

**Joan Francesc FONDEVILA
GASCÓN**

Doctor en Periodismo, licenciado en Ciencias de la Información y licenciado en Ciencias Políticas y Sociología, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat Abat Oliba CEU (UAO CEU), director del Centro de Estudios sobre el Cable (CECABLE) e investigador principal del Grupo de Investigación sobre Periodismo Digital y Banda Ancha.

Correo:
jfondevilag@uao.es

Joaquim MARQUÉS PASCUAL

Doctor en Comunicación, Universitat Ramon Llull, profesor de la Universitat de Barcelona

Marc PERELLÓ SOBREPÈRE

Investigador en la UAO CEU.

La Generalitat de Catalunya y la potenciación de la participación ciudadana.

Un análisis de la presencia online.

Catalan government and civic participation empowerment.

An analysis of online presence

Empoderamento governo catalão e participação cívica.

Uma análise da presença on-line

Recibido: marzo 2014
Aprobado: julio 2014



Resumen

Durante los mandatos de Artur Mas al frente del Gobierno de la Generalitat de Catalunya se observa un gran esfuerzo por ampliar la comunicación con la ciudadanía a través de diferentes medios digitales. Son claros ejemplos algunos de los portales que se han desarrollado recientemente: Transparencia, President.cat y Govern.cat. A los ya citados hay que añadir el principal y más antiguo: Gencat.cat. Hemos procedido a su análisis y, de manera paralela, también nos aplicamos a la tarea de dos portales más pertenecientes al poder legislativo catalán: Parlament.cat y Esco136.cat. Mientras que el primero se centra en las actividades de los diputados, el segundo está ideado para ser un vehículo digital de conexión de los ciudadanos con sus representantes. En este estudio se analizan los siguientes parámetros: funcionalidad, enlazabilidad y popularidad, teniendo en cuenta que esos portales conforman parte de la acción digital tanto del Ejecutivo como del Legislativo catalanes. Estos esfuerzos, junto con los que ya se realizan desde los diferentes canales del Gobierno en las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube y otros), convierten a la Generalitat en una de las administraciones públicas más involucradas con la participación ciudadana.

Palabras clave: TIC; Gobierno, Generalitat, Catalunya, Conectividad, Popularidad

Abstract

During Artur Mas mandates as head of government of the Generalitat of Catalonia we observe a great effort to communicate with citizens through digital media. Some clear examples of recently developed sites are Transparency, Govern.cat and President.cat. We must add the main and oldest: Gencat.cat. We conducted analysis and, in parallel, we also apply it to the task of two webs belonging to the Catalan legislative power: Parlament.cat and Esco136.cat. While the former focuses on the activities of Members, the second is designed to be a digital connection vehicle between citizens and their representatives. In this study various parameters are analyzed: functionality, connectivity and popularity in these portals, a digital part of the action of both the Executive and the Legislative Catalans. These efforts, along with those already made from the different channels of the government in social networks (Facebook, Twitter, YouTube and others), make the Generalitat one of the more involved with citizen participation administrations.

Keywords: Government, Generalitat, Catalonia, Connectivity, Popularity

Resumo

Durante mandatos Artur Mas como chefe de governo da Generalitat de Catalunya é visto um grande esforço para ampliar a comunicação com o público através de diversos meios digitais. São alguns exemplos claros de sites que foram desenvolvidos recentemente: Transparência e Govern.cat President.cat. Para aqueles já mencionados, temos de acrescentar o principal e mais antigo: Gencat.cat. Realizamos análise e, em paralelo, também aplicá-lo para a tarefa de duas portas pertencentes ao legislativo catalão: Parlament.cat e Esco136.cat. Enquanto o primeiro se concentra sobre as atividades dos membros, o segundo é projetado para ser um veículo de conexão digital entre os cidadãos e os seus representantes. Neste estudo foram analisados os seguintes parâmetros: funcionalidade, conectividade e popularidade, considerando que estes portais fazem parte digital da ação tanto do Executivo e os catalães Legislativo. Estes esforços, juntamente com os já feitos a partir dos diversos canais do governo em redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube e outros) para se tornar um do governo Generalitat mais envolvido com a participação dos cidadãos.

Palavras-chave: TIC; Governo, Generalitat, Catalunya, Conectividade, Popularidade

Las sociedades que disponen de amplios despliegues de redes de banda ancha viven transformaciones sociales más rápidas de tal manera que los actores sociales más activos se plantean una mayor imbricación de su quehacer diario con los usuarios utilizando esta mayor capacidad digital. Tanto las empresas como las administraciones públicas contemplan internet como un aliado para establecer un mayor *engagement* con la ciudadanía en un escenario donde esta tendencia hacia la digitalización convierte a los usuarios en *prosumers* (productores y consumidores de contenidos) y en *crossusers* (usuarios muy exigentes, con acceso a fuentes de información diversas para decidir la compra de un producto o servicio).

A principios de siglo la Sociedad de la Información de Catalunya se planteó como prioridad que la administración pública se modernizara y se adentrara en el uso de las nuevas tecnologías. Nuestra investigación cree oportuno observar si, después de trece años, la Generalitat y el Parlament están utilizando correctamente y de forma proactiva las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Hoy en día, que un gobierno cree portales para informar a la sociedad de sus asuntos entra dentro de lo que se espera de gobiernos democráticos (Cerrillo, 2006). Además, hay que tener en cuenta que la información que generan y transmiten las instituciones públicas no sólo es valiosa en términos genéricos y de ciudadanía, sino que también lo es en diferentes niveles más particulares como el fomento de la lengua catalana y sus políticas lingüísticas, y también en el ámbito de la investigación en Catalunya (Berrio, 1997).

Según datos de Idescat (2014), el organismo oficial de estadística en Cataluña, hay un 72,2% de hogares conectados a internet, y un 70,9% de acceso a la banda ancha. El uso de internet asciende cada año. Se situó en 2013 en un 79,8%, 4,2 puntos más que en el conjunto de España. Esto significa que siete de cada diez personas tienen acceso a internet en Cataluña, un dato que nos revela el interés del gobierno catalán para mejorar su ventana digital. Asimismo, la presencia de las administraciones en internet ha puesto de relieve cuestiones como el derecho de los ciudadanos, el reparto de los poderes públicos y la presencia de las TIC en reformas políticas (Bernardí, 2007). De manera similar, la irrupción de las TIC en el ámbito político y la universalización del acceso a

la red que implica la Sociedad de la Banda Ancha (Fondevila Gascón, 2009, 2013) han puesto de manifiesto la necesidad de un mayor grado de transparencia por parte de la administración pública y de sus instituciones. Jordan (2011) asegura que es imprescindible reclamar transparencia y eficiencia en el día a día de las administraciones públicas, más si cabe con los últimos escándalos de corrupción política. Esta idea enlaza con la de la Agenda Digital Europea, que establece entre sus objetivos: incrementar la confianza y la seguridad para que la ciudadanía adopte la tecnología; universalizar este acceso (en 2020 todos los ciudadanos europeos deberían acceder a internet a 30 Mbps y, el 50%, a 100 Mbps); e invertir en un uso inteligente de la tecnología y en la explotación de la información (European Commission, 2010).

Metodología

Con el objeto de conocer mejor cómo se está produciendo la actuación digital hacia la ciudadanía, este estudio ha seguido una metodología cuantitativa de carácter comparativo a partir de seis portales de los representantes públicos pertenecientes tanto al Ejecutivo como al Legislativo catalanes: Gencat (<http://www.gencat.cat>), Transparencia (<http://transparencia.gencat.cat>), Presidente (<http://www.president.cat>) y Gobierno (<http://www.govern.cat>), Parlamento (<http://www.parlament.cat>) y Escaño136 (<http://www.parlament.cat/web/participacio/esco-136>). El análisis se llevó a cabo en el mes de diciembre de 2013. Se observaron doce parámetros englobados en tres categorías (funcionalidad, conectividad y popularidad).

La funcionalidad (Tabla 1) se refiere a los parámetros analíticos de la web entorno a la relación de éstos con la experiencia del usuario. Se engloban cuatro variables: la velocidad de carga de la página (el tiempo que tarda la página web en verse completa en el navegador del usuario, incluyendo imágenes y otros elementos multimedia); el rebote (porcentaje de visitas que entran en el portal y en marchan rápidamente); páginas por visita (las páginas de media que ve cada persona cuando visita el portal); y el tiempo por visita (el promedio que cada persona navega por las secciones del portal).

La enlazabilidad (Tabla 2) mide qué y cómo enlaza el portal tanto en su interior como en el exterior.

Los parámetros estudiados son el volumen de enlaces internos (hipervínculos que enlazan con el propio portal); el volumen de enlaces externos (hipervínculos que enlazan con páginas ajenas al propio portal); las páginas indexadas en Google (el número de total de páginas del portal que el buscador puede sacar en una búsqueda); y el número total de *backlinks* (enlaces de páginas externas que enfocan y enlazan con el portal o con una de sus secciones).

La popularidad (Tabla 3) se refiere a la repercusión social de los portales. Se estudian cuatro parámetros: Los *likes* de Facebook (número total de personas que ha pulsado el botón "Me gusta" en la página que el portal tiene en Facebook); los *followers* de Twitter (el número total de seguidores que tiene el portal en su cuenta en Twitter); el Google PageRank (sistema de Google, en una escala del 1 al 10, para determinar a través de complejos algoritmos la importancia de una página); y el Alexa Traffic Rank (mide el lugar que ocupa la página en términos de visitas en el conjunto del Estado español).

Como se parte de un flujo de comunicación abierto y libre, se decidió utilizar herramientas gratuitas para medir diversos aspectos de los seis portales mencionados. Son Woo Rank (<http://www.woorank.com>) e Iwebchk (<http://www.iwebchk.com>). Tras analizar los mismos parámetros en ambos servicios, observamos diferencias estrechas entre ambas herramientas, que se revelan fiables. Se optó por hacer la media entre las cifras obtenidas a través de los dos portales. Esta media es la que se ve reflejada en las tablas 1, 2 y 3.

Análisis descriptivo

En este apartado se describen brevemente los portales administrativos que han sido objeto de estudio para esta investigación:

Gencat (www.gencat.cat)

El portal Gencat nació el 4 de octubre de 1995, y fue renovador por última vez en octubre de 2005, cuando la página incorporó mecanismos de la web 2.0. El portal se divide en cinco categorías: Temas, Servicios, Generalitat, Catalunya y Sede electrónica.

Transparencia (www.transparencia.gencat.cat)

Transparencia es uno de los portales más nuevos de la Generalitat (2013). El portal se divide en cinco secciones: Gobierno y Presidente, Acción de Gobierno, Gestión, Datos de Catalunya e Indicadores. La información se ofrece explicada en documentos e infografías que se pueden descargar libremente.

Presidente (www.president.cat)

President.cat da a conocer la actividad diaria del presidente Artur Mas. La función es la de un diario gubernamental. Su estilo nos evoca el norteamericano, donde el azul y el blanco tienen una presencia dominante en las páginas presidenciales. La elección de los colores no es casual. El azul transmite confianza y seguridad, y el blanco verdad y fidelidad. La página se divide en cuatro secciones: Presidencia, El presidente Mas, Actualidad y Transparencia.

Gobierno (www.govern.cat)

Govern.cat es una página hermanada con President.cat. Las dos nacieron en el mismo momento, en verano de 2013. Ambas páginas, pues, presentan el mismo diseño y la misma estructura. Comparten también la distribución de los contenidos (cajas de destacados con imagen y titular) y el estilo (predominio de blanco y azul). Si President.cat da información de la actividad del presidente, Govern.cat hace lo propio con la agenda de todas las consejerías (ministerios) del gobierno catalán.

Parlamento (www.parlament.cat)

La web de Parlament.cat es una de las más antiguas. La web del Legislativo catalán tiene un diseño similar pero a la vez diferente de Gencat.cat, aunque se aprecian ciertos rasgos comunes, como el uso del color rojo para los destacados y la distribución en columnas. Se crearon simultáneamente. En el portal se encuentra información histórica del parlamento catalán (es el más antiguo de Europa), su composición actual y anterior, y sus documentos oficiales (leyes, borradores, informes, etcétera).

Escaño136 (www.parlament.cat/web/participacio/esco-136)

Escó136 es la iniciativa más reciente del parlamento catalán para acercar la ciudadanía a los debates

parlamentarios. La web se engloba dentro de Parlament.cat y, por tanto, mantiene el diseño y los contenidos. Escó136 ofrece la posibilidad de registrarse y hacer aportaciones y comentarios en diferentes debates sobre leyes que se están proyectando o tramitando. La aplicación permite que sean los diputados de todos los partidos de la cámara los que respondan directamente a los usuarios.

Resultados

Los resultados de la investigación se presentan a través de tres tablas, cada una de ellas sobre una temática diferente. La Tabla 1 observa la funcionalidad de los portales (velocidad, rebote, media de páginas vistas por cada visita y media de tiempo que el usuario está navegando). La Tabla 2 se refiere a la enlazabilidad (porcentaje de enlaces internos, enlaces externos, **cómputo de páginas indexadas en Google y número total de backlinks**, es decir, enlaces que enfocan a los portales). La Tabla 3 menciona el grado de interacción con que cuentan los portales de la Generalitat a través de sus "me gusta" en Facebook,

los seguidores en Twitter, el ranking interno a Google y el ranking de visitas de Alexa.

En esta primera parte de la observación del comportamiento de los seis portales de la Generalitat de Catalunya y del Parlamento que hemos estudiado (Tabla 1), se observa como la velocidad de carga de los seis portales es excelente, ya que todos ellos cargan la totalidad de sus contenidos en menos de un segundo. De hecho, sólo President.cat y Govern.cat están por encima del medio segundo, lo que se entiende en tanto que tienen un diseño más gráfico que requiere un mayor tiempo de carga.

En cuanto al rebote (el porcentaje de visitas que entra en una web y se va rápidamente sin visitar ninguna sección de la web) observamos que es menor al 50% en los dos portales con una mayor trayectoria, Gencat.cat y Parlament.cat, pero se sitúa entre el 65 y el 75% en el caso de los portales más nuevos, President.cat y Govern.cat. Ello se explica por la novedad de los dos últimos mencionados. El usuario que aterriza no rebota porque haya llegado sin querer, sino porque ha entrado a hacer un vistazo a raíz de la novedad de los portales. Por tanto, se estima que muchos usuarios entran por primera vez sólo por curiosidad, y de ahí se sucede un alto índice de rebote.

El rebote, las páginas vistas por cada visita y la duración temporal de cada visita los portales Transparencia y Escaño 136 no se ha podido conseguir ya que, en el momento de elaborar este estudio, no disponen de dominio propio o, si lo tienen, se trata de un enlace a un subdominio. Este problema se observa al ver las direcciones URL de los portales 'Transparencia' (<http://transparencia.gencat.cat>) y 'Escaño 136' (<http://esco136.parlament.cat>). Si se utilizan las herramientas que hemos utilizado para la investigación (WooRank e Iwebchck) con estos dominios, se observará cómo los datos coinciden con las de los portales donde son englobados, Gencat.cat y Parlament.cat, respectivamente.

En cuanto a las páginas vistas por cada visita (es decir, por cada usuario), y la duración total del tiempo que transcurre en estas visitas, observamos un fenómeno idéntico al del análisis del rebote. Así, Gencat.cat y Parlament.cat tienen una media de páginas vistas por usuario de entre 3.3 y 3.8, respectivamente, mientras que en

Tabla 1. Funcionalidad

Aspectos → Página ↓	Velocidad	Rebote	Páginas vistas por visita	Tiempo de visita por visita
Gencat	0,41	39,4	3.8	3.3
Transparència	0,49	-	-	-
President	0,52	75	1.3	2.3
Govern	0,7	65.6	1.5	1.4
Parlament	0,21	40,2	3.3	3.5
Escó136	0,21	-	-	-

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Enlazabilidad

Aspectos → Página ↓	Enlaces internos	Enlaces externos	Páginas indexadas a Google	Backlinks
Gencat	85.9%	14.1%	1.020.000	1.170.000
Transparència	76.6%	23.4%	110	13.100
President	84.4%	15.6%	2.870	21.400
Govern	73.3%	26.7%	5.110	9.590
Parlament	-	-	1.120.00	37.900
Escó136	-	-	-	341

Fuente: elaboración propia

President.cat y Govern.cat oscila entre el 1.3 y el 1.5, respectivamente. Como ocurre con el rebote, la explicación de esta diferencia también se explica por el factor novedad/curiosidad. Las personas que hayan entrado por primera vez en President.cat y Govern.cat no han visitado, en general, más de un página. Esta página posiblemente sea la principal, siguiendo el factor novedad. Así, se observa que los tiempos de visita (medido en minutos) a Gencat.cat (3.3) y Parlament.cat (3.5) son mucho mayores a los de President.cat (02:31) y Govern.cat (1:46). Otro factor que también explica este fenómeno es el hecho de que Govern.cat y President.cat contienen muchos menos contenidos que Gencat.cat y Parlament.cat. Al haber menos contenido, la visita del usuario también tiene una duración menor.

En la Tabla 2 se pueden observar los resultados obtenidos después de medir los enlaces internos y externos, las páginas indexadas en Google y el número de *backlinks* de cada uno de los seis portales de la Generalitat que forman parte del objeto de estudio de esta investigación. El análisis de los enlaces internos y externos revela que, en todos los casos, los enlaces internos son los que predominan con diferencia en todos los portales, y su porcentaje siempre es mayor del 70%. Por el contrario, el número de enlaces externos oscila entre el 14,1% y el 26,7%. Ello nos indica que los portales se retroalimentan, y que tienen un amplio contenido que facilita que la navegación sea fluida entre los propios portales, sin necesidad de ir a una fuente externa.

Las páginas indexadas en Google nos hablan de la cantidad de contenido que tienen los portales. Así, Genca.cat y Parlament.cat, que no en vano son los más antiguos, son los que más páginas indexadas tienen en el famoso buscador. Asimismo, resulta revelador observar como, teniendo mucho menos contenido y mucha menos edad, los portales de Transparència y President tienen muchos *backlinks* (enlaces externos que apuntan al portal), lo que significa que estos portales han despertado mucho interés, y a su vez, que este interés ha generado una gran cantidad de hipervínculos externos.

En la Tabla 3 se analiza la popularidad de los seis portales objeto de estudio. En cuanto a Facebook, observamos que sólo tres de los seis portales tienen página propia (Gencat, President y Parlament). Cabe destacar que la página de Facebook de

Tabla 3. Popularidad

Aspectos → Página ↓	Facebook likes	Twitter followers	Google Rank	Alexa Rank
Gencat	7006	74449	8	170
Transparència	-	-	8	-
President	22655	-	7	87205
Govern	-	27280	7	55432
Parlament	4971	-	7	-
Escó136	-	-	7	-

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Comparativa entre les CCAA con más habitantes

CCAA	Facebook likes
Comunidad de Madrid	23.965
Xunta de Galicia	11.659
Gencat	7.001
Junta de Andalucía	4.767
Comunidad Valenciana	4.323
País Vasco	3.613
Datos recogidos el 19/12/2913	

Fuente: elaboración propia

President.cat está a nombre del Presidente de la Generalitat, Artur Mas. Posiblemente por eso, por tratarse de una persona y no de una institución, sea la más seguida, con 22.655 *followers*. Por detrás se sitúan Gencat, con 7.006, y Parlament, con 4.971. El hecho de que la página sea de Artur Mas, y no del "Presidente" en términos genéricos, genera la duda de qué ocurrirá el día que Mas ya no presida la Generalitat. Facebook no permite cambiar ni el nombre ni las direcciones de las páginas una vez ya han sido creadas. Por lo tanto, el próximo ocupante del Palau de la Generalitat, sea quien sea, deberá crearse una cuenta con su nombre y enlazar desde President.cat, o bien construir una cuenta genérica del portal President.cat. Es sugerente, para futuras investigaciones, medir variables de interacción y conversación para poder llegar a más conclusiones con respecto a participación/interacción/vinculación, es decir, el *engagement*.

Por otra parte, si comparamos los *likes* de Facebook del espacio del Ejecutivo catalán (creado el primero de julio de 2010) con el mismo indicador en los espacios Facebook de otros

Tabla 5. Alexa Rank de diversas Comunidades Autónomas en España

CCAA	Posición	CCAA	Posición
Andalucía	155	Asturias	1.698
Catalunya	170	Baleares	2.142
Madrid	205	Extremadura	2.155
Valencia	282	Murcia	2.179
Galicia	483	Castilla la Mancha	2.694
Euskadi	610	La Rioja	3.019
Castilla- León	659	Cantabria	4.492
Canarias	855	Ceuta	20.014
Aragón	962	Melilla	40.856
Navarra	1.169		

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Población por CCAA. Font: INE (1 enero 2013)

CCAA	Núm. habitantes
Andalucía	8.393.159
Catalunya	7.480.921
Madrid	6.414.709
Valencia	4.987.017
Galicia	2.761.970

Fuente: elaboración propia

ejecutivos autonómicos (ver Tabla 4) de la misma red social, veremos que el nivel de popularidad de la Generalitat de Catalunya es comparativamente bastante bajo. Así, el espacio de la Comunidad de Madrid en Facebook (creado el 21 de octubre de 2010), un territorio con más de un millón de habitantes menos, tiene 3,4 veces más seguidores (*likes*) que el espacio del Gobierno Catalán, tal como se puede constatar en la Tabla 4.

En cuanto a Twitter, observamos que sólo dos de los portales de la Generalitat tienen cuenta propia: Gencat.cat y Govern.cat. Por su parte, el Legislativo catalán también tiene presencia en Twitter (twitter.com / parlament.cat). La cuenta de Gencat es la más seguida con diferencia, con 74.449 seguidores. En cambio, el Gobierno se queda muy atrás, con 27.280 seguidores. La cuenta de Govern.cat es relativamente nueva, como lo es el propio

portal (de otoño de 2013), lo que explica su menor seguimiento y, a la vez, un amplio potencial de crecimiento. Es destacable que President.cat no disponga de cuenta en Twitter, ni como portal, ni como Artur Mas. Los líderes políticos del resto de formaciones en el Parlamento sí tienen cuenta en Twitter, así como de otros líderes de partidos extra-parlamentarios. Pero el actual Presidente de Catalunya no la ha tenido nunca. Según miembros de su propio gabinete de comunicación, el Presidente prefiere no tener Twitter a tenerlo para sólo escriba su equipo.

En la tercera columna situamos el Google Rank. Esta es una herramienta de Google que, a través de un complejo algoritmo, determina, del 1 al 10, una puntuación para la página en cuestión, y que luego utiliza para ordenar los resultados de una búsqueda. Cuanto más cercana al 10 se sitúa una página, mejor es. En este sentido, los seis portales de la Generalitat de Catalunya aprueban con notable y notable alto el algoritmo de Google. Gencat y Transparencia obtienen un 8. Transparencia no tiene dominio propio sino que se engloba dentro de Gencat, y por eso comparte el 8. Los otros portales, President, Govern, Parlament y Escó136, puntúan todos con un 7. Nuevamente, Escó136, que no tiene dominio propio (al menos en el momento de escribir este texto), obtiene un 7 porque el comparte con Parlament.cat, que es la página en la que se engloba.

En la última columna nos centramos en el Alexa Traffic Rank. Como ocurre con Google Analytics, el Alexa Rank (propiedad de Amazon) es un medidor de reputación e incluso determinante a la hora de tener en cuenta la contratación de publicidad. El ranking se hace sobre la totalidad de España. El hecho de que una página catalana se sitúe entre las más vistas puede ser interpretado de muchas maneras. Por ejemplo, la página de la Generalitat está el lugar 170 del Alexa Traffic Rank en España. La posición es muy alta, pero es aún más relevante si la comparamos con las páginas de los otros gobiernos autonómicos españoles. La página de la Generalitat de Catalunya, que se puede visitar en catalán, castellano e inglés, sólo es superada por la de la Junta de Andalucía (Tabla 5).

El orden en el que aparecen las webs oficiales de las CCAA en el Alexa Traffic Rank, al menos en las cinco primeras posiciones, se corresponde con los territorios con mayor número de ciudadanos (Tabla 6).

Conclusiones

Podemos concluir que la acción digital del Gobierno catalán para comunicarse con la ciudadanía es altamente satisfactoria, tanto técnica como socialmente. Algunos aspectos son susceptibles de mejora, como el diseño. La última remodelación de Gencat.cat se remonta a 2005. El uso de las nuevas tecnologías (por ejemplo con HTML5) mejoraría la funcionalidad de la

web. Otro aspecto a mejorar son los contenidos. Los portales President.cat y Govern.cat aún no disponen de toda la información potencial. Convendría aumentar el número de contenidos, así como la facilidad de acceso y de presentación de la información. También se debe potenciar la interacción en las redes sociales. Ahora mismo los canales sociales de la administración catalana sólo reportan las noticias y prensa varia, pero no hay en ellos un auténtico *engagement*. 📱

Bibliografía

Bernardí, X. (2007). *Administracions públiques i internet: elements de dret públic electrònic*. Fundació Carles Pi i Sunyer.

Berrio, J. (1997). *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya: estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa* (Vol. 9). Univ. Autònoma de Barcelona.

Cerrillo, A. (2006). *L'Administració electrònica* (Vol. 24). Editorial UOC.

European Commission. (2010). Digital Agenda for Europe. *European Commission*. Recuperado de <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

Fondevila Gascón, J. F. (2009). Periodismo ciudadano y cloud journalism: un flujo necesario en la sociedad

de la banda ancha. Recuperado de <http://ddfv.ufv.es/handle/10641/924>

Fondevila Gascón, J. F. (2013). Periodismo ciudadano y cloud journalism: un flujo necesario en la sociedad de la banda ancha. Recuperado de <http://ddfv.ufv.es/handle/10641/924>

Idescat. (2014). Llars amb accés a Internet. *Institut d'Estadística de Catalunya*. Recuperado de <http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=3&id=8302>

Jordan, J. M. J. (2011). *Del nord i del sud: diari d'un professor d'economia*. Publicacions de la Universitat de València.