadano? ¿Permite Descargarse impresos? ¿Existe la posibilidad de participar en Foros? ¿Hay una Oficina Municipal de Atención al Consumidor (OMIC)? ¿Se pueden leer las noticias en publicadas en los diarios *on line* más importantes de la ciudad?

4.1.5. Usabilidad. Este apartado se concreta en los siguientes dos aspectos: ¿Incluye

versión para discapacitados? ¿Permite la navegabilidad a través del Firefox 1.0?

4.2. Facilidad de uso

La realización de la segunda parte del análisis denominada ‘Facilidad de uso’, requirió de la colaboración de un grupo de personas que respondieran al enunciado de usuario medio de Internet y su labor se centró en hallar tres informaciones muy concretas y básicas en cada página web municipal:

- a) La dirección electrónica del municipio.
- b) El callejero.
- c) El teléfono.

El tiempo que invirtió cada técnico en la búsqueda, cronómetro en mano, se controló una vez cargada la página, y el resultado se registró en un listado. De esta manera se consiguió constatar que el exceso de información, en ocasiones presentada de una forma desordenada, logra ralentizar la búsqueda de elementos tan sencillos y obligatorios como los recientemente señalados.

4.3. Atención al ciudadano

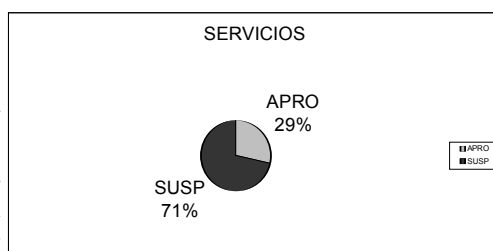
La elaboración de la tercera parte basada en evaluar la ‘Atención al ciudadano’ por parte del Ayuntamiento precisó del envío de dos correos electrónicos firmados por personas distintas; una se hacía pasar por un ciudadano y solicitaba información sobre cómo tramitar el certificado de empadronamiento y la otra, como turista, pedía el número telefónico de la estación de autobuses de la ciudad. Las respuestas se analizaron en función del tiempo que tardaron en llegar y del nivel de satisfacción. Finalmente, se tabularon todos los datos conforme al porcentaje otorgado a cada una de las partes estudiadas y se procedió a la elaboración de tablas y gráficos.

5. Análisis de campo

El estudio consta de tres partes diferenciadas: en la primera se analiza y evalúa la ‘Oferta informativa’ de las páginas web municipales, en la segunda se estudia su ‘Facilidad de uso’ y en la tercera, la ‘Capacidad de respuesta ciudadana’ de estas páginas web. A partir de esta aclaración comenzamos con la exposición del estudio:

5.1. Oferta informativa.

Se ha comprobado que la oferta en ‘Servicios’ resulta deficiente en 37 de los 52 ayuntamientos estudiados porque no cumplen las condiciones mínimas propias de una prestación tan básica y necesaria. Ciudades como Logroño, Pontevedra, Palencia y Segovia no incluyen en su web un apartado específico de ‘Noticias de la ciudad’. Otras como San Sebastián, Huelva y Toledo no tienen en cuenta la opinión de sus usuarios porque no ofrecen la posibilidad de enviar ‘Quejas y sugerencias’, ya que carecen de este



servicio concreto. Por otra parte, 20 ayuntamientos no conceden importancia a la 'Atención ciudadana': es el caso de La Coruña, Tarragona y Soria. La posibilidad de participar en 'Foros' sólo la conceden diez páginas municipales y un total de 21 no permiten la 'Descarga de impresos' para tramitar por e-mail permisos, concesiones, solicitudes etc.

En un país como España, en el que la industria turística es uno de sus principales pilares económicos, el 48% de los ayuntamientos no cumple las expectativas en la información que ofrecen las webs sobre 'Cómo llegar a la ciudad', 'Cómo divertirse', el 'Estado de las playas', 'Oficinas de información turística', 'Transporte público', 'Sistema monetario', 'Costumbres horarias' y 'Plano Turístico'. Las páginas que no obtienen ningún punto en este apartado concreto son las siguientes: Ávila, Soria, Badajoz, Cádiz, Almería, Teruel, Melilla, Jaén y Guadalajara.

La mayoría incluye una dirección de contacto electrónica y postal, así como el número de teléfono. No obstante, el estudio revela que no se halló el correo electrónico de Tarragona, la dirección postal de Madrid y el teléfono del Ayuntamiento de Sevilla. Presentan una información útil en la mayoría de las webs analizadas, incluyendo un buscador, la posibilidad de consultar la página en las dos lenguas oficiales y un directorio telefónico. La información disponible 'Ocio' es óptima en más del 90% de los ayuntamientos estudiados; la mayoría incluye en su web una amplia y variada oferta hotelera y gastronómica, entre otras. Respecto a la información 'Municipal', el 83% de los ayuntamientos informa de una manera ordenada, dividiendo los distintos contenidos por temas: 'Órganos de gobierno', 'Partidos políticos', 'Normativa municipal' y 'Presupuestos'.

5.2. Facilidad de uso

La presentación de la información por temas, el diseño de la página y el exceso de contenidos en la página de inicio han motivado que en 27 ayuntamientos el tiempo requerido para encontrar el 'Callejero de la ciudad', la 'Dirección de correo electrónico' y la de 'Correo postal' superase los treinta segundos. Se constata por tanto que el 51% de las páginas web suspenden en **Facilidad de uso**, puesto que son poco prácticas en la búsqueda de informaciones tan determinantes como las señaladas. Los casos más extremos corresponden a las web de Melilla, Ceuta y Teruel, en las que se necesitó más de un minuto y medio en cada caso para hallar estas informaciones.

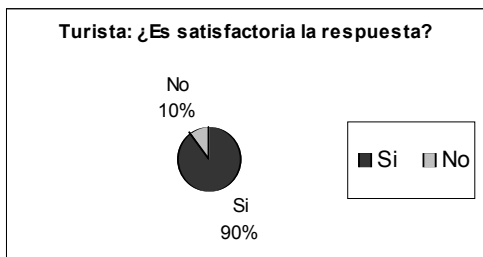
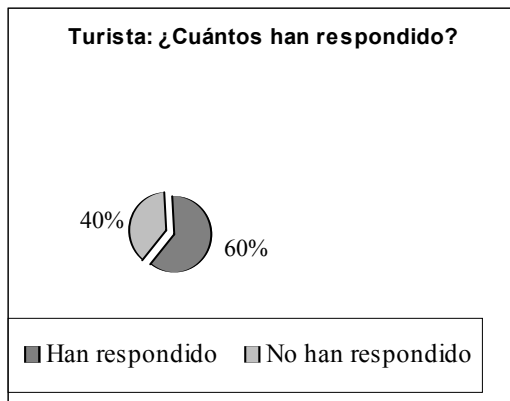
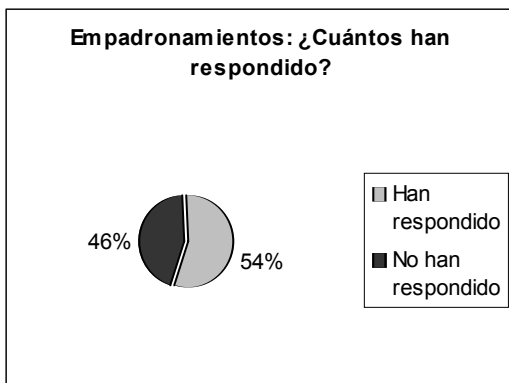
Ayuntamiento	Segundos	
Huesca	5,5	
Huelva	7,3	
Lleida	7,4	
Murcia	8,3	
Cáceres	8,7	
Palencia	9,3	
Valladolid	11	
Salamanca	12	
Valencia	12	
Albacete	12	Muy Bien
Ciudad Real	12	

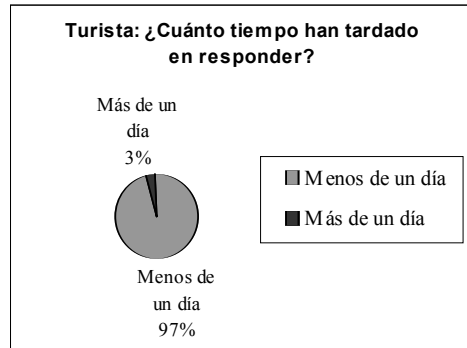
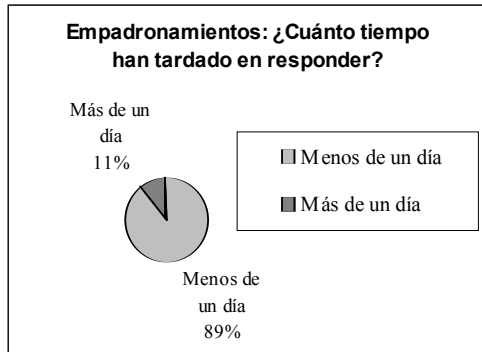
5.3. Atención al ciudadano

Más alarmantes son los datos correspondientes a este apartado específico, pues más del 40% de los ayuntamientos españoles no responde a las consultas realizadas por los ciudadanos. No obstante, conviene subrayar que los que responden lo hacen de una manera satisfactoria a las dos preguntas enviadas, y en menos de 24

horas, salvo casos como el del Ayuntamiento de Badajoz, que tardó un mes en contestar.

Ayuntamiento	Segundos	
Castellón	13	
Palma de Mallorca	13	
Girona	14	
Cuenca	14	
Gran Canaria	14	
Córdoba	17	
Málaga	19	
Zaragoza	19	
Cantabria	21	
Alicante	21	
Madrid	21	
Vitoria	24	
León	24	
Logroño	32	Bien
Orense	34	
Zamora	37	
La Coruña	37	
Oviedo	38	
Burgos	38	Mal
Pamplona	38	
Soria	39	
Tarragona	41	
Cádiz	49	
San Sebastián	52	
Lugo	52	
Toledo	54	
Granada	55	
Sevilla	56	
Ávila	56	
Almería	61	
Pontevedra	62	
Bilbao	65	Muy Mal
Badajoz	66	
Barcelona	70	
Tenerife	81	
Segovia	91	
Teruel	103	
Ceuta	106	
Melilla	117	
Jaén	0	
Guadalajara	0	





6. Conclusiones:

Las páginas web municipales de las principales capitales de provincia españolas son un complemento a su oferta presencial, no un sustituto. Para realizar la mayoría de los trámites administrativos es necesario realizar una consulta telefónica o personarse en el consistorio.

La información turística que ofertan las distintas páginas municipales resulta insuficiente, a pesar de que la industria turística es uno de los principales pilares económicos del país.

No están preparadas para solventar las dudas más urgentes de los ciudadanos facilitadas a través del correo electrónico. Este servicio resulta ineficaz y poco operativo para los usuarios.

De los 52 ayuntamientos on line estudiados sólo Valladolid está adaptado para usuarios discapacitados.

Las páginas de los consistorios on line no están preparadas para diferentes sistemas operativos, navegadores y conexiones, sólo Castellón permite su navegación a través del Firefox 1.0.

En líneas generales, la oferta informativa propiamente municipal y la que se centra en la ciudad resultan satisfactorias, así como los datos más útiles para el ciudadano como facilitar los teléfonos de interés y las direcciones de contacto.

7. Anexo: resultado del análisis

Ayuntamientos	Oferta Inf. (35)	Facilidad de uso (30)	Atención al ciudadano (35)	Total - 100	Nº de habitantes
Madrid	26	30	35	91	3.092.759
Barcelona	30	0	35	65	1.582.380
Valencia	25	30	35	90	780.653
Sevilla	18	0	17,5	36	709.975
Zaragoza	27	30	17,5	74	626.081
Málaga	24	30	17,5	71	547.105

Ayuntamientos	Oferta Inf. (35)	Facilidad de uso (30)	Atención al ciudadano (35)	Total - 100	Nº de habitantes
Murcia	24	30	0	54	391.146
Las Palmas de G.C.	20	30	22,5	72	377.600
Palma de Mallorca	21	30	17,5	69	367.277
Bilbao	20	0	35	55	353.567
Valladolid	26	30	35	90	321.143
Córdoba	18	30	17,5	66	318.628
Alicante	23	30	10	63	305.911
Granada	27	0	0	27	237.663
La Coruña	22	5	35	62	243.902
S. C. de Tenerife	12	0	17,5	29,5	220.022
Vitoria	24	30	17,5	72	224.965
Oviedo	13	5	35	53	207.699
Pamplona	20	5	35	60	190.937
Santander	14	30	17,5	61	184.778
San Sebastián	15	0	35	50	181.811
Almería	14	0	0	14	176.727
Burgos	20	5	35	60	169.317
Salamanca	11	30	5	46	167.906
Castellón	25	30	35	90	160.714
Huelva	12	30	0	42	144.831
Badajoz	8	0	35	43	138.415
Cádiz	7	0	17,5	24	134.989
Logroño	20	20	35	75	139.615
León	19	30	35	84	135.634
Tarragona	12	5	0	17	121.076
Albacete	16	30	0	46,6	155.142
Lleida	21	30	35	86	118.035
Jaén	0	0	0	0	107.184
Orense	12	20	35	67	109.475
Lugo	17	0	0	17	91.158
Cáceres	22	30	35	87,5	87.088
Girona	18	30	35	83	84.220
Palencia	15	30	17,5	63	81.378
Pontevedra	16	0	0	16	77.903
Toledo	12	0	17,5	30	72.549
Ceuta	8	0	17,5	25	68.796
Melilla	10	0	0	10	66.411
Ciudad Real	22	30	35	87,9	65.703
Guadalajara	0	0	0	0	63.000
Zamora	16	5	0	21	65.639
Segovia	4	0	17,5	22	55.640
Ávila	18	0	17,5	35,5	54.000
Cuenca	27	30	17,5	75	50.000
Huesca	20	30	17,5	67	47.609
Soria	4	5	0	9	35.540
Teruel	7	0	0	7	32.000

8. Referencias bibliográficas

ARMENTIA, José Ignacio et al.

1999: *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao, UPV-EHU.

BEZUNARTEA, O., CANGA LAREQUI, J. y CANTALAPIEDRA, M. J.

1999: *Diarios digitales: apuntes sobre un nuevo medio*. Bilbao, UPV-EHU.

CASTELLS, MANUEL

1997: *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. (Vol. 1: *La sociedad red*) Madrid, Alianza Editorial.

DIEZHANDINO, María Pilar

1994: *El Periodismo de Servicio: La utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek, y U. S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*. Barcelona, Bosch.

EL PAÍS, Ciberp@ís

2004, 24 de junio:

<http://www.consumer.es/web/es/especiales/2004/12/16/113797.php>

HOLMES, Douglas

2001: *e-Government: e-business strategies for Governments*. London, Nicholas Brealey Publishing.

LOZANO BARTOLOZZI, Pedro

1999: “Diplomacia y conflictividad en la sociedad de la información”, en RODRÍGUEZ Andrés, R. y SÁDABA GARRAZA, T. (editores). *Periodistas ante conflictos*. Pamplona, EUNSA.

MARTÍNEZ MEROÑO, Julio

2003: *Administración Electrónica: un futuro de cooperación administrativa*. Ponencia impartida en las Jornadas sobre Administración Electrónica. Universidad Miguel Hernández.

RODRÍGUEZ ALVAREZ, José Manuel

2002: *El gobierno electrónico en las administraciones locales: una perspectiva europea*. Ponencia en las jornadas sobre Administración Electrónica. Universidad Miguel Hernández.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, María del Mar

2004: “Cómo afrontar la comunicación en una situación de crisis motivada por el rechazo ciudadano: caso Boroa”, en *Zer*. Universidad del País Vasco.

SORIA SAIZ, Carlos

2004: “Los nudos éticos de la comunicación institucional”, en BEL MALLÉN, J. I. : *Comunicar para crear valor*. Pamplona, EUNSA.