

## **Del parlamento que habla al parlamento que dialoga en la red. Un acercamiento a la comunicación interactiva en las webs de los parlamentos autonómicos españoles**

Paula Pineda-Martínez - Universidad del País Vasco (UPV/EHU) –

[paula.pineda@ehu.es](mailto:paula.pineda@ehu.es)

Aitor Castañeda Zumeta - Universidad del País Vasco (UPV/EHU) –

[aitor.castaneda@ehu.es](mailto:aitor.castaneda@ehu.es)

**Resumen:** El presente estudio cuestiona el nivel de interacción llevado a cabo por los parlamentos españoles en sus webs como manera de involucrar a los ciudadanos en un diálogo constructivo. Por ello, se lleva a cabo un análisis de contenido en las webs oficiales de los 17 parlamentos autonómicos españoles. En concreto se analizan la presencia y uso de herramientas de contacto y participación, la posibilidad de compartir los contenidos, y el grado de actualización de las webs. Se toma como referencia el marco teórico de la comunicación dialógica desarrollado por Kent y Taylor (1998). Los resultados sobre la comunicación entre los parlamentos y ciudadanos mostraron dos aspectos clave: por un lado, que los parlamentos apenas ofrecen herramientas para la interacción en sus webs, y por otro, que su uso es predominantemente unidireccional, si bien presentan distintos niveles de compromiso. El estudio no sólo contribuye a la escasa literatura sobre el potencial de la comunicación dialógica a través de los sitios web de las instituciones públicas, sino que también establece su estado en el caso de España.

**Palabras clave:** Comunicación Dialógica, Interactividad, Webs parlamentarias, Relaciones Públicas, Comunicación Política

## 1. Introducción

El creciente desarrollo de Internet y de los medios digitales supone una fuerza inminentemente disruptiva para las organizaciones de toda clase. El contexto cambia y las organizaciones se encuentran ante el reto de cambiar, esto es, de evolucionar hacia nuevos modelos de hacer y de pensar.

Una de las grandes consecuencias de la era digital, es que ha cambiado radicalmente la forma en la que intercambiamos información y nos comunicamos. De un sistema de comunicación social basado en una sociedad de masas, hemos pasado a un sistema fundamentado en la comunicación personalizada y en red, donde son necesarios modelos y técnicas comunicativas basadas en la interacción y el diálogo. Aunque la construcción de la comunicación y de las relaciones basada en la interacción con los públicos no es algo novedoso (por ejemplo, Grunig y Hunt, 1984), hoy resulta de especial interés porque Internet refuerza este tipo de comunicación y la empodera.

En el caso de España, los parlamentos autonómicos merecen un análisis pormenorizado en cuanto a sus modelos de comunicación en Internet. Los crecientes escándalos políticos y la consecuente crisis de confianza hacia las instituciones públicas las sitúan en una coyuntura compleja respecto a la relación con sus públicos. A este respecto, investigaciones precedentes han demostrado que el nivel de interacción llevado a cabo por las organizaciones en la web puede ayudar a mejorar las relaciones con sus públicos (Saffer, Sommerfeldt y Taylor, 2013), en tanto que influye en las percepciones de los individuos hacia el remitente un mensaje (Kelleher, 2009).

De acuerdo con este contexto, el presente estudio cuestiona el nivel de interacción llevado a cabo por los 17 parlamentos autonómicos españoles en sus webs, como manera de involucrar a los ciudadanos en un diálogo constructivo. Se lleva a cabo un análisis de contenido tomando como referencia

el marco teórico de la comunicación dialógica desarrollado por Kent y Taylor (1998), de manera que se responda a dos grandes interrogantes:

P1: ¿Qué tipo de herramientas para el diálogo se ponen a disposición del usuario?

P2: ¿Qué uso se realiza de las herramientas para el diálogo?

## **2. Diálogo, democracia y tecnología**

En contraste con los medios de comunicación tradicionales, Internet no sólo permite la comunicación de un solo sentido, sino también la multidireccionalidad en el intercambio de información. A juzgar por el crecimiento exponencial de Internet y de esta nueva forma de comunicación, las organizaciones se verán cada vez más avocadas a desarrollar modelos relacionales y comunicativos que incluyan la interactividad como elemento clave.

El debate en torno a la necesidad de diálogo y participación entre la ciudadanía y las instituciones públicas no es nuevo, si bien en el actual entorno cibernético multilateral y pluridimensional éste se fortalece. Así lo demuestran las crecientes investigaciones en torno a esta temática, como por ejemplo la de Dader (2001), donde se argumenta que las permanentes innovaciones tecnológicas están promoviendo la superación de la comunicación entre ciudadanos y políticos. No es pues de extrañar que en esta última década hayan surgido conceptos como “teledemocracia” (Arterton, 1987), “democracia electrónica” (Grossman, 1995), “política virtual” (Holmes, 1997), “ciberdemocracia” (Tsagarousianou et al, 1998), “gobernanza abierta” (Ramírez-Alujas, 2013), o “democracia replicante” o “interpelativa” (Dader, 2001), todos ellos asociados a la idea de horizontalidad, simetría y empoderamiento cívico.

Son varios los estudios que han demostrado que Internet y la Web 2.0 pueden ayudar a mejorar la transparencia y fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones (Esrock y Leichty, 1998; Lusoli, Ward y Gibson, 2006;

Sadeghi, 2012). Decimos “pueden”, ya que como toda herramienta, no generan el perfeccionamiento por sí misma, sino el uso que se realiza de las mismas (Zamora y Álvarez, 2006; Dahlgren, 2005).

El déficit de transparencia e interacción en las instituciones gubernamentales y parlamentarias en Internet ha sido ya señalado por varios autores, ora en el caso español (Dader, 2001; Dader, 2003; Dader y Campos, 2006; Marcos y Rovira, 2006; Cabezuelo y Ruiz, 2010; Túnnez y Sixto, 2011; Moreno, 2012; etc.) ora en el de otros países (Taylor y Kent, 2004; Sweetser y Lariscy, 2008). Sin embargo, según Welch y otros el nivel de confianza pública en el gobierno mejora proporcionalmente cuanto mayor es el grado de satisfacción de los ciudadanos con la interacción entre ellos y su gobierno, en tanto que en estos casos tienden a confiar más en la información recibida (Welch y Hinnant, 2003; Welch et al, 2005; Hong, 2013). No cabe duda pues de la importancia del diálogo entre el parlamento y sus ciudadanos, más si el nuevo contexto tecnológico y social favorece este proceso.

### **3. Del parlamento que habla al parlamento que dialoga en la web**

Texto Entre otros medios disponibles en Internet, las páginas web cuentan con un gran potencial para la interacción y el diálogo con los públicos (Taylor y Kent, 2004; Kim, Park y Wertz, 2010). La academia ha demostrado su eficacia a este respecto en todo tipo de organizaciones: grandes empresas (Park y Reber, 2008), organizaciones sin ánimo de lucro (Ingenhoff y Koelling, 2009), instituciones gubernamentales y parlamentarias (Taylor y Kent, 2004; Madichie y Hinson, 2013) y otro tipo de organizaciones (Capriotti y Pardo Kuklinski, 2012).

Podemos definir interactividad como la capacidad de transmitir y recibir mensajes en bucle (Sundar, Kalyanaraman y Brown, 2003), generando un diálogo donde los actores pueden influenciarse mutuamente (Pavlik, 1996), sin implicar necesariamente la resolución de un conflicto sino el intercambio de

ideas (Kent y Taylor, 1998). Profundizando en este aspecto, Marcos y Rovira distinguen dos formas de interacción (Marcos y Rovira, 2006: p. 16):

1. Activa: El ciudadano/usuario toma contacto con las cortes (parlamentos) y expresa sus ideas y/o formula sus consultas.
2. Pasiva: El usuario recibe información sobre el desarrollo parlamentario.

Kent y Taylor, por su parte, proponen el modelo de comunicación dialógica, y lo describen como “cualquier intercambio negociado de ideas y opiniones” (Kent y Taylor, 1998: p. 325), donde el receptor además de recibir el mensaje está también capacitado para responder al remitente. Así, para que un sitio web sea utilizado de manera dialógica no sólo es necesario incorporar mecanismos que permitan la interacción, sino también que éstos sean utilizados de manera oportuna. Para ello, Kent y Taylor (1998) proponen cinco principios:

1. Mantener el bucle dialógico del que hablábamos anteriormente, que permite a los públicos participar y obtener *feedback*.
2. Abastecer a cada público de información útil según sus necesidades.
3. Promover el regreso de visitas al sitio.
4. Ofrecer una interfaz diseñada para que los usuarios puedan navegar por el sitio intuitivamente.
5. Alentar a los visitantes a permanecer en el sitio el mayor tiempo posible.

El primero de los principios, es decir, el del bucle dialógico, supone la base de la comunicación dialógica, ya que se basa en una interacción constante entre la organización y sus públicos. Los sitios web que incorporan bucles dialógicos deben incluir las siguientes características (Taylor et al, 2001: p. 271):

1. Posibilidad de enviar mensajes a la organización.
2. Posibilidad de votar sobre temas o cuestiones.
3. Posibilidad de opinar sobre dichas cuestiones (a lo que es necesario que la organización responda para que se ejecute el diálogo).

4. Posibilidad de solicitar actualizaciones de información regularmente.

La comunicación dialógica, por tanto, rompe con la concepción de las organizaciones como entes aislados, de modo que las actuaciones de otros actores pueden llegar a influir en su cometido. Así, la comunicación entre el parlamento y la ciudadanía en la web, se constituye como un proceso social, continuo, dinámico e interactivo donde el valor es co-creado por ambas partes.

#### 4. Metodología

El presente estudio tiene por objetivo determinar el grado de interacción llevado a cabo por los 17 parlamentos autonómicos españoles en sus webs parlamentarias (Tabla 1). Con ello se pretende evidenciar si los parlamentos analizados implican o no a los ciudadanos en un diálogo constructivo a través de este medio. Se establecieron así dos grandes preguntas de investigación:

P1: ¿Qué tipo de herramientas para el diálogo se ponen a disposición del usuario?

P2: ¿Qué uso se realiza de las herramientas para el diálogo?

Parlamentos	Webs parlamentarias
Parlamento de Galicia	<a href="http://www.es.parlamentodegalicia.es">http://www.es.parlamentodegalicia.es</a>
Junta General del Principado de Asturias	<a href="http://www.jgpa.es/">http://www.jgpa.es/</a>
Parlamento de Cantabria	<a href="http://www.parlamento-cantabria.es/">http://www.parlamento-cantabria.es/</a>
Eusko Legebiltzarra / Parlamento Vasco	<a href="http://www.parlamentovasco.euskolegebiltzarra.org">http://www.parlamentovasco.euskolegebiltzarra.org</a>
Parlamento de Navarra / Nafarroako Parlamentua	<a href="http://www.parlamentodenavarra.es/">http://www.parlamentodenavarra.es/</a>
Cortes de Aragón	<a href="http://www.cortesaragon.es/">http://www.cortesaragon.es/</a>
Parlament de Catalunya	<a href="http://www.parlament.cat">http://www.parlament.cat</a>
Cortes de Castilla y León	<a href="http://www.ccyL.es/">http://www.ccyL.es/</a>
Parlamento de la Rioja	<a href="http://www.parlamento-larioja.org/">http://www.parlamento-larioja.org/</a>

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

Asamblea de Madrid	<a href="http://www.asambleamadrid.es/">http://www.asambleamadrid.es/</a>
Cortes de Castilla-La Mancha	<a href="http://www.cortesclm.es/">http://www.cortesclm.es/</a>
Corts Valencianes	<a href="http://www.cortsvalencianes.es/">http://www.cortsvalencianes.es/</a>
Parlamento de Extremadura	<a href="http://www.asamblealex.es/">http://www.asamblealex.es/</a>
Asamblea Regional de Murcia	<a href="http://www.asambleamurcia.es/">http://www.asambleamurcia.es/</a>
Parlamento de Andalucía	<a href="http://www.parlamentodeandalucia.es/">http://www.parlamentodeandalucia.es/</a>
Parlamento de Canarias	<a href="http://www.parcn.es/">http://www.parcn.es/</a>
Parlament de Les Illes Balears	<a href="http://www.parlamentib.es/">http://www.parlamentib.es/</a>

Tabla 1. Listado de parlamentos autonómicos y sitios web analizados. Fuente: elaboración propia

Con el objetivo de responder a las preguntas de investigación planteadas, se realizó un análisis de contenido en los 17 sitios web de los parlamentos objeto de estudio. Para confeccionar la tabla de análisis, se tomó como referencia el marco teórico de la comunicación dialógica desarrollado por Kent y Taylor (1998). Además, se tuvieron en cuenta algunas investigaciones previas como punto de partida para confeccionar la tabla (Kent y Taylor, 1998; Esrock y Leichty, 1998, Esrock y Leichty, 2000; Moreno y Capriotti, 2007; Pineda, 2013a), que fue perfeccionada a través de un pre-test. El resultado fue una tabla de análisis compuesta por dos grandes variables y nueve subvariables (Tabla 2). Para responder a la pregunta P2.1, se crearon un personaje y una cuenta de correo electrónico ficticios, a través de los cuales se hizo llegar un e-mail al correo de todos los parlamentos objeto de estudio; esto permitió conocer su grado de respuesta a las opiniones y peticiones de un ciudadano corriente. La recogida de datos se realizó durante la segunda quincena de enero de 2014.

<b>Categorías gestión del diálogo</b>	
P1: Integración de herramientas para la conversación	P1.1: Posibilidad de enviar mensajes a la organización. P1.2: Posibilidad de valorar los temas o cuestiones. P1.3: Posibilidad de solicitar actualizaciones regulares de información. P1.4: Posibilidad de expresar opiniones sobre cuestiones concretas. P1.5: Posibilidad de compartir los temas o cuestiones.
P2: Uso de herramientas para la conversación	P2.1: Respuesta a comentarios, opiniones o solicitudes de información. P2.2: Posibilidad de participación sin previo registro o moderación. P2.3: Actualización del sitio web. P2.4: Interactividad entre los sitios web, o presencia de enlaces externos a otras plataformas o redes sociales de la institución.

Tabla 2. Tabla de análisis. Fuente: elaboración propia.

## **5. Resultados**

### **5.1. Integración de herramientas para la conversación**

#### **5.1.1. Posibilidad de enviar mensajes a la organización**

Todos los parlamentos autonómicos estudiados ofrecen la posibilidad de enviar mensajes a la institución, bien a través de un buzón o bien mediante una dirección de correo electrónico expresamente indicada para ello.

Aunque no es objeto de esta investigación, ya que ésta se centra en el estudio de los parlamentos y no de los parlamentarios, resulta de interés señalar que todas las webs parlamentarias facilitan el correo electrónico de los grupos

parlamentarios o coaliciones representadas en el parlamento, así lo hacen excepto las de la Asamblea de Madrid, Cortes de Castilla-La Mancha, Parlamento de Extremadura, Asamblea de Murcia y Parlamento de Andalucía.

#### **5.1.2. Posibilidad de valorar los temas o cuestiones**

En cuanto a la posibilidad de valorar los temas o cuestiones, la única página web que permite esta opción es la del Parlamento de Andalucía, incluyendo el botón “Me gusta” de la red social Facebook. El resto de webs parlamentarias no ofrece ninguna posibilidad para valorar las publicaciones.

#### **5.1.3. Posibilidad de solicitar actualizaciones regulares de información**

Salvo en el caso balear, todas las webs ofrecen esta posibilidad a través del sistema RSS.

#### **5.1.4. Posibilidad de expresar opiniones sobre cuestiones concretas**

Resulta de especial interés que ninguno de los parlamentos analizados incluya en su web un muro para que los ciudadanos expresen sus opiniones sobre cuestiones concretas. Más trascendente aun es que ninguno permita la posibilidad de comentar las publicaciones que realiza la institución en la web, expresando cada usuario su opinión o aportaciones.

Es cierto que puede que alguno de los parlamentos ya esté cubriendo esta función a través de otros medios online, como las redes sociales u otro tipo de plataformas participativas, sin embargo, consideramos que no es óbice para no incluir esta opción también en las webs, ya que la naturaleza del medio Internet es funcionalmente interactiva.

#### **5.1.5. Posibilidad de compartir los temas o cuestiones**

Los diversos temas o cuestiones son tratados por medio de las entradas en la web, que a su vez pueden ser compartidos a través de botones sociales en otras plataformas. Se recoge en este apartado la existencia o no de botones sociales, los cuales están presentes en 8 de las 17 webs autonómicas, de

manera que las 9 restantes no permitirían compartir de tal manera sus publicaciones.

## 5.2. Uso de herramientas para la conversación

### 5.2.1. Respuesta a comentarios, opiniones o solicitudes de información

Se ha indicado anteriormente que ninguna de las webs analizadas ofrecía la posibilidad de comentar las publicaciones o participar a través de un muro. Siendo así, se aborta automáticamente la posibilidad de que la institución responda a los comentarios.

La respuesta que cada institución ofrece a las preguntas debe observarse, pues, a través del e-mail. A este respecto, se encontró que tan sólo un 65% de los parlamentos estudiados respondieron al correo electrónico que se les envió: Galicia, Canarias, País Vasco, Navarra, Comunidad Valenciana, Castilla y León, La Rioja, Asturias, Cantabria, Cataluña y Baleares. No se recibió respuesta alguna por parte de los parlamentos de Aragón, Madrid, Castilla-La Mancha, Extremadura, Murcia y Andalucía (Gráfico 1).

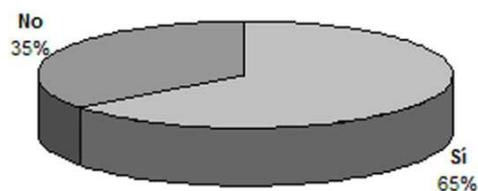


Gráfico 1. Porcentaje de parlamentos autonómicos que respondieron o no al correo electrónico que se les envió. Fuente: elaboración propio.

### 5.2.2. Posibilidad de participación sin previo registro o moderación

Como se ha dicho en líneas anteriores, no hay posibilidad de participar, con lo que tampoco la hay de moderar.

### 5.2.3. Actualización del sitio web

Todas las webs parlamentarias registran un alto nivel de actualización, siendo que la última publicación fue realizada entre 0 y 5 días antes. Son la excepción la web de las Cortes Valencianas, con una actualización media (entre 6 y 15 días antes), y las de las Asambleas de Madrid y Castilla-La Mancha, ambas de actualización baja (16 días o más).

### 5.2.4. Interactividad entre los sitios web, o presencia de enlaces externos a otras plataformas o redes sociales de la institución

A excepción del caso de Asturias, la Rioja, Madrid y Castilla-La Mancha, todas las webs parlamentarias disponen de enlaces a sus perfiles de Facebook, Twitter y otras redes sociales/plataformas, lo que permite establecer una comunicación multicanal más fluida y favorece el diálogo.

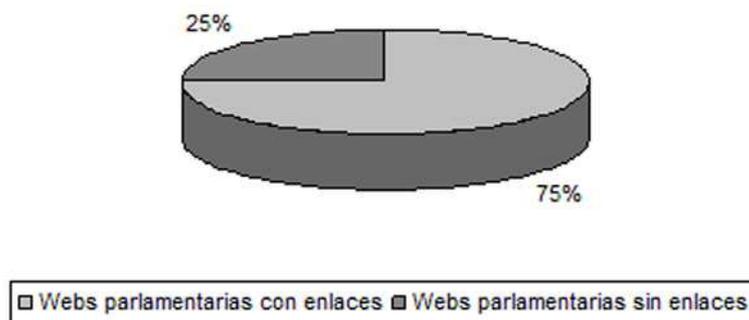


Gráfico 2. Porcentaje de webs parlamentarias con o sin enlaces a otras plataformas o redes sociales

## 6. Discusión y conclusiones

Los esfuerzos por garantizar una comunicación eficaz con la ciudadanía son ciertamente recientes, y aun cuentan con grandes carencias. Los resultados sobre la comunicación entre los parlamentos y ciudadanos en las webs mostraron dos aspectos clave: por un lado, que los parlamentos apenas ofrecen herramientas para la interacción en sus webs, y por otro, que su uso es predominantemente unidireccional o monológico, si bien presentan distintos niveles de compromiso.

El estudio no sólo contribuye a la escasa literatura sobre el potencial de la comunicación dialógica a través de los sitios web de las instituciones públicas, sino que también establece su estado en el caso de España. Sería conveniente, sin embargo, realizar un estudio longitudinal que permita conocer la evolución de los sitios analizados a este respecto.

## 7. Referencias bibliográficas

Botan, C. (1997): Ethics in strategic communication campaigns: The case for a new approach to public relations. *Journal of Business Communication*, vol. 34, nº 2, pp. 188-202.

Broom, G. M. (2009): *Cutlip & Center's effective public relations*. London: Pearson Education.

Cabezuelo, F. y Ruiz, M. (2010): Comunicación digital y política en Aragón. Una fórmula para la bidireccionalidad en la interacción entre políticos y ciudadanos, en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 65, pp. 340-353; recuperado el 10 de diciembre de 2013, de

[http://www.revistalatinacs.org/10/art2/904\\_Aragon/26\\_Cabezuelo.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art2/904_Aragon/26_Cabezuelo.html)

Capriotti, P. y Pardo Kuklinski, H. (2012): Assessing dialogic communication through the Internet in Spanish museums. *Public Relations Review*, vol. 38, nº 4, pp. 619-626.

Crenn, G. y Vidal, G. (2007): Les Musées Français et leurs publics à l'âge du Web 2.0. Nouveaux usages du multimédia et transformations des rapports entre institutions et usagers?, en *International Cultural Heritage Informatics Meeting 2007: Proceedings*; recuperado el 10 de diciembre de 2013, de

<http://www.archimuse.com/ichim07/papers/crenn/crenn.html>

Dader, J. L. y Campos, E. (2006): Internet parlamentario en España (1999-2005). *Zer*, vol. 20, pp. 105-132.

Dahlgren, P. (2005): Internet, public spheres and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, vol. 22, nº 2, pp. 147-162.

Esrock, S. L. y Leichty, G. B. (1998): Social responsibility and Corporate WebPages: Self Presentation or Agenda Setting. *Public Relation Review*, vol. 24, nº 3, pp. 305-319.

Foller.me (2014): Foller.me; recuperado el 12 de enero de 2014, de <http://foller.me/>

Gruning, J. E. y Hunt, T. (1984): *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Hong, H. (2013): Government websites and social media's influence on government-public relationships. *Public Relations Review*, vol. 39, nº 4, pp. 346-356.

Ingenhoff, D. y Koelling, M. (2009): The potential of web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs. *Public Relations Review*, vol. 35, nº 1, pp.66-73.

Jo, S. y Kim, Y. (2003): The effect of web characteristics on relationship building. *Journal of Public Relations Research*, vol. 15, nº 3, pp. 199-223.

Kelleher, T. (2009): Conversational voice, communicated commitment, and public relations outcomes in interactive online communication. *Journal of Communication*, vol. 59, nº 1, pp. 172-188.

Kent, M. (2013): Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. *Public Relations Review*, vol. 39, nº 4, pp. 337-345.

Kent, M. y Taylor, M. (1998): Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review*, vol. 24, nº 3, pp. 321-334.

Kent, M. L. y Taylor, M. (2002): Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, vol. 28, nº 1, pp. 21-37.

Kent, M., Taylor, M. y White, W. (2003): The relationship between website design and organizational responsiveness to stakeholders. *Public Relations Review*, vol. 29, nº 1, pp. 63-77.

Kim, S., Park, J. y Wertz, E. (2010): Expectation gaps between stakeholders and web-based corporate public relations efforts: Focusing on Fortune 500 corporate web sites. *Public Relations Review*, vol. 36, nº 3, pp. 215-221.

Lee, M. (2012): Government public relations: What is it good for?. En Lee, M., Neeley, G. y Stewart, K. (Eds.): *The practice of government public relations* (9–25). Boca Raton, FL: CRC Press.

Lusoli, W., Ward, S. y Gibson, R. (2006): (Re)connecting politics? Parliament, the public and the Internet. *Parliamentary Affairs*, vol. 59, nº 1, pp. 24-42.

Madichie, N. O. y Hinson, R. (2013): A critical analysis of the “dialogic communications” potential of sub-Saharan African Police Service websites, en *Public Relations Review* (in press); recuperado el 17 de febrero de 2014, de <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.10.009>

Marcos, M.C. y Rovira, C. (2006): Las webs parlamentarias: funciones y elementos de su interfaz en el acceso a la información. *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 29, nº 1, pp. 13-35.

Park, H. y Reber, B. (2008): Relationship building and the use of Websites: How Fortune 500 companies use their Websites to build relationships. *Public*

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

*Relations Review*, vol. 34, nº 4, pp. 409-411.

Pavlik, J. (1996): *New media technology: Cultural and commercial perspectives*. Boston: Allyn & Bacon.

Pineda, P. (2013a): Relaciones Públicas Online de excelencia: las empresas energéticas del ÍBEX 35 ante el reto de comunicar su conducta responsable, en *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, vol. 3, nº 5, pp. 189-208; recuperado el 17 de febrero de 2014, de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/170>

Pineda, P. (2013b): Relaciones Públicas y Ecosistemas: Un modelo para la comunicación de la RSC en Internet. *Actas “V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, Universidad de La Laguna, diciembre 2013, pp. 1-16; recuperado el 17 de febrero de 2014, de [http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas.html](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas.html)

Rybalko, S. y Seltzer, T. (2010): Dialogic communication in 140 characters or less: How Fortune 500 companies engage stakeholders using Twitter. *Public Relations Review*, vol. 36, nº 4, pp. 336-341.

Sadeghi, L. (2012): Web 2.0. En Lee, M., Neeley, G. y Stewart, K. (Eds.): *The practice of government public relations* (25-140). Boca Raton, FL: CRC Press.

Saffer, A. J., Sommerfeldt, E. J. y Taylor, M. (2013): The effects of organizational Twitter interactivity on organization–public relationships. *Public Relations Review*, vol. 39, nº 3, pp. 213-215.

Seltzer, T. y Mitrook, M. (2007): The dialogic potential of weblogs in relationships building. *Public Relations Review*, vol. 33, nº 2, pp. 227-229.

Sweetser, K. D. y Lariscy, R. W. (2008): Candidates make good friends: An

analysis of candidates uses of Facebook. *International Journal of Strategic Communication*, vol. 2, nº 3, pp. 175-198.

Sundar, S. S., Kalyanaraman, S. y Brown, J. (2003): Explicating web site interactivity: Impression formation effects in political campaign sites. *Communication Research*, vol. 30, nº 1, pp. 30-59.

Taylor, M. y Kent, M. (2004): Congressional websites and their potential for public dialogues. *Atlantic Journal of Communication*, vol. 12, nº 2, pp. 59-76.

Taylor, M., Kent, M. y White, W. J. (2001): How activist organizations are using the Internet to build relationships. *Public Relations Review*, vol. 27, nº 3, pp. 263-284.

Túñez, M. y Sixto, J. (2011): Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 66; recuperado el 17 de febrero de 2014, de [http://www.revistalatinacs.org/11/art/930\\_Santiago/09\\_Tunez.html](http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/09_Tunez.html)

Welch, E. W. y Hinnant, C. C. (2003): Internet use, transparency, and interactivity effects on trust in government. *Actas 36th Hawaii International Conference on System Sciences*. Recuperado el 17 de febrero de 2014, de <http://ieeexplore.ieee.org/iel5/8360/26341/01174323.pdf>

Welch, E. W., Hinnant, C. C. y Moon, M. J. (2005): Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, vol. 15, nº 3, pp. 371-391.

Yang, S. y Lim, J. (2009): The effects of blog-mediated public relations (BMPR) on relational trust. *Journal of Public Relations Research*, vol. 21, nº 3, pp. 341-359.

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

Zamora, R. y Álvarez, C. (2006): Las fronteras del (des)orden. Nuevos medios y nuevo espacio público: la ciberdemocracia en España. *Sphera Pública*, pp. 15-47.

\* Paula Pineda-Martínez y Aitor Castañeda Zumeta son investigadores predoctorales vinculados al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), a través del Programa de Formación de Investigadores del Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco.