



ISSN: 1646-9895

Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação
Iberian Journal of Information Systems and Technologies

S e t e m b r o 2 0 • S e p t e m b e r 2 0



©AISTI 2020 <http://www.aisti.eu>

Nº E35

Edição / Edition

N.º E35, 09/2020

ISSN: 1646-9895

Indexação / Indexing

Academic Journals Database, CiteFactor, Dialnet, DOAJ, DOI, EBSCO, GALE, Index-Copernicus, Index of Information Systems Journals, Latindex, ProQuest, QUALIS, SCImago, SCOPUS, SIS, Ulrich's.

Propriedade e Publicação / Ownership and Publication

AISTI – Associação Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação

Rua Quinta do Roseiral 76, 4435-209 Rio Tinto, Portugal

E-mail: aistic@gmail.com

Web: <http://www.aisti.eu>

Editorial

Marketing e Tecnologias

Marketing and Technologies

José Luís Reis¹, Marc K Peter², Ricardo Cayolla³, Sandra Loureiro⁴,
Zorica Bogdanović⁵, José Avelino Victor⁶

**jrreis@ismai.pt, marc.peter@fhnw.ch, zorica@elab.rs, ricardo.cayolla@gmail.com,
sandra.loureiro@iscte-iul.pt, javemor@ismai.pt**

¹ ISMAI - Instituto Universitário da Maia, Av. Carlos de Oliveira Campos, 4475-690 Maia, Portugal

² Escola de Negócios da FHNW, Hochschule für Wirtschaft Riggengbachstrasse 16 4600 Olten, Switzerland

³ Universidade Portucalense, R. Dr. António Bernardino de Almeida 541, 4200-072 Porto, Portugal

⁴ ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Av. das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal

⁵ Faculdade de Ciências Organizacionais, Universidade de Belgrado, Jove Ilića 154,
11000 Belgrade, Serbia

⁶ IPMAIA - Instituto Politécnico da Maia, Av. Carlos de Oliveira Campos, 4475-690 Maia, Portugal

Pages: xi-xii

Este número especial da RISTI é composto pelos trabalhos escritos em espanhol e em português aceites para apresentação e discussão na Conferência Internacional de Marketing e Tecnologias de 2020 (ICMarkTech'20), que contou com o apoio do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa e da AISTI (Associação Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação) e que se realizou em Lisboa, Portugal, de 8 a 10 de outubro de 2020.

A Conferência Internacional de Marketing e Tecnologias de 2020 (ICMarkTech'20) é um fórum internacional para investigadores e profissionais que apresentam e discutem as últimas inovações, tendências, resultados, experiências e preocupações nas diversas áreas de Marketing e das Tecnologias relacionadas.

O Comité Científico do ICMarkTech'20 é composto por um grupo multidisciplinar de 225 especialistas que avaliaram cerca de 150 trabalhos provenientes de 22 países recebidos para cada um dos principais temas propostos para a conferência: a)

Inteligência artificial aplicada ao marketing; b) Realidade Virtual e Aumentada no Marketing; c) Business Intelligence Databases e Marketing; d) Data Mining e Big Data, Marketing Data Science; e) Web Marketing, e-commerce e v-commerce; f) Social Media e Networking; g) Omnichannel e Comunicação de Marketing; h) Marketing, Geomarketing e IOT; i) Marketing Automation e Marketing Inbound; j) Machine Learning aplicada ao Marketing; k) Gestão de Dados de Clientes e CRM; l) Tecnologias para o Neuromarketing; m) Mobile Marketing e Tecnologias Wearable; n) Tecnologias de Gamificação para o Marketing.

Os trabalhos aceites para apresentação e discussão na Conferência são publicados pela Springer e pela AISTI (esta revista) e serão submetidos à indexação pelo ISI, SCOPUS, ProQuest e/ou Google Scholar, entre outros.

Agradecemos a todos aqueles que contribuíram para a realização da conferência ICMarkTech'20 (autores, comités, organizadores de workshops e patrocinadores). Agradecemos profundamente o seu envolvimento e apoio, que foram cruciais para o sucesso da conferência.

Lisboa, outubro de 2020

José Luís Reis, Instituto Universitário da Maia, Portugal

Marc K Peter, Escola de Negócios da FHNW, Suíça

Ricardo Cayolla, Universidade Portucalense, Portucalense

Zorica Bogdanović, Faculdade de Ciências Organizacionais, Universidade de Belgrado, Sérvia

José Avelino Victor, Instituto Politécnico da Maia, Portugal

Índice / Index

EDITORIAL

Marketing e Tecnologías	xi
<i>José Luís Reis, Marc K Peter, Ricardo Cayolla, Sandra Loureiro, Zorica Bogdanović, José Avelino Victor</i>	

ARTIGOS / ARTICLES

Nuevos escenarios narrativos desde la inmersión de la realidad virtual (VR) como una experiencia de usuario en el relato	1
<i>Yasmín Sayán Casquino</i>	
Conciencia ambiental en estudiantes universitarios: eLearning y eMarketing para la sostenibilidad	16
<i>José Antonio García Pereáñez, David Alberto García Arango</i>	
Sistema de gestión y análisis de variables climáticas mediante la utilización de Data Warehouse y Business Intelligence	28
<i>Quishpe-Morales S, Pillo-Guanoluisa D, Revelo-Portilla I, Guerra-Torrealba L</i>	
Modelo de predicción de la deserción universitaria mediante analítica de datos: Estrategia para la sustentabilidad.....	38
<i>Laura Guerra, Dulce Rivero, Alexander Ortiz, Eleazar Diaz, Santiago Quishpe</i>	
Minería de datos y uso de inteligencia computacional para la determinación de perfiles de insolvencia económica	48
<i>Leonardo Novoa Peralta, Víctor Hugo Medina García, Edwin Rivas Trujillo</i>	
Redes neuronales para identificar factores asociados al diseño de una propuesta de formación en línea de artesanos en marketing digital	62
<i>David Alberto García Arango, José Antonio Ortega Carrillo, Ana Myriam Pinto Blanco, Maria Deyser Gutiérrez Álvarez, Lina María Rendón López</i>	
Relación entre oferta de cursos tipo MOOC e índices económicos por país en el contexto europeo y latinoamericano	74
<i>David Alberto García Arango, José Antonio Ortega Carrillo, Ana Myriam Pinto Blanco, Maria Deyser Gutiérrez Álvarez, Guillermo Luján Rodríguez, Martín Gastón Esteban Zemel</i>	
Aplicación de la minería de datos para la detección de perfiles de personas desaparecidas en Colombia.....	84
<i>Gerardo Ernesto Rolong Agudelo, Carlos Montenegro Marin, Paulo Alonso Gaona García</i>	

Aplicação Web para Resolver o Problema da Gestão de Terrenos.....	96
<i>Bernardo Carvalhinho, Rodrigo Rocha Silva, Jorge Bernardino</i>	
O Uso e Exploração de Data Warehouses na Tomada de Decisão em e-Commerce.....	109
<i>Matheus Sartortt, Jorge Bernardino, Isabel Pedrosa</i>	
A relação entre (Social) IoT & Big Data	120
<i>Augusto Ferreira, Jorge Bernardino, Isabel Pedrosa</i>	
Indicadores Chave de Desempenho em Marketing	128
<i>Ricardo Domingues, Isabel Pedrosa, Jorge Bernardino</i>	
Marketing Digital e a Proteção de Dados Pessoais: O Caso das Agências de Publicidade em Portugal	141
<i>Cristiana Bouçanova, José Luís Reis, José Carvalho Vieira</i>	
Sempre ligados: Utilização dos <i>smartphones</i> pela geração Y e capital social	152
<i>Belem Barbosa, Valentina Chkoniya, Dora Somões, Sandra Filipe, Claudia Amaral Santos</i>	
Técnicas para la Clasificación de Sentimientos en Redes Sociales como Apoyo en el Marketing Digital.....	167
<i>Fredy Yarney Romero Moreno, Carlos Augusto Sanchez Martelo, Breed Yeet Alfonso Corredor, Joaquin Fernando Sanchez Cifuentes, Juan Pablo Ospina López</i>	
Análisis de sentimiento a las opiniones generadas en la red social twitter: Marketing Político	187
<i>Fredy Yarney Romero Moreno, Carlos Augusto Sanchez Martelo, Breed Yeet Alfonso Corredor, Joaquin Fernando Sanchez Cifuentes, Juan Pablo Ospina López</i>	
Aplicación descentralizada para la clasificación de productos basado en IPFS y Blockchain	204
<i>Carlos Hernan Cardona Taborda, Julián González Vásquez, Carlos Enrique Montenegro Marin, Paulo Gaona García, Nancy Gelvez García</i>	
Video Marketing con drones	216
<i>Yenny Espinosa Gómez, Javier Felipe Moncada Sánchez, Roberto Ferro Escobar</i>	
Geveca Servidor Web Espacial para el GeoMarketing	225
<i>Yenny Espinosa Gómez, Javier Felipe Moncada Sánchez, José Ignacio Rodríguez Molano</i>	
Propuesta de visualización y comunicación en el turismo 2.0 para Colombia.....	234
<i>Andrés Felipe Ospina Ferreira, Camilo Andrés Calderón Ospina, Giovanni Tarazona-Bermúdez</i>	

ErgoSent: Prototipo informático como soporte a la evaluación ergonómica de trabajadores sobre el área de marketing y diseño	246
<i>Daniel Nieto Gómez, Paulo Gaona-García, Carlos Montenegro-Marín, Karen Angarita Casas, Ricardo Ceballos Garzón</i>	
Turismo 5.0: un aporte a la identificación de nichos especializados desde la conciencia de contexto	263
<i>Marcia Ivonne Lara Silva, Luz Andrea Rodríguez Rojas, Edgar Jacinto Rincón</i>	
Medios de comunicación en línea y periodismo: un estudio sobre la crítica especializada de cine en los cybermedios de Colombia.....	276
<i>Paola Alejandra Llinás Aragón, y Daniel Barredo Ibáñez</i>	
Agenda-setting e inmigración: análisis crítico del discurso y frecuencia en los medios: Estudio descriptivo de investigaciones en revistas científicas desde 2015 a 2020	289
<i>Andrés Tirado-Espín, Ubaldo Cuesta, Luz Martínez-Martínez, Diego Almeida-Galárraga</i>	
La cultura de datos abiertos en América Latina y la promoción de la Transparencia y Acceso a la información	302
<i>Mayra Guaycha, Kruzkaya Ordóñez</i>	
Marketing gamificado en empresas unicornio	314
<i>Angel Torres-Toukourmidis, Angela Carreón, Juan Pablo Salgado</i>	
El periodismo de datos durante la crisis sanitaria del Covid-19 en la prensa española.....	325
<i>Alba Córdoba-Cabús, Manuel García-Borrego, Álvaro López-Martín</i>	
El conocimiento político de los estudiantes españoles de Comunicación: riesgos en el proceso de alfabetización mediática.....	338
<i>Manuel García-Borrego, Sergio Roses, Pedro Farias</i>	
<i>Fake news</i> y política: Nuevos desafíos para las campañas electorales	351
<i>Claudia Rodríguez-Hidalgo, Catalina Mier – Sanmartín, Gabriela Coronel – Salas</i>	
La <i>agenda building</i> de Pedro Sánchez ante la crisis del COVID-19: descripción de sus atributos e impacto sobre los medios y la opinión pública	363
<i>Alfredo Arceo Vacas, Sergio Álvarez Sánchez</i>	
Una mirada a los youtubers de la Comunidad Andina.....	377
<i>Rebeca Córdoba Tapia, Diana Rivera-Rogel</i>	
Hacktivism y participación: entre la criminalización de lo no convencional y la constitución de nuevos actores políticos	390
<i>Alfonso A. López Rod, Ángel Cazorla Martín, Paloma Castro Martínez</i>	

Tratamiento informativo y competencias mediáticas de los medios nativos digitales en tiempos de Covid-19	406
<i>Ketty Daniela Calva-Cabrera, Diana Elizabeth Rivera-Rogel, Tatiana Betzabé León-Alberca</i>	
Metodología para evaluar la transparencia en las páginas web de las alcaldías colombianas	422
<i>Johanna Muñoz Lalinde, Pedro Molina Rodríguez-Navas</i>	
La producción científica sobre redes sociales en España: análisis bibliométrico (2010-2019).....	436
<i>Raquel Vinader-Segura, Belén Puebla-Martínez, Pilar Vicente-Fernández</i>	
El humor gráfico en tiempos de coronavirus: Análisis de los memes publicados en Ecuador entre marzo y mayo de 2020	452
<i>Lilia Carpio-Jiménez, Patricio Barraqueta, Abel Suíng</i>	
Tratamiento de la información digital en tiempos del Covid-19: El valor de los medios de proximidad	466
<i>Kruzakaya Ordóñez, Marlon Ramón, Abel Suíng</i>	
Desinformación, política y religión: un análisis de los contenidos compartidos por WhatsApp durante la campaña presidencial de Brasil en 2018	477
<i>Juliana Colussi</i>	
<i>Big Data</i> en los medios Iberoamericanos	490
<i>Katty Yadira Paucar Carrión, Gabriela Coronel - Salas</i>	
Negativismo político: Análisis del uso de la cuenta Twitter @realDonaldTrump en torno a las elecciones a la presidencia norteamericana del año 2016	503
<i>Juan Arturo Mila-Maldonado, Anderson David Carlosama-Lechón, Diana Carolina Pabón-Valenzuela</i>	
Aprendiendo a contar sus propias historias: estudiantes rurales de Chimborazo frente a nuevas narrativas digitales	519
<i>María Belén Ávalos Torres, Myriam Elizabeth Murillo Naranjo, Ana Magaly Culqui Medina</i>	
El gobierno de España y el coronavirus: «rally round the flag» y sus efectos	531
<i>Antonio Garrido Rubia, M. Antonia Martínez Rodríguez, Alberto Mora Rodríguez</i>	
Consumo de Medios de Comunicación y Redes Sociales: Perfil de los votantes en las Elecciones Generales de España de noviembre de 2019	546
<i>Nieves Lagares, Elba Maneiro, Serafín González</i>	

Fake News y Fact-checking en la cobertura mediática durante la crisis del COVID-19 en España: el caso de Newtral y Maldito Bulo.....	559
<i>Erica Conde-Vázquez, Julia Fontenla-Pedreira, María Pereira-López</i>	
Impacto del COVID-19 en la televisión en España: contenidos, audiencias, soportes y estrategias de producción.....	572
<i>César Fieiras Ceide, Miguel Túñez López, Martín Vaz Álvarez</i>	
Gestión de la comunicación estratégica digital de las principales empresas del sector turístico y gastronómico del Ecuador	586
<i>Fanny Paladines, Karina Valarezo, Andrea Velásquez, Silvia Torres</i>	

Metodología para evaluar la transparencia en las páginas web de las alcaldías colombianas

Johamna Muñoz Lalinde¹, Pedro Molina Rodríguez-Navas²

lalinde@uninorte.edu.co; pedro.molina@uab.cat

¹ Docente Tiempo Completo, Universidad del Norte, Km. 5 Vía Puerto Colombia, Área Metropolitana de Barranquilla, Colombia

² Profesor Serra Hünter, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona, edificio I, 08193, Cerdanyola del Vallès (Barcelona), España.

Pages: 422–435

Resumen: Las sedes electrónicas de las alcaldías, muchas veces, parecen más un espacio de publrreportaje de la administración de turno que un espacio en el que los representantes políticos entregan información relevante para la ciudadanía, que permita a los ciudadanos ejercer control sobre la gestión que desarrollan sus mandatarios. La metodología Infoparticipa Colombia, que presentamos en este artículo, permite evaluar la transparencia de las webs de las alcaldías de los municipios y distritos colombianos. El procedimiento tiene en cuenta la legislación sobre transparencia, el Régimen Municipal y de Distritos, así como la Estrategia de Gobierno en Línea. Evalúa si se informa sobre: quiénes son los representantes políticos; la gestión de los recursos; la información sobre gobierno y gestión; y sobre los mecanismos de participación ciudadana. El propósito es colaborar para mejorar la información publicada en las webs de las alcaldías y la forma en que se presenta a los ciudadanos.

Palabras-clave: Comunicación política; alcaldías; Colombia; comunicación local; transparencia.

Methodology to evaluate the transparency on Colombian town halls' websites

Abstract: Most of the times, Colombian town halls' websites look more like a space for publicity ads made by municipal administrations than a space in which political representatives give relevant information to their citizenry. Providing relevant information may allow citizens to exert control over their public administrators' management. The methodology named Infoparticipa Colombia allows us to evaluate the transparency on the Colombian cities' and districts' town halls websites. Therefore, it examines whether the municipalities fulfill the obligations contemplated in the Transparency and Access to Public Information law, the Municipal and District Regime, as well as the Online Government Strategy. It also evaluates if these websites provide information about the mayors' resumes, resources administration, government management, and citizen's participation mechanisms. The goal is to improve the information uploaded to these websites and the way it is presented to their citizens.

Keywords: Political communication; town halls; Colombia; local communication; transparency.

1. Introducción

Las webs de las alcaldías, en muchas ocasiones, se convierten en espacios donde se difunden informaciones que favorecen a la administración o el gobernante de turno y se desvían del objetivo de entregar información sobre la gestión que desarrollan los representantes políticos. Es así como pierden el carácter de construcción de ciudadanía porque la información que se difunde a través de estas no se hace bajo el principio de transparencia y, por tanto, la ciudadanía no puede hacer seguimiento a las actuaciones de sus gobernantes y tampoco participar políticamente. Para que esto suceda, es necesario que la transparencia sea el centro articulador de la comunicación de las administraciones públicas.

La metodología que presentamos sirve para analizar la transparencia en las sedes electrónicas de las alcaldías en Colombia. Considera el derecho de la ciudadanía a la participación política fundamentada en el conocimiento de la información, que solo es posible si las alcaldías cumplen con las obligaciones que están contempladas en leyes como la de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la de Régimen Municipal y Distrito, así como la Estrategia de Gobierno en Línea.

Esta metodología, que llamaremos Infoparticipa Colombia, se fundamenta en el proyecto Infoparticipa (Molina, 2015) que inició en España el equipo del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural (LPCCP) de la Universidad Autónoma de Barcelona y que ya se está aplicando en otros países del área Iberoamericana como Ecuador.

Aunque existen normativas que obligan a las alcaldías a que la información sea lo más transparente posible para la ciudadanía, Infoparticipa Colombia es una muy pertinente iniciativa de evaluación en el país, ejecutada desde la academia. Su propósito es mejorar la información de las webs de las alcaldías de Colombia y la forma en que se presenta a los ciudadanos. La metodología no solo busca que se publiquen las informaciones, también que sean comprensibles y accesibles para el ciudadano y que éste pueda tener mayor participación en temas tan importantes para su vida como los que surgen desde las alcaldías.

2. Transparencia y métodos de evaluación

La información pública es definida como aquella que posee un organismo o institución pública, sin importar formato, fecha de creación, autores, ni si está o no clasificada. La importancia de la información radica en que si aumenta la posibilidad de acceder a esta, entonces hay mejores bases para una gestión transparente (Solimano, Tanzi, del Solar, 2008). La apertura de datos públicos (Open Data) es el proceso que permite que los ciudadanos tengan fácil acceso a los datos que poseen las administraciones, presentados en formatos digitales, estandarizados y abiertos, de forma clara para su comprensión y reutilización (Garriga, 2011).

La información que se difunden en las webs de las alcaldías entra en la categoría de información pública y debe ser de fácil acceso para la ciudadanía, por cuanto los ayuntamientos o alcaldías en Colombia son los entes que mantienen la relación más directa entre la administración pública y la ciudadanía (Moreno, Molina, Simelio, 2017). Así, las webs de las alcaldías deben ser el canal para que la ciudadanía conozca de primera mano quiénes son sus gobernantes locales y su gestión. Es así como la comunicación oficial desde lo municipal se convierte en una herramienta fundamental de los equipos de gobierno para justificar y explicar sus decisiones políticas (Campillo, 2012).

La información debe cumplir con el principio de transparencia, que está definida como un valor democrático que compromete a las administraciones públicas a que la ciudadanía acceda a toda la información de interés general, por cuanto es la ciudadanía la que entrega los recursos que utilizan las administraciones y tiene todo el derecho a saber cómo se utilizan (Gandía, Marrahí, Huguet, 2016). Otros autores hablan de transparencia informativa que:

“(...) consiste en la puesta a disposición de la ciudadanía del conjunto de datos, documentos, expedientes y otros archivos que explican y muestran la acción del gobierno, del sistema y de sus actores, instituciones y tradiciones” (Manfredi, 2010: 113).

El hecho que los gobiernos locales publiquen información transparente permite hacer rendición de cuentas y, a su vez, que puedan ser evaluados por la ciudadanía, que termina por decidir quiénes son sus gobernantes. Esa preocupación por la transparencia y la rendición de cuentas en las democracias contemporáneas está ligada al propósito de conseguir la integridad de los funcionarios públicos y prevenir el abuso de poder en situaciones en las que se ha perdido confianza frente al poder político (Villoria, 2014). Algo que confirma Castells (2017) cuando asegura que la gente ya no cree en sus representantes. A la vez, gobernantes y oposición saben que la ciudadanía reclama una democracia real y eso obliga a ser más transparentes y, por ende, implica mayor participación (Calvo, 2013). Una sociedad desinformada se expone al descrédito generalizado de la política y del periodismo (Manfredi, Corcoy, Herranz, 2017). Por todo ello, la transparencia de la información sobre la gestión pública es un objetivo por alcanzar y debe ser un compromiso de los responsables públicos que deben trabajar hasta ponerla en práctica con un nivel alto de eficacia (Giménez, 2012: 504).

Los ciudadanos y la supervisión que pueden hacer de la gestión de sus gobernantes es clave al momento de hablar de democracia. Su rol de sujetos políticos no puede estar limitado a la participación en los comicios electorales, a través del voto que transfiere la responsabilidad a los gobernantes: “sino que se involucre en diferentes grados y etapas en el ejercicio de gobierno a fin de otorgar mayor eficacia a las decisiones públicas” (Ziccardi, 2007: 160). Para lograr que la ciudadanía asuma un rol importante en las decisiones que toman sus representantes debe tener acceso a la información pública, porque cuando los ciudadanos están bien informados tienen la posibilidad de tomar mejores decisiones en su actuar público, lo que por extensión termina por incrementar los niveles de participación ciudadana e impacta la democracia (Cid, Marileo y Moya, 2012; Dahl, 2004). El hecho de que los ciudadanos tengan acceso a la información pública también permite que se reduzcan los actos de corrupción, a lo que se suma una

situación clave: los ciudadanos están cada vez más interesados en la política y exigen cada vez más transparencia y participación (Sánchez, 2019).

Aunque existen normativas que obligan a los gobiernos locales a publicar la información a la que los ciudadanos deberían tener acceso, es imperativo decir que “la existencia de una ley es un paso ineludible, pero nunca suficiente” (Chamorro, 2016:2) para que la población intervenga en la construcción de políticas públicas. El principio de publicidad activa debería guiar las actuaciones de los gobernantes, es decir, el Gobierno debería poner los datos a disposición de los ciudadanos, en portales y páginas web, sin esperar que la ciudadanía los pida, y no actuar bajo el derecho de acceso, es decir, en el que el Gobierno responde a las demandas de los documentos que solicitan los ciudadanos, de forma reactiva (Villoria, 2014).

Y aunque muchas veces se cuentan con las herramientas para que los gobiernos o entidades públicas practiquen la transparencia, muchas veces no se aprovechan cómo debe ser (Simelio y Molina, 2014), si no que prevalece el carácter cuantitativo por encima de la calidad y fácil comprensión para los ciudadanos (Manfredi, Corcoy, Herranz, 2017: 413).

Aunque la información pública es patrimonio de los ciudadanos y por tanto les debe ser devuelta (Ferrer, Peset, Aleixandre-Benavent, 2011), hay una preocupación que está relacionada con la cantidad de información que debe ser entregada. Es así como:

“La posibilidad de reorganizar los datos a través de nuevos y mejores procesos, de abrir repositorios gubernamentales de datos a los ciudadanos en una forma accesible, organizada y neutral sin afectar la privacidad de la información o exponer datos demasiado delicados que puedan dañar la función del Estado se convierte en una labor titánica” (Sandoval, 2015:216).

Con la metodología Infoparticipa Colombia que presentamos se busca que el periodismo vuelva a su esencia, es decir, la de servir a la sociedad. El periodismo ha ido marginando a las ciudadanas y los ciudadanos como protagonistas y sujetos activos de la actividad política y del debate porque ha desplazado la mirada hacia instituciones, entidades y datos abstractos vinculados a los centros de poder (Moreno, 1998; Moreno, Rovetto y Buitrago, 2007).

Por contra, la metodología Infoparticipa hace uso de las nuevas tecnologías como un mecanismo de supervisión para que la información que llegue al ciudadano sea lo más completa y accesible posible. El objetivo es mejorar la transparencia y la calidad de las informaciones que publican las webs de las administraciones locales, utilizando un procedimiento de evaluación, comunicación y asesoramiento.

El Mapa Infoparticipa (<https://www.mapainfoparticipa.com>) es el resultado de investigaciones anteriores del LPCCP. En 2012 se desarrolló una plataforma web para promover mejoras en la comunicación de los ayuntamientos de Cataluña en la que se publicaron los resultados de evaluar las webs de los 947 ayuntamientos de la comunidad utilizando 41 indicadores de transparencia. Con esa experiencia se desarrolló la plataforma actual, extendiendo el proyecto al resto de España. El éxito de la metodología Infoparticipa en España ha permitido aplicarla en otros casos en Latinoamérica, concretamente en Ecuador y ahora en Colombia. Primero se hizo una adaptación de la

metodología Infoparticipa para poder estudiar la transparencia de las administraciones locales ecuatorianas que no requirió de grandes modificaciones en los indicadores de evaluación (Molina y Medranda, 2018). A continuación se hizo un estudio de la transparencia de las televisiones privadas de Ecuador que, dadas las características de estas organizaciones, sí precisó de la confección de una relación de indicadores más específica (López y otros, 2018). Y ahora abordamos el caso de las alcaldías de Colombia.

3. La administración local y la legislación sobre transparencia en Colombia

3.1. La administración local colombiana

Para el trabajo que ahora mostramos se hizo necesario entender la administración municipal tanto de España como de Colombia, por lo que se revisaron las leyes que corresponden al Régimen Municipal y la legislación sobre transparencia.

Según el IGAC (Instituto Geográfico Agustín Codazzi): “La República de Colombia está compuesta por entidades territoriales de segundo nivel denominadas departamentos y distritos, y de tercer nivel llamadas municipios y territorios indígenas.”¹.

El país cuenta con 32 departamentos, divididos en 1.096 municipios, cinco de los cuales son distritos. Según el artículo 311 de la Constitución Política de Colombia y la Ley 136 de 1994², el municipio es la entidad territorial fundamental de la división político-administrativa del Estado. El municipio tiene autonomía política, fiscal y administrativa dentro de los límites que le señalan la Constitución y las leyes.

Los colombianos eligen, por voto popular, a sus alcaldes y gobernadores, después de que se expidiera el Acto Legislativo del 9 de enero de 1986³. En todo municipio o distrito hay un alcalde, que es el Jefe de la Administración Municipal. El 13 de marzo de 1988 se realizó la primera elección popular de alcaldes, y desde 2004 los alcaldes y gobernadores son elegidos por periodos de cuatro años. En octubre de 2019, los colombianos eligieron a los alcaldes y gobernadores, que empezaron a gobernar en enero de 2020.

Las primeras ciudades que se analizarán con la metodología Infoparticipa Colombia serán Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, por ello es importante conocer la legislación sobre Distritos. Estas tres ciudades, que son distritos, aparecen en la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013⁴ (por la cual se expide el régimen para los distritos especiales) nombrados de la siguiente forma: a) Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla, b) Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y c) Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta

¹ Instituto Geográfico Agustín Codazzi. Fronteras y límites de entidades territoriales, en <https://www.igac.gov.co/es/contenido/areas-estrategicas/fronteras-y-limites-de-entidades-territoriales>

² Ley 136 de 1994, en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=329>

³ Acto Legislativo del 9 de enero de 1986, extraído de <http://www.suinuriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1825330>

⁴ Ley 1617 del 5 de febrero de 2013, en <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201617%20DEL%2005%20DE%20FEBRERO%20DE%202013.pdf>

En cuanto al Régimen aplicable, la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013 dice:

“Los Distritos son entidades territoriales organizadas de conformidad con lo previsto en la Constitución Política que se encuentran sujetos a un régimen especial, en virtud del cual sus órganos y autoridades gozan de facultades especiales diferentes a las contempladas dentro del régimen ordinario aplicable a los demás municipios del país, así como del que rige para las otras entidades territoriales establecidas dentro de la estructura político administrativa del Estado colombiano” (artículo 2)

Sin embargo, la misma Ley también señala que:

“Los distritos ejercen las competencias que les atribuye la Constitución y la ley, conforme a los principios señalados en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, en la Ley 136 de 1994 y en las normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan” (Artículo 3).

Para que una entidad territorial se convierta en distrito deberá cumplir con las siguientes características: que cuente con por lo menos 600 mil habitantes, según certificación del Dane (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas), o que se encuentre ubicado en zona costera, tenga potencial para el desarrollo de puerto o para el turismo y la cultura, sea municipio capital del departamento o fronterizo (Ley 1617 del 5 de febrero de 2013).

Según la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013, el gobierno y la administración del distrito está a cargo de:

1. El Concejo Distrital: con atribuciones de carácter normativo y de control de la gestión de las autoridades distritales (artículo 25).
2. El Alcalde Distrital: con funciones recogidas en la Constitución y en la Ley de Distritos (artículo 31).
3. Los Alcaldes locales: los distritos están divididos en localidades (artículo 34) y cada localidad tiene un alcalde (artículo 39).
4. Las Juntas Administradoras Locales: elegidas popularmente y formadas por entre 9 y 15 (artículo 43).
5. Las entidades que el Concejo, a iniciativa del Alcalde Distrital, cree y organice.

3.2. Legislación sobre transparencia en Colombia

Para construir el instrumento que será usado para el análisis de las páginas webs de los municipios y distritos en Colombia se revisó la ya citada ley 136 de 1994 (por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios) y la 617 de 2000⁵ (por la cual se reforma parcialmente la ley 136 de 1994), así como la 1551 de 2012⁶ (por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios)

⁵ Ley 617/2000 por la cual se adiciona la ley orgánica de presupuesto, el decreto 1421 de 1993, se dictan otras normas tendientes a fortalecer la descentralización y se dictan normas para la racionalización del gasto público nacional, en [http://www.auditoria.gov.co/Biblioteca%20General/Leyes/Leyes_1990-2009/Ley_617_de_2000_\(Racionalizacion_del_Gasto_Publico\).pdf](http://www.auditoria.gov.co/Biblioteca%20General/Leyes/Leyes_1990-2009/Ley_617_de_2000_(Racionalizacion_del_Gasto_Publico).pdf)

⁶ Ley 1551 de 2012, en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=48267>

Todas estas corresponden al Régimen Municipal de Colombia. También se revisó la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013 (citada en nota 3, por la cual se expide el Régimen para los Distritos Especiales) y la 768 de 2002⁷, por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos Portuario e Industrial de Barranquilla, Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y Turístico, y Cultural e Histórico de Santa Marta. Preferentemente, se tuvo en cuenta la Ley 1712 del 6 de marzo de 2014 (Transparencia y del Derecho de acceso a la Información Pública Nacional).

La Ley 1712 del 6 de marzo de 2014⁸, de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, regula “el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y las excepciones a la publicidad de información” (artículo 1).

El Artículo 5 de la mencionada Ley señala como sujetos obligados los siguientes:

“Toda entidad pública, incluyendo las pertenecientes a todas las Ramas del Poder Público, en todos los niveles de la estructura estatal, central o descentralizada por servicios o territorialmente, en los órdenes nacional, departamental, municipal y distrital”.

Teniendo en cuenta lo anterior, los Distritos de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena deberán cumplir con lo contemplado en la citada ley, por cuanto son de orden distrital, tal como lo especifica la normativa. La Ley señala como Información Pública a toda aquella que el sujeto obligado genere, obtenga, adquiera o controle en su calidad de tal. En el artículo 7 dice que la Información Pública debe estar a disposición del público a través de medios físicos, remotos o locales de comunicación electrónica. Dice la Ley en el artículo 7 que: “Los sujetos obligados deberán tener a disposición de las personas interesadas dicha información en la Web, a fin de que estas puedan obtener la información, de manera directa o mediante impresiones”.

Aunque la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública regula la información que deben publicar los sujetos obligados, la Ley 136 de 1994 y la Ley 1551 de 2012 también cita algunos artículos que deben ser tenidos en cuenta al momento de revisar la información que deben cumplir los sujetos obligados.

4. Definición de indicadores de evaluación de la transparencia de las alcaldías en Colombia

Tras la revisión legal y la comparación entre las características de las administraciones públicas españolas y colombianas, para la metodología Infoparticipa Colombia se definieron 39 indicadores, que permitirán evaluar tanto webs de las alcaldías de los municipios como de los distritos en Colombia. A continuación mostramos la tabla con los indicadores de Infoparticipa para España, que son en total 52, y los indicadores que

⁷ Ley 768 de 2002, en http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2002/ley_0768_2002.pdf

⁸ Ley 1712 del 6 de marzo de 2014, en https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-7147_documento.pdf

se aplicarán para Infoparticipa Colombia. La reducción de indicadores entre uno y otro caso, se debe fundamentalmente a las menores atribuciones de las alcaldías colombianas en relación a los ayuntamientos de España, ya que en Colombia existe otro órgano de representación política con importantes atribuciones: los concejos.

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
1. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre y apellidos, foto y partido político?	1. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre, apellidos, foto y partido político?
2. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: biografía y/o curriculum?	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?	3. ¿Se da información básica sobre los miembros del gabinete: nombre, apellidos y foto?
4. ¿Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?	4. ¿Se da información básica sobre los miembros del gabinete: biografía y/o curriculum?
5. ¿Se da información básica sobre los representantes que no forman parte del gobierno: nombre y apellidos, foto y partido político?	No procede la aplicación
6. Se da información básica de los representantes que no forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?	No procede la aplicación
7. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) de los representantes políticos?	5. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) del alcalde o alcaldesa?
8. ¿Se publican las declaraciones de actividades y bienes de los cargos electos?	6. ¿Se publican las declaraciones de actividades y bienes de los cargos electos?
9. ¿Se publica la agenda institucional del Alcalde?	7. ¿Se publica la agenda institucional del Alcalde?
10. ¿Se publican en la web datos de contacto de los miembros del gobierno (correo electrónico y/o Twitter y/o Facebook y/o página web y/o teléfono...)?	8. ¿Se publican en la web datos de contacto del alcalde o alcaldesa y de los miembros del gabinete como correo electrónico y número de contacto?
11. ¿Se publican en la web datos de contacto de los miembros de la oposición?	No procede la aplicación

Tabla 1 – ¿Quiénes son los representantes políticos?

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
12. ¿Se da información sobre la composición de los órganos de gobierno: pleno, junta de gobierno y/o comisiones informativas?	9. ¿Se da información sobre las funciones y deberes de los miembros del gabinete?
13. ¿Se da información sobre las competencias y el calendario de trabajo de estos órganos de gobierno?	10. ¿Se da información sobre las funciones y Plan de Acción de la Alcaldía?
14. ¿Se publica el organigrama completo con los nombres y apellidos de las personas responsables y sus funciones?	11. ¿Se publica el organigrama completo con los nombres y apellidos de las personas responsables y sus funciones?

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
15. ¿Se publican las convocatorias de los plenos municipales con los órdenes del día previos a la celebración?	No procede la aplicación
16. ¿Se publican las actas del Pleno Municipal?	No procede la aplicación
17. ¿Se publican los acuerdos completos de la Junta de Gobierno y/o las actas íntegras, cuando la Junta de Gobierno actúe en delegación del pleno?	No procede la aplicación
18. ¿Se da información sobre el Plan de Gobierno (PG), Plan de Actuación Municipal (PAM) y/o Plan Estratégico?	12. ¿Se da información sobre el Plan de Desarrollo del Distrito?
19. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenación Urbanística Municipal (POUM), Plan General de Ordenación (PGO) u otras normas de planificación urbanística así como sus modificaciones puntuales?	13. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenamiento Territorial?
20. ¿Se publican las ordenanzas municipales?	No procede la aplicación

Tabla 2 – ¿Cómo se gestionan los recursos colectivos?

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
21. ¿Se publica el Presupuesto del Ayuntamiento del año en curso y de los organismos autónomos y entes dependientes, en caso de existir?	14. ¿Se publica el Presupuesto anual de la Alcaldía y planes del gasto público?
22. ¿Se publica información sobre la ejecución trimestral del presupuesto del año en curso?	No procede la aplicación
23. ¿Se publican las modificaciones presupuestarias realizadas? en el caso de que no se hagan, en el periodo de vigencia del presupuesto, se explicitará con claridad	15. ¿Se publican las modificaciones presupuestarias realizadas?
24. ¿Se publica información sobre el cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera y/o nivel de endeudamiento?	16. ¿Se publica los informes de gestión, evaluación y auditoría?
25. ¿Se publica la liquidación de los presupuestos de ejercicios anteriores y / o la cuenta general?	17. ¿Se publica el informe de gestión presupuestal de los años anteriores?
26. ¿Se publica la relación de puestos de trabajo de la Corporación y las retribuciones del personal laboral y funcionario del ayuntamiento, según las categorías?	No procede la aplicación
27. ¿Se publica el listado y las retribuciones de los directivos y de los cargos de confianza, sus funciones y su currículum?	18. ¿Se publican los salarios de los Secretarios del Gabinete?
28. ¿Se publica la oferta de trabajo del ayuntamiento, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?	19. ¿Se publica las convocatorias de empleo de la Alcaldía, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
29. ¿Se publica el inventario general del patrimonio del ayuntamiento?	No procede la aplicación
30. ¿Se publican todos los contratos formalizados, mayores y menores?	20. ¿Se publica información sobre los contratos adjudicados por la Alcaldía?
31. ¿Se publican las licitaciones en curso y la composición de las mesas de contratación?	21. ¿Se publican las contrataciones en curso y la información sobre el respectivo proceso contractual?
32. ¿Se publican las actas de las mesas de contratación?	22. ¿Se publican los procesos, lineamientos y políticas en materia de adquisiciones y compras?
33. ¿Se publican las modificaciones de los contratos formalizados y sus prórrogas, las licitaciones anuladas y las resoluciones anticipadas?	23. ¿Se publican las modificaciones de los contratos formalizados y sus prórrogas?
34. ¿Se publica la relación completa de proveedores, adjudicatarios y/o contratistas y la cuantía económica?	24. ¿Se publica la relación completa de proveedores y contratistas y la cuantía económica?
35. ¿Se publica el periodo medio de pago a los proveedores?	25. ¿Se publica el plazo de cumplimiento de los contratos?
36. ¿Se publican las subvenciones otorgadas, las respectivas convocatorias y resoluciones?	26. ¿Se publican las convocatorias o proyectos de inversión y las subvenciones otorgadas?
37. ¿Se publican los convenios firmados, especificando las partes, su objeto y las obligaciones económicas que se deriven, en su caso?	27. ¿Se publican los convenios firmados, especificando las partes, su objeto y las obligaciones económicas que se deriven en su caso?
38. ¿Se publica el coste y las características de las campañas de publicidad institucional en los medios de comunicación?	28. ¿Se publica el coste y las características de las campañas de publicidad institucional en los medios de comunicación?

Tabla 3 – ¿Cómo se gestionan los recursos económicos: presupuestos, salarios, contrataciones, subvenciones...?

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
39. ¿Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno?	29. ¿Se publican noticias e informaciones sobre las actuaciones de la Alcaldía relacionadas con la gestión del gobierno?
40. ¿Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición y/o de los grupos políticos relacionadas con el control de la gestión del gobierno?	No procede la aplicación
41. ¿Se pública información sobre el desarrollo del pleno, las mociones presentadas por los diferentes grupos políticos, el debate y los acuerdos?	30. ¿Se publica los decretos de la Alcaldía?
42. ¿Se publica información histórica sobre el municipio?	31. ¿Se publica información histórica sobre el municipio?

43. ¿Se da información sobre la situación del municipio: datos sobre el término municipal, la población empadronada y la diversidad social, actividades económicas, ¿culturales?	32. ¿Se da información sobre la situación del municipio: datos demográficos o estadísticos sobre actividades económicas y culturales que se estén desarrollando?
44. ¿Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas?	33. ¿Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas?
45. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Corporación?	34. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Alcaldía?

Tabla 4 – ¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos?

Indicador Infoparticipa España	Indicador Infoparticipa Colombia
46. ¿Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto?	35. ¿Se da información en la web sobre todo mecanismo por medio del cual el ciudadano pueda participar en la formulación de políticas?
47. ¿Se da información en la web de otros mecanismos o entes de participación: consejos territoriales, consejos de ciudad, consejos sectoriales, etc.?	No procede la aplicación
48. ¿Se publican las Actas de las reuniones de los otros mecanismos o entes de participación mencionados en el indicador 47?	No procede la aplicación
49. ¿Se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o el registro de los grupos de interés, en su caso?	36. ¿Se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o el registro de los grupos de interés, en su caso?
50. ¿Se ofrecen en la web instrumentos de consultas y/o de participación sobre temas actuales de interés local?	37. ¿Se ofrecen en la web instrumentos de consultas y/o de participación sobre temas actuales de interés local?
51. ¿Se ofrece en la web la relación de servicios que se prestan (Carta de Servicios) y los compromisos ante la ciudadanía?	38. ¿Se ofrece en la web de la Alcaldía la relación de servicios que se prestan, formularios y protocolos de atención a la ciudadanía?
52. ¿Se proporcionan en los web instrumentos para valorar los servicios y para presentar quejas o sugerencias sobre su funcionamiento?	39. ¿Se da información en la web sobre mecanismos para presentar quejas y reclamos en relación con acciones y omisiones de la Alcaldía?

Tabla 5 – ¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?

4. Conclusiones

Luego de hacer la adaptación de la metodología Infoparticipa a las leyes colombianas, se determinó que la metodología Infoparticipa Colombia quedaría con 39 indicadores, es decir, 13 indicadores menos que los que tiene la metodología Infoparticipa en España. La razón de la disminución en el número de indicadores se debe a que, pese a que existen muchas similitudes en cuanto a las leyes española y colombiana, hay diferencias en la división política administrativa de ambos países.

Además de que no son exigidos por la ley, algunos de los indicadores eliminados evalúan entidades como el pleno municipal, que en la División Político Administrativa de Colombia corresponderían al Concejo, también autoridad municipal que está en el mismo rango de la Alcaldía, pero independiente de esta.

El grupo de 39 indicadores mantiene las categorías que originalmente maneja la metodología Infoparticipa en España pero se han adaptado en su redacción y contenido a las características de las administraciones de Colombia y a su legislación. Los indicadores permitirán evaluar las informaciones publicadas y conocer de qué forma se ejecutan los recursos del Gobierno de turno. Los indicadores también posibilitarán la evaluación de las informaciones sobre la contratación, es decir, si se da la publicación de los contratos, cuantía en contratación, las empresas contratadas y los lineamientos para contratación. De igual forma, se podrá evaluar si existe información sobre mecanismos de participación ciudadana así como formas para presentar quejas y solicitudes a la Alcaldía.

Estos indicadores permitirán hacer una evaluación de fondo sobre las informaciones que publican las webs de las alcaldías. Igualmente, la metodología Infoparticipa Colombia se aplicará como una auditoría cívica, al considerarse tanto la existencia de las informaciones como la calidad de las publicaciones. Esta calidad debe conseguir que la ciudadanía pueda comprender el contenido de los datos y utilizarlos para participar y colaborar en el gobierno y la gestión de las administraciones locales.

Referencias

- Calvo, E. (2013). Comunicación política 2.0 y buen gobierno. En M. Römer -Pieretti. *Miradas a la pantalla en el bolsillo* (pp. 70-80). Madrid: Universidad Camilo José Cela.
- Campillo-Alhama, C. (2012). Investigación en comunicación municipal: estudios y aportaciones académicas. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 14(117), 1035-1048. doi: 10.15178/va.2011.117E.1035-1048
- Castell, M. (2017). *Ruptura: la crisis de la democracia liberal*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chamorro, M. (2016). Participación ciudadana en América del Sur: Institucionalidad y acciones ciudadanas tras la dictadura de Argentina y Brasil. *Revista CES Derecho*, 7 (1), 27-38.
- Cid, V.; Marileo, G; Moya, E. (2012). *Calidad del acceso a la información pública en Chile*. Chile: Andros.
- Dahl, Robert. (2004). *La Democracia*. Postdata, (10). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012004000100002&lng=es&tlng=es.
- Ferrer Sapena, A.; Peset, F.; Alexandre-Benavent, R. (2011). Acceso a los datos públicos y su reutilización: open data y open government. *El Profesional de la información*, 20 (3), 260-269. doi: 10.3145/epi.2011.may.03

- Gandía, J.; Marrahí, L.; Huget, D. (2016). Digital transparency and Web 2.0 in Spanish city councils. *Government Information Quarterly*, 33, 28-39. doi: 10.1016/j.giq.2015.12.004
- Garriga Portolà, M. (2011). ¿Datos abiertos? Sí, pero de forma sostenible. *El profesional de la información*, 20 (3), 298-303. doi: 10.3145/epi.2011.may.08
- Giménez Chornet, V. (2012). Acceso de los ciudadanos a los documentos como transparencia de la gestión pública. *El profesional de la información*, 21 (5), 504-508. doi 10.3145/epi.2012.sep.09
- López, P.; Márquez, C.; Molina, P.; Ramos, Y. (2018). Transparencia e información pública en las televisiones del Ecuador: el caso de Ecuavisa y TC Televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1307-1332. doi: 10.4185/RLCS-2018-1308
- Manfredi, J. (2010). Periodismo y Transparencia Informativa. *Cuadernos de Periodistas: Revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 19, pp. 113-123.
- Manfredi, J.; Corcoy, M.; Herranz J. (2017). ¿Noticias de alcance? El criterio periodístico en la publicación de noticias en las webs municipales españolas (2011-2016). *El Profesional de la Información*, 26 (3), 412-421. doi: 10.3145/epi.2017.may.07
- Molina, P. (Coord.) (2015). *Transparencia de la comunicación pública local. El Mapa Infoparticipa (www.mapainfoparticipa.com)*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 78. La Laguna (Tenerife): Latina.
- Molina, P.; Medranda, N. (2018). La transparencia de los municipios de Ecuador en sus sitios web: metodología y resultados. *América Latina Hoy*, 80, 143-169. doi: 10.14201/alh201880143169
- Moreno, A.; Molina, P.; Simelio, N. (2017). Impacto de la legislación sobre la transparencia en la información publicada por las administraciones locales. *El profesional de la información*, 26 (3), 370-380. doi: 10.3145/epi.2017.may.03.
- Moreno, A. (1998). *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch.
- Moreno, A.; Rovetto, F.; Buitrago, A. (2007). ¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información. Barcelona: Icaria
- Sánchez, G. (2019). Las tecnologías digitales y la regeneración democrática de los partidos políticos españoles y mexicanos. *Perfiles latinoamericanos*, 27 (54), 1-28. doi: 10.18504/pl2754-008-2019
- Sandoval-Almanzan, R. (2015). Gobierno abierto y transparencia: construyendo un marco conceptual. *Convergencia (online)*, 22 (68), 203-227. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352015000200203&lng=es&tlng=es.
- Simelio, N.; Molina, P. (2014). Comunicación Pública y participación ciudadana. El uso de twitter en los ayuntamientos de Cataluña. *Revista Historia y Comunicación*, 19, 479-491. doi: 10.5209/rev_HICS.2014.v19.45043.

- Solimano, A.; Tanzi, V.; del Solar, F. (2008). *Las termitas del Estado: ensayos sobre corrupción, transparencias y desarrollo*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Villoria, M. (2014) La Transparencia como política pública en el nivel local. *Revista Democracia y Gobierno Local*. 26/27, 5-16. Fundación Democracia y Gobierno Local.
- Ziccardi, A. (2007). Sobre la participación ciudadana en las políticas públicas del ámbito local. En Calva, Jose Luis (Coord.) *Democracia y Gobernabilidad*, pp. 160-172. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.