

UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

Urna de cristal como canal digital de participación ciudadana en Colombia

"Urna de cristal" as a digital channel of citizen participation in Colombia

"Urna de cristal" como canal digital do participação cidadã na Colômbia

John Edickson Amaya-Rodríguez¹

Alexander Castro-Romero²

Juan Sebastián González-Sanabria³

Fecha de recepción: julio 2016

Fecha de aceptación: noviembre 2016

Para citar este artículo: Amaya-Rodríguez, J.E., Castro-Romero, A., González-Sanabria, J.S. (2016). Urna de cristal como canal digital de participación ciudadana en Colombia. *Revista Científica*, 27, 407-417. **Doi:** [10.14483/udistrital.jour.RC.2016.27.a10](http://dx.doi.org/10.14483/udistrital.jour.RC.2016.27.a10)

Resumen

En este artículo se describe la normativa vigente en Colombia referente al Gobierno electrónico. Asimismo, se hace referencia las diferentes herramientas utilizadas por la estrategia Urna de Cristal del gobierno colombiano. Posteriormente, se evalúa su alcance en la ciudadanía tanto con los informes publicados por esta estrategia, como a través de una encuesta realizada en la totalidad de los departamentos del país. Finalmente, se proponen unas recomendaciones que pueden ser consideradas en el desarrollo de las actividades del canal Urna de Cristal, con el objetivo de que se pueda ampliar la cobertura de dicho canal y tener un efectivo acercamiento de los ciudadanos al Gobierno a través de herramientas tecnológicas.

Palabras clave: comunicación, gobierno abierto, participación ciudadana, transparencia.

Abstract

In this paper is described the current regulations in Colombia concerning to the e-government. It also refers to the different tools used by the glass urn strategy Colombian government. Its scope is also assessed in both citizenship reports published by this strategy, as well as through a survey in all the departments. Finally, some recommendations that can be considered in the development of the activities of the selected channel with the objective to expand the coverage of the channel and can be an effective approach of citizens to government through technological tools are proposed.

Keywords: citizen participation, communication, open government, transparency.

¹. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Contacto: ingjohnamaya@gmail.com

². Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Contacto: alexander.castro01@uptc.edu.co

³. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Contacto: juansebastian.gonzalez@uptc.edu.co

Resumo

Neste artigo, os regulamentos em vigor na Colômbia em relação ao governo eletrônico descrito. Ele também se referiu às diferentes ferramentas utilizadas pela estratégia de "Urna de cristal" do governo colombiano. Mais tarde, o seu âmbito é avaliada cidadania ambos os relatórios publicados por esta estratégia, e através de uma pesquisa em todos os departamentos. Finalmente, algumas recomendações que podem ser consideradas no desenvolvimento de "Urna de cristal" do canal com o objetivo de que é o de ampliar a cobertura deste canal e ter uma abordagem eficaz dos cidadãos ao governo através de ferramentas tecnológicas são propostas.

Palavras chave: comunicação, governo aberto, participação do cidadão, transparência.

Introducción

El desarrollo que han tenido en los últimos años las tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) ha generado un fuerte impacto en los distintos ámbitos del quehacer de los ciudadanos, las sociedades y de los Gobiernos, pues ha facilitado la vida cotidiana y ha logrado mayor eficiencia en el desarrollo empresarial. El uso de nuevas tecnologías junto con herramientas de software, plataformas de hardware y redes de comunicación ha visto surgir una sociedad más consiente del papel que juegan en el desarrollo de su entorno. En ella, los ciudadanos, que cada vez usan más las herramientas digitales, pueden entretenerse, educarse, trabajar, comerciar, ser gobernados y "administrados" a distancia (Castoldi, 2002).

Particularmente, las TIC se han convertido en un canal de comunicación y participación del ciudadano con el Estado, pues, mediante estas, los ciudadanos manifiestan sus inconformidades, argumentando que una vez los gobernantes son electos finalizan su relación con los ciudadanos y se dedican a gobernar según sus intereses particulares, sin escuchar las necesidades de aquellos que los eligieron para que los representen (Barrera, 2015). Es por lo anterior que los mandatarios

deben tener presente el poder que tienen estas tecnologías que, en ocasiones, han coadyuvado a superar crisis políticas, como las de falta de legitimidad, por las que atraviesan continuamente las instituciones públicas principalmente (Putnam, 2003).

Algunos gobiernos a nivel mundial, conscientes de la importancia de las TIC para la participación activa de los ciudadanos en la formulación de proyectos y políticas públicas, han implementado diferentes estrategias y mecanismos para que exista una comunicación eficiente entre los habitantes y sus dirigentes mediante el uso de estas tecnologías.

Sin embargo, pese a dichas medidas, en Colombia la incidencia de la población en el diseño e implementación de políticas públicas es mínima o casi nula, según ejercicios de percepción ciudadana e informes ejecutivos presentados por la estrategia insignia Urna de Cristal (Urna de Cristal, 2015). Esta baja participación ha generado, en gran parte, que algunos de los problemas que afronta el país no se vean identificados, ocasionando que las políticas que se implementan no son pertinentes y se alejen de la realidad que afronta el ciudadano en el diario vivir.

Con el fin de garantizar y evaluar la eficiencia de las estrategias implementadas en los gobiernos para la participación ciudadana, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) ha definido que se debe cumplir con tres características principales: publicar información de fácil acceso y usable por parte del Gobierno, generar una conversación en doble vía basada en la información publicada y buscar que las opiniones y puntos de vista de los ciudadanos incidan de una forma efectiva en las políticas y proyectos que adelante el Gobierno (OECD, 2001).

Este artículo pretende presentar una reflexión sobre la efectividad de la participación de los ciudadanos colombianos en la formulación de planes y políticas públicas, mediante el uso de TIC, particularmente de la estrategia Urna de Cristal. Pero lo anterior, el trabajo se centra en

brindar un análisis de la estrategia, evaluando su alcance y contrastando tanto los informes oficiales presentados como unas encuestas realizadas. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones resultado de la presente investigación con las cuales se espera mejorar el alcance de Urna de Cristal como canal digital de participación.

Metodología

Para el desarrollo del trabajo se adelantó una revisión de literatura de artículos científicos relacionados con el gobierno abierto y sus objetivos (Irvin y Stansbury, 2014; King y Stivers, 1998; Petts, 2001; Trenam, 2000) de las bases de datos Scopus e IEEE Xplore. Asimismo, se realizó una revisión del marco jurídico que define el gobierno electrónico en Colombia, allí se especifican los lineamientos para que las entidades públicas permitan una adecuada participación ciudadana a través de medios electrónicos.

Teniendo en cuenta que es de interés del trabajo lo correspondiente al Gobierno colombiano, se realizó un análisis de los diferentes canales de participación definidos, particularmente de Urna de cristal. Posteriormente, se realizó una evaluación de dicho canal de participación mediante la escalera de Arnstein.

Finalmente, se presentan los resultados respecto al impacto de Urna de Cristal y se hace un análisis sobre estos para identificar posibles mejoras en dicha herramienta de comunicación.

Para evaluar el impacto de Urna de Cristal se realizó una encuesta en el territorio nacional a razón de 110 encuestas en cada uno de los 32 departamentos, para un total de 3520 encuestas, lo que representa una muestra de 0,01% del total de ciudadanos del censo electoral. En esta se indagó a la comunidad sobre el conocimiento frente a las diferentes herramientas ofrecidas por el Gobierno nacional para la participación ciudadana y si alguna vez ha utilizado alguna de estas herramientas.

Evaluación de canales digitales de participación

Existen diferentes formas para evaluar la eficacia de las herramientas de gobierno electrónico, una de estas es la escalera de Arnstein, creada por Sherry Arnstein en 1969 en la cual propone ocho niveles de participación, de los cuales, en los tres primeros no hay participación, pues lo que se presenta es simplemente información, en ocasiones manipulada, en los siguientes tres se presenta en algún grado participación ciudadana y es en los dos últimos peldaños donde se evidencia un verdadero empoderamiento de la ciudadanía para la toma de decisiones de su Gobierno. En la figura 1 se presenta la escalera de Arnstein indicando el título de cada uno de sus peldaños y los niveles de participación que se dan en cada uno de ellos.

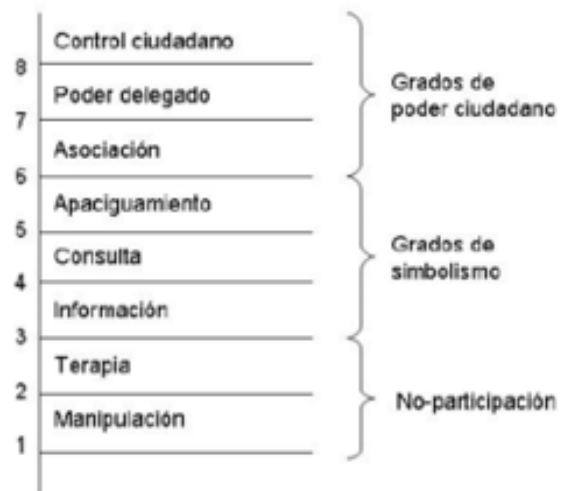


Figura 1. Escalera de Arnstein.

Fuente: (Espinosa, 2011).

En la Tabla 1 se describen los peldaños representados en la Figura 1.

Para el caso colombiano existen múltiples normas que regulan y establecen los derechos que tiene la ciudadanía para ejercer la participación ciudadana. En la tabla 2 se presenta un compilado normativo referente a este aspecto.

Tabla 1. Escalera de Arnstein.

Peldaño	Descripción
1 Manipulación	Consiste en entregar “información” a través de comunicados u otros medios donde la información real es tergiversada, es decir, no es publicada de forma fidedigna.
2 Terapia	Hacer creer a la ciudadanía que está influyendo en decisiones a través de comités o comisiones, pero las decisiones tomadas allí realmente nunca son tenidas en cuenta.
3 Información	Se entrega información fidedigna y oficial de forma unidireccional.
4 Consulta	Se hace una consulta, sobre la información suministrada en el peldaño 3, a través de medios como encuestas, entrevistas o reuniones de barrio con la intención de que se impacte sobre las decisiones y definición de políticas, pero con la dificultad que no cuenta con un seguimiento que permita verificar que las opiniones recogidas son tenidas en cuenta.
5 Apaciguamiento	Se da participación efectiva a los ciudadanos, pero con el limitante que no se le da toda la información necesaria para la participación activa, o los ciudadanos no cuentan con la formación necesaria para ser influyentes en su participación.
6 Asociación	Se evidencia una asociatividad real entre los ciudadanos y las entidades de gobierno para la toma de decisiones; la principal es que los ciudadanos se asocian para sumar conocimientos y que sus postulados sean efectivos y tenidos en cuenta.
7 Poder delegado	Se consigue cuando los ciudadanos sean mayoría en los comités de toma de decisiones incluso en contra de la voluntad de gobierno.
8 Control ciudadano	Los ciudadanos exigen herramientas de gestión que permiten hacer seguimiento a que sus opiniones fueron tenidas en cuenta para la definición de políticas y toma de decisiones.

Fuente: elaboración propia, adaptada de Arnstein (1969).

Tabla 2. Marco jurídico colombiano de participación ciudadana.

Norma	Artículo	Descripción
Constitución Política 1991 (Corte Constitucional, 1991)	74	Establece que todos los ciudadanos tienen derecho de conocer los documentos públicos.
	270	Se deben garantizar espacios a través de los cuales la ciudadanía pueda ejercer control a las acciones de gobierno.
Ley 1341 de 2009 (Congreso de la República, 2009)	2	Define como principio la masificación de Gobierno en línea.
	4	Crea la posibilidad de intervención del Estado en la masificación de la estrategia Gobierno en línea.
	17	Define como un objetivo del Ministerio el uso y apropiación tecnológica en diferentes sectores, entre ellos el de gobierno.
Decreto 2573 de 2014 (Ministerio TIC, 2014)	35	Con el fondo TIC se pueden financiar programas de masificación de Gobierno en línea.
	Todos	Se definen los componentes, lineamientos y responsables de la implementación de la estrategia Gobierno en Línea.
Ley 1450 de 2011 (Congreso de la República, 2011)	230	Define la estrategia de gobierno en línea como una estrategia de buen gobierno y se establece la obligatoriedad para que todas las entidades de la administración pública la adopten.
	45	Define la implementación de Gobierno en línea como un lineamiento TIC estratégico para mejorar la atención al ciudadano.
Ley 1753 de 2015 (Congreso de la República, 2015)	193	Es obligación para el gobierno garantizar el funcionamiento de la infraestructura de telecomunicaciones con el objeto de que, entre otras, se garantice una adecuada operación de la estrategia de Gobierno en línea.
	Todos	Facilitar el acceso de la comunidad a la información pública que produce y custodia las diferentes entidades públicas.
Decreto 103 de 2015 (Ministerio TIC, 2015)	Todos	Reglamenta la Ley 1712 definiendo transparencia activa, transparencia pasiva y los instrumentos de gestión de la información.
Resolución 3564 de 2015 (Ministerio TIC, 2015)	Todos	Define los parámetros técnicos para publicación en el marco del Decreto 103 de 2015.
Ley Estatutaria 1757 de 2015 (Congreso de la República, 2015)	Todos	Se define las diferentes obligaciones de las entidades públicas de garantizar la participación ciudadana en la definición de sus políticas y en la rendición de cuentas.

Fuente: elaboración propia.

Urna de cristal como canal de participación del gobierno nacional

Urna de Cristal es una plataforma de participación ciudadana, iniciativa de la Presidencia de la República de Colombia en el año 2010, cuyo único objeto es acercar al ciudadano al Gobierno. Para materializar este objetivo dicha plataforma cuenta con un equipo multidisciplinario denominado fuerza de tarea digital que se encarga de, junto con las diferentes entidades de Gobierno, identificar las necesidades de participación ciudadana, diseñar y ejecutar la estrategia y finalmente rendir un informe a la respectiva entidad del ejercicio de participación.

El equipo de Urna de Cristal realiza tres tipos de campañas, estas son de pedagogía o difusión, de consulta y de participación. Las campañas pedagógicas o de difusión consisten en dar a conocer de forma explicativa a la comunidad las diferentes políticas o programas expedidos por cada una de las entidades de Gobierno. Así, este tipo de campañas en la escalera de Arnstein se ubica en el peldaño tres por consistir en entregar información a los ciudadanos y esta información es fidedigna y entregada de forma pedagógica, de tal forma que los usuarios puedan usarla para sus estudios y posterior ejercicio de veeduría.

Las campañas de consulta realizadas por Urna de Cristal consisten en abrir espacios digitales para que, en el marco de una temática definida por la entidad de Gobierno, se realicen preguntas sobre un tema específico al cual se pretenda consultar con la ciudadanía. Después de cerrado el tiempo de preguntas la plataforma garantiza que la entidad correspondiente de respuesta a los ciudadanos frente a esas preguntas, además presenta un informe a la respectiva entidad indicando los resultados del ejercicio correspondiente. Este tipo de campañas al ser evaluada en la escalera de Arnstein se encuentra en el peldaño cinco.

Las campañas de participación realizadas a través de Urna de Cristal entre la entidad de

Gobierno interesada en realizar el ejercicio y la fuerza de tarea digital definen en conjunto el tema y el alcance del ejercicio de participación ciudadana, indicadores y demás. Posteriormente, Urna de Cristal define la estrategia y después de ejecutada rinde el informe a la entidad de Gobierno, buscando que la participación de los ciudadanos sea tenida en cuenta en la definición de las políticas o proyectos y a su vez rinde un informe público donde se comunica el número de interacciones y las propuestas presentadas por la ciudadanía tenidas en cuenta. Al evaluar este tipo de campañas con la escalera de Arnstein, se ubica en el peldaño siete pues empodera a los ciudadanos y les permite hacer seguimiento y conocer si sus aportes realizados en los ejercicios de participación son tenidos en cuenta en la definición de las políticas.

Para desarrollar los diferentes tipos de campañas Urna de Cristal ha categorizado a la comunidad entre ciudadanos sin acceso a internet y ciudadanos digitales, con ello busca usar las herramientas adecuadas para llegar a cada uno de estos ciudadanos. Cada una de estas herramientas son presentadas a continuación.

Herramientas Para Ciudadanos Sin Acceso a Internet

La plataforma Urna de Cristal, a pesar de ser una iniciativa del Gobierno para usar las herramientas tecnológicas web y acercar a los ciudadanos al Gobierno, el equipo de esta plataforma es consciente de que no toda la población cuenta con facilidades de acceso a terminales de internet. Por esta razón ha diseñado herramientas para llegar a los ciudadanos que no tienen acceso a internet, cada una de estas herramientas son radio, televisión, *call center*, mensajes SMS y USSD.

Las herramientas de radio y televisión consisten en invitar a líder de gobierno de determinado tema de interés nacional que esté enmarcado en una campaña de Urna de Cristal, allí se expone el tema de interés y se abre espacio para que los ciudadanos llamen y realicen preguntas sobre el

tema que son respondidas en línea por el líder sectorial. Estos programas, tanto de radio como de televisión, se emiten semanalmente, el programa de televisión a través del canal institucional y el programa de radio a través de las frecuencias de Señal Radio Colombia.

Adicionalmente, se cuenta con call center, el cual es una herramienta utilizada tanto para campañas de difusión, consulta y participación. Por otra parte, los SMS (servicios de mensajes cortos, de las siglas en inglés de short message service) son utilizados específicamente para campañas que difunden información a la población interesada a través de mensajes de texto.

El sistema USSD (del inglés unstructured supplementary service data, o servicio suplementario de datos no estructurados) inició su uso en el año 2014, este sistema está dirigido a usuarios de teléfonos móviles que no son smartphone. Es usado principalmente en las campañas de consulta y participación donde, utilizando tecnología GSM (global system for mobile), se hacen preguntas a los usuarios y ellos pueden seleccionar una respuesta sin costo alguno.

Herramientas Para Ciudadanos Digitales

El objetivo de Urna de Cristal es sacar el mejor provecho de la tecnología para acercar el Gobierno a los ciudadanos. Por esta razón, usa diferentes herramientas para llegar a la población digital, principalmente el portal web, correo electrónico y redes sociales.

En el sitio web www.urnadecristal.gov.co, además de hacer una presentación de noticias y de la plataforma y los objetivos de la misma, también están a disposición todas las campañas vigentes a las cuales los ciudadanos pueden acceder y participar. Allí se encuentran campañas ya sea de difusión, consulta y participación. Asimismo, están publicados informes del histórico de campañas realizadas por Urna de Cristal donde se indica el alcance y los resultados que tuvo cada una de las campañas realizadas.

Asimismo, el portal web cuenta con la posibilidad de suscribir el correo electrónico si desea recibir información sobre las diferentes campañas que adelanta la estrategia o sobre temas específicos. El equipo de la plataforma categoriza dichos correos y realiza los envíos conforme a la estrategia que se esté desarrollando.

Urna de Cristal es consciente de la era actual y por eso orienta gran parte de su potencial para llegar a cada uno de los ciudadanos a través de herramientas digitales. Esto es principalmente a través de redes sociales, aprovechando el gran despliegue que han tenido las mismas en el país, pues según información publicada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia cerca de 20 millones de colombianos tienen cuenta de Facebook, siendo esta la red social con mayor cobertura en el país (MinTIC, 2016).

Por esta razón, todas las campañas realizadas por Urna de Cristal son llevadas a las redes sociales, dada la amplia cobertura de las mismas y que cerca del 60% del potencial electoral se encuentra en redes sociales.

Alcance de la plataforma urna de cristal

Urna de Cristal emitió el documento Balance 2015 en el cual se presentan de forma concreta los resultados de dicha plataforma durante 2015, donde se encuentra que durante este periodo de tiempo realizaron 13 campañas de participación en las diferentes modalidades y en articulación con diferentes entidades del Gobierno nacional (Urna de Cristal, 2015).

En dicho informe se presentan de forma concreta tanto los seguidores como las interacciones que tuvo la plataforma Urna de Cristal durante el año 2015, dichas interacciones por canal se presentan en la tabla 3.

De esta forma, bajo el supuesto de que un ciudadano hace una interacción durante el año y teniendo en cuenta que el censo electoral del país es 34.8 millones de ciudadanos (Urna de Cristal,

2015), la plataforma tendría un alcance del 16% en la ciudadanía colombiana.

En el marco del proyecto de investigación se realizó una encuesta orientada a determinar las preferencias de los ciudadanos para interactuar con el Gobierno, las razones por las cuales no acceden a los canales digitales y su conocimiento y apropiación de la plataforma Urna de Cristal. El resultado de dicha encuesta y su interpretación se presenta en la tabla 4.

Tabla 3. Interacciones de Urna de Cristal durante 2015.

Herramienta de Interacción	Interacciones
Twitter	110.000
Facebook	2'385.520
Instagram y Google+	8.175
Herramientas para ciudadanos sin acceso a Internet	3'070.429
Total	5'574.524

Fuente: (Urna de Cristal, 2015).

De esta forma, al estudiar tanto el balance presentado por el equipo de Urna de Cristal del año 2015 como las encuestas realizadas en todo el territorio nacional, se encuentra que las interacciones de la ciudadanía con el Gobierno a través de Urna de Cristal no supera el 20 %. Es así como se presenta un gran reto para la plataforma en el sentido de que además del conocimiento que ya se ha difundido por el territorio nacional se pueda lograr que también se adopte el uso de esta plataforma para la interacción efectiva entre el ciudadano con el Gobierno, ya sea a través de las herramientas para ciudadanos digitales como para aquellos que no tienen acceso a internet.

Propuestas para el canal urna de cristal

De forma acertada la plataforma Urna de Cristal diseñó estrategias por separado para los ciudadanos digitales y aquellos que no tienen acceso a internet. De esta forma, se desarrollará la propuesta para el canal seleccionado.

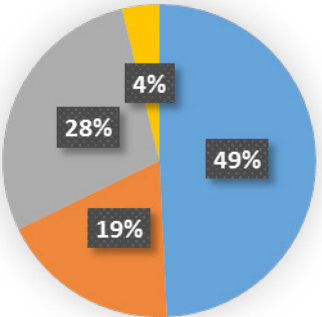
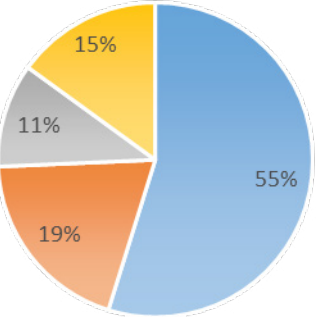
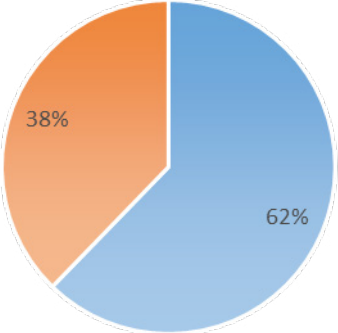
Para ciudadanos digitales es necesario hacer un ejercicio de big data con cada uno de los usuarios y seguidores que se tengan en cada una de las redes sociales. Esto con el objetivo de determinar el tema de interés de cada uno de los usuarios y así garantizar que la información con la cual se está invitando a interactuar a un ciudadano sea efectivamente del interés del mismo para evitar que el seguidor de las diferentes redes sociales deje de seguir las cuentas oficiales de la plataforma por desinterés. Además, es importante que en el ejercicio de big data también se identifiquen de forma clara las razones por las cuales el ciudadano puede estar descontento con el Gobierno y gestionar dicho disgusto con la entidad de Gobierno encargada del tema en específico (Naser y Concha, 2014; Evin, Hadad, Martina y Drozdowicz, 2011; Castro-Romero, González-Sanabria y Callejas-Cuervo, 2012).

Con respecto a los ciudadanos digitales también es fundamental que al momento de definir las diferentes campañas con cada una de las entidades de Gobierno se defina con claridad la población objetivo para utilizar de manera efectiva las oportunidades que brindan las redes sociales de promocionar contenidos de forma específica con la población objetivo (Páez, Iribarren y Neüman, 2003).

Si bien es cierto la plataforma Urna de Cristal ha diseñado mecanismos específicos para los ciudadanos que no tienen acceso a internet, los mismos deben ser fortalecidos pues esta es la mayor población.

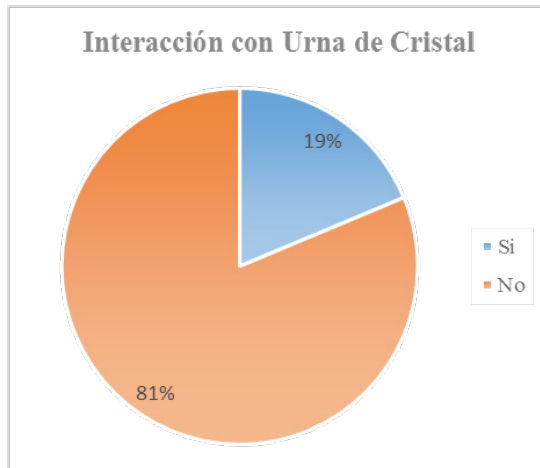
Aunque la plataforma ya cuenta con estrategias de radio y televisión, es necesario que las mismas sean ampliadas, es decir, que el programa sea emitido en canales diferentes al institucional y en horarios AAA. Respecto a los programas transmitidos por radio también se debe buscar ampliar su difusión, es decir, buscar que el mismo sea transmitido por emisoras diferentes a la red de emisoras Señal Radio Colombia, para establecer convenios con la red de emisoras comunitarias que tradicionalmente son las más escuchadas en cada municipio (Zallo, 2010).

Tabla 4. Resultados de la encuesta.

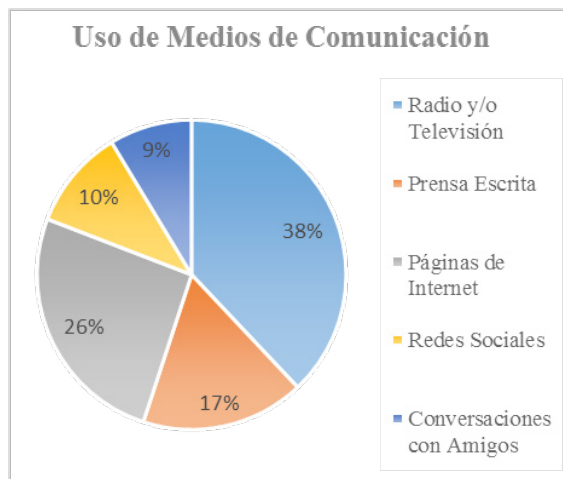
Resultado de la Encuesta	Descripción
<p data-bbox="212 394 526 464">Canales de participación ciudadana</p>  <ul data-bbox="591 407 753 869" style="list-style-type: none"> ■ Asistir Presencialmente a la entidad de Gobierno ■ Llamadas Telefónicas ■ Pagina Web de la Entidad ■ Redes Sociales 	<p>Se le consultó a la ciudadanía sobre la principal herramienta que utiliza para interactuar con el gobierno; el 49% de la ciudadanía consultada respondió que lo hace asistiendo personalmente a las sedes físicas de las entidades de gobierno, lo cual demuestra la baja apropiación en la ciudadanía de los canales digitales de interacción, sin embargo se encuentra con satisfacción que el 28% de la población consultada usa la página web para interactuar, por encima de las llamadas telefónicas, lo cual denota la transición hacia el uso de los canales digitales de interacción.</p>
<p data-bbox="180 915 548 984">Razones de NO interacción Digital</p>  <ul data-bbox="591 997 753 1438" style="list-style-type: none"> ■ No conozco los servicios ■ No tengo Acceso a Internet ■ No me parece confiable uso de internet ■ La entidad no presta servicios por internet 	<p>Al indagar frente a las razones por las cuales los ciudadanos no interactúan con el gobierno haciendo uso de canales digitales de participación, se encuentra que la mayor razón es el desconocimiento que tienen los ciudadanos de los servicios que son prestados por las entidades de gobierno a través de canales digitales, lo cual evidencia la necesidad de que cuando los gobiernos adopten herramientas de comunicación digital, además deben formular estrategias de difusión y adopción de dichas herramientas por la ciudadanía.</p>
<p data-bbox="240 1495 691 1522">Conocimiento de Urna de Cristal</p>  <ul data-bbox="639 1688 699 1766" style="list-style-type: none"> ■ Si ■ No 	<p>Se encuentra que la población consultada en un relativo alto porcentaje de 62% si conoce o ha escuchado sobre la plataforma de gobierno en línea, lo cual denota que dicha plataforma ha logrado en un amplio porcentaje darse a conocer a través de los diferentes medios de comunicación.</p>

Resultado de la Encuesta

Descripción



Si bien es cierto los ciudadanos conocen que existe un canal de comunicación digital en un amplio porcentaje, al preguntar si se ha utilizado para interactuar con el gobierno nacional se encuentra que tan solo el 19% de los consultados ha interactuado a través de la plataforma Urna de Cristal.



Con el objetivo de determinar las estrategias en la propuesta metodológica, se indagó sobre el principal medio de comunicación utilizado por los ciudadanos para informarse de las acciones del gobierno, encontrando que el principal medio de comunicación utilizado por los ciudadanos para informarse es la radio y la televisión con el 38%.

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, no se puede olvidar la alta difusión de la prensa escrita que asciende al 17% de los encuestados. Por esto, el alcance de la plataforma se vería claramente ampliado difundiendo a través de medios escritos una campaña pedagógica de interacción con la misma, principalmente a través del call center y el uso de mensajería USSD.

Finalmente, debido a que el gobierno electrónico se fundamenta en el uso de herramientas tecnológicas y principalmente digitales para acercar

a la ciudadanía con el Gobierno, se debe buscar que en los diferentes proyectos y programas que adelanta el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia para masificar el internet se tenga un componente de gobierno electrónico. Es decir, que en los diferentes puntos y kioscos vive digital que son instalados en el territorio nacional se presente también la plataforma Urna de Cristal y la forma de interactuar con esta a través de la tecnología disponible.

Conclusiones

Los canales digitales de participación ciudadana del Gobierno colombiano están definidos en leyes de la república y adicionalmente se fortalecen con estrategias y plataformas definidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, con miras a fortalecer el nivel de adopción por parte de las diferentes entidades de Gobierno y que el ciudadano utilice dichos canales para interactuar con estas.

La plataforma Urna de Cristal es el canal digital del Gobierno colombiano que al ser evaluado con la escalera de Arnstein demuestra el mayor nivel de efectividad en la participación. Sin embargo, a pesar de contar con múltiples herramientas de comunicación digital y para ciudadanos sin acceso a internet la apropiación de las mismas por parte de la ciudadanía se encuentra en niveles muy bajos.

El alcance de la plataforma Urna de Cristal no supera el 20% de los ciudadanos colombianos, en los departamentos más apartados los niveles son muy inferiores, por lo cual se hace necesario implementar estrategias de adopción especialmente en los departamentos en los cuales la encuesta evidenció la situación más crítica.

Dado el bajo nivel de apropiación de los ciudadanos de los canales digitales establecidos por el Gobierno nacional, a pesar de que se establecen campañas digitales de consulta para la definición de políticas las mismas, no impactan de manera significativa en dicha definición.

La plataforma Urna de Cristal debe lograr que en las campañas de masificación de tecnología que adelanta el Gobierno nacional se logre una apropiación del gobierno electrónico por los ciudadanos. Además, se debe caracterizar a quienes están en sus redes sociales, determinar los temas de interés y demostrar el impacto de la participación ciudadana en la definición de políticas para así ampliar el alcance y lograr que los ciudadanos hagan un adecuado uso del canal. Todo esto además de fortalecer el alcance de las herramientas utilizadas para ciudadanos sin acceso a internet.

Referencias bibliográficas

- Arnstein, S. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 216-224.
- Barrera, A. (2015). *Credibilidad en la entidades públicas en Colombia: un gran reto a superar*. Bogotá: Facultad de Finanzas y Administración Pública, Universidad Militar Nueva Granada.
- Castoldi, P. (2002). El gobierno electrónico como un nuevo paradigma de administración. *Prudentia Lurjs*.
- Castro-Romero, A., González-Sanabria, J. S. y Callejas-Cuervo, M. (2012). Utilidad y funcionamiento de las bases de datos NoSQL. *Revista facultad de ingeniería*, 21(33), 21-32. doi:10.19053/01211129.2115
- Congreso de la República de Colombia (CRC). (2009). *Ley 1341*. Bogotá.
- CRC. (2011). *Ley 1450*. Bogotá.
- CRC. (2014). *Ley 1712*. Bogotá.
- CRC. (2015a). *Ley 1753*. Bogotá.
- CRC. (2015b). *Ley Estatutaria 1757*. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Corte Constitucional.
- Espinosa, A. (2011). *Escalera de la participación ciudadana (Arnstein)*. Alicante, España: Universidad de Alicante.
- Evin, D., Hadad, A., Martina, M. y Drozdowicz, B. (2011). Predicción de estados de hipotensión empleando modelos ocultos de Markov. *Revista Facultad de Ingeniería*, 20(30), 55-63. doi:10.19053/01211129.1418
- Irvin, R. y Stansbury, J. (2014). Citizen Participation in decision making: is it worth the effort? *Public administration review*, 55-65.
- King, C. y Stivers, C. (1998). *Government is us: public administration in an anti-government era*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ministerio de de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTic). (2014). *Decreto 2573*. Bogotá.
- MinTic. (2015a). *Decreto 103*. Bogotá D.C.

- MinTic. (2015b). *Resolución 3564*. Bogotá D.C.
- MinTic. (30 de marzo de 2016). *Cifras sobre uso de internet y redes sociales*. Recuperado de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-articulo-4425.html>
- Naser, A. y Concha, G. (2014). Rol de las TIC en la gestión pública y en la planificación para un desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. *Serie Gestión Pública*, 79-87.
- Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD). (2001). *Citizens as partners: OECD handbook on information, consultation and public participation in policy-making*. París: OECD.
- Páez, A., Iribarren, C. y Neüman, M. (2003). Gobierno electrónico y administración pública Local. *Revista razón y palabra*.
- Petts, J. (2001). Evaluating the Effectiveness of Deliberative Processes. *Journal of environmental planning and management*, 207-226.
- Putnam, R. (2003). *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Trenam, K. (2000). Public Consultation in local environment agency plans (LEAPS). *Landscape Research*, 382-385.
- Urna de Cristal. (2015). *Informe de cierre 2015*. Bogotá: MinTic, Urna de Cristal informe de cierre 2015 estrategia nacional.
- Zallo, R. (2010). The audiovisual communication policy of the socialist Government (2004-2009): A neoliberal turn. *Revista latina de comunicación social*, 14-29.

