

### “VOTA”, APLICACIÓN ELECTRÓNICA PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

**Eva María Martínez Serrano** (*Universidad Carlos III de Madrid, España*)

**Érika Bejerano Moreno**  
**Eva Blanco Ortiz**  
**Guadalupe de Fez Fernández**  
**Alberto de León Concepción**

#### Resumen:

VOTA trata de la creación de una aplicación gratuita destinada a los ciudadanos mayores de edad mediante la cual se pueda tener acceso a los procesos legislativos que se lleven a cabo en el Congreso de los Diputados, facilitando así la información sobre estos y la opción de opinar y votar sobre dichos procesos, respetando siempre la privacidad del individuo. En cuanto a la descripción de marketing realizada, nos hemos basado en la investigación de mercado mediante técnicas cualitativas, focusgroup, y técnicas cuantitativas, realización de una serie de encuestas.

Los objetivos que perseguimos, son principalmente permitir a los ciudadanos ubicarse mejor en el eje político, involucrar a las minorías afectadas, hacer que los ciudadanos se sientan más útiles.

#### Abstract:

First of all, VOTA, consists on the creation of a free application where the over-age citizians could use for getting information about the legislative actions. They would have the chance of taking part of this action, they will be allowed to vote and giving their opinions, provided that their privacy will be always respected.

According to our marketing study, we have used both ways of investigation: the qualitative and quantitative, making some focus- group and some questionnaires respectively.

Finally, the main aims of this application are mainly making the citizian usefull about the polity and affording them the ubication of their idological thoughts.

## 1. Introducción

### Descripción del servicio

El servicio desarrollado del cual se estudia la implementación en este caso, se trata de una aplicación electrónica.

Además existe la tendencia llamada “e-Gobierno”, consistente en el uso de la tecnología por parte del Gobierno, particularmente de las aplicaciones basadas en Internet. Esto busca la mejora del acceso y la distribución de la información y servicios públicos a la ciudadanía. Esta tendencia está siendo aplicada en algunos países, que ya están introduciendo estos nuevos mecanismos. En el caso español, podría considerarse que “VOTA” satisface la tendencia en nuestro ámbito.

Esta aplicación, disponible tanto como para smartphones, dispositivos tablet y ordenadores, cumpliría las siguientes funciones.

- Ofrecer a los usuarios la posibilidad de informarse de los procesos legislativos que se están tratando en el parlamento español, teniendo dos versiones:
  1. El borrador o proyecto de ley entero, para aquellos usuarios con más tiempo libre, capacidad de comprensión y/o interés.
  2. Un resumen objetivo de los puntos clave de la ley, para aquellos que no dispongan de mucho tiempo y deseen estar informados, o aquellos cuyos conocimientos no abarcan el vocabulario jurídico con el que se escriben las normas jurídicas del parlamento.
- Ofrecer a los usuarios la posibilidad de dejar su opinión plasmada.
- Ofrecer a los usuarios votar “sí” o “no” (tal y como se hace en el parlamento) al proceso de ley en cuestión. Funcionaría a modo de Referéndum popular (no siendo vinculante, debido a la imposibilidad de esto según el reglamento normativo español) en el que se seguiría el principio democrático de sufragio universal, libre, igual, directo y secreto.

¿Cómo se garantizarían los principios del sufragio? A este modo de votación de la aplicación, tan sólo podría accederse mediante el uso de DNI electrónico, que en este caso cumple la misma función que los componentes de las mesas electorales en las elecciones clásicas.

¿A quién estaría dirigida? Debido al carácter “universal”, la respuesta es obvia: a aquellos ciudadanos con nacionalidad española con capacidad de obrar, es decir, mayores de 18 años.

### Razones para la creación de este producto

Como jóvenes interesados en la política, en el día a día de la sociedad española no paramos de ver la desafección que existe hacia la clase política, encargada de las funciones legislativa y ejecutiva de nuestro sistema.

También, de la desinformación existente entre la población española, y cómo eso provoca “clichés” y falsas afirmaciones sobre la política española.

Por último, siendo una idea subjetiva que posteriormente estudiaremos, se ve una temática “espectadora” en la sociedad española, es decir, se participa en elecciones (tanto generales, como autonómicas y municipales) pero no se realiza más actividad política que esa, limitándose a observar la realidad sin influir en ella.

### Institución que oferta el servicio

Al ser una política pública de carácter estatal, debería ser ofrecida y financiada por el Estado Central.

La oferta de esta aplicación debería ser completamente gratuita, dado que al ponerle precio se mermaría el principio de igualdad, haciendo inaccesible la misma a algunos ciudadanos.

### Objetivos que se persigue lograr

Desde un punto de vista político, la aplicación pretende:

- Permitir a los ciudadanos situarse en el eje político.

- Reducir los free-riders<sup>1</sup>.
- Involucrar a las minorías afectadas.

Por otro lado, desde un punto de vista social, pretende:

- Fomentar y aprovechar el uso de las nuevas tecnologías.
- Hacer sentir al ciudadano más útil en la sociedad.

## 2. Desarrollo del caso

La actividad relacionada al marketing realizada, ha sido principalmente el estudio de la posible aceptación o el rechazo de la aplicación electrónica propuesta. Se considera a esta un problema de índole público debido al carácter universal que va legítimamente unido al derecho de sufragio.

Aquí, se intentará explicar con detalle y lo más claro posible para el lector el proceso de estudio que se realizó para ver si era posible la implantación de la aplicación. Descripción de todo el proceso de investigación es sus fases

### 2.1. Búsqueda de información secundaria

Al tener la aplicación explicada un carácter político, la búsqueda de información secundaria se realizó, desde un primer momento, a través de las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), debido que así se tendría absoluta fiabilidad respecto a los datos recogidos.

Aquí, se localizaron una serie de problemas por las que nuestra aplicación podría resultar útil hoy en día en la sociedad española<sup>2</sup>.

**Desinformación**<sup>3</sup>. Según la encuesta tomada del CIS, se observa como una gran parte de los encuestados afirman no utilizar ningún tipo de fuente de información.

Lo que resulta útil para la investigación, es el hecho de que la fuente de información más utilizada es la prensa (en papel) nacional, lo que nos plantea dos diferentes visiones. Por un lado, se observa cómo, aun existiendo una gran parte de población que no se implica en cuanto a la información, el ámbito al que se le da más importancia es al nacional, ámbito que abarcaría la aplicación ofrecida. Por otro lado, se ofrecería como fuente de información complementaria a todos aquellos que utilizan los medios tradicionales de información.

**Desafección por la clase política.** Se recoge el importante dato de que más del 80% de los españoles se encuentra en desafección con los partidos políticos. ¿Cómo se traduce eso? Los partidos políticos son aquellos que se encargan del funcionamiento de las instituciones, por eso los encuestados vuelven a afirmar no estar contentos con la gestión de las mismas.

**Participación política.** Siguiendo el artículo 6 de la Constitución Española<sup>4</sup>, los ciudadanos encuestados no utilizan los medios de participación política ofrecidos por nuestro sistema jurídico, ya que tan sólo alrededor de una décima parte de los encuestados afirman permanecer a algún partido político.

**Interés en política.** Teniendo en cuenta que la encuesta fue realizada antes de todos los sucesos controvertidos que han sucedido en este último año, casi tres cuartos de los encuestados afirman interesarse "poco o nada" por el panorama político. Posteriormente, en la investigación cuantitativa buscaremos ratificar o contrastar este dato viendo cómo influye una situación de crisis acerca del interés de la población sobre el panorama político.

Percepción de la política. A través de dos afirmaciones, a saber, "los políticos no se preocupan mucho de lo que opina la gente como yo" y "esté quien esté en el poder siempre busca sus intereses personales" el CIS muestra como la opinión popular (alrededor de un 70% de aprobación en cada una de las

---

<sup>1</sup> Los free-riders son, en ciencia política, aquellas personas que se benefician de las acciones colectivas sin formar parte de las mismas.

<sup>2</sup> [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2720\\_2739/2736/e273600.html](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2720_2739/2736/e273600.html)

<sup>3</sup> Se entiende desafección y/o apatía hacia algo. En este caso, al hablar de desafección política,

<sup>4</sup> Art.6 CE: "Los partidos políticos expresan el pluralismo político, concurren a la formación y manifestación de la voluntad popular y son instrumento fundamental para la participación política (...)"

afirmaciones) se basa en concebir las instituciones políticas como entes, que aunque deberían, no representan los intereses de la población.

|          | %     | N    |
|----------|-------|------|
| Mucho    | 6.6   | 245  |
| Bastante | 21.2  | 787  |
| Poco     | 38.0  | 1411 |
| Nada     | 33.8  | 1257 |
| N.S/N.C  | 0.4   | 13   |
| TOTAL    | 100.0 | 3716 |

**Nuevas tecnologías.** Respecto a un punto clave de la aplicación: el voto mediante el DNI electrónico. Se encuentra el primer problema que podría tener la aplicación, ya que más de la mitad de los encuestados afirma que tendría reparos a la hora de utilización de este medio, por lo que en las siguientes fases de investigación, intentaremos ver cuáles son los motivos por los que los encuestados podrían no estar a favor.

## 2.2. Recogida de información primaria: técnicas cualitativas

Respecto a las técnicas cualitativas, la elegida fue la realización de un focusgroup. Establecimos un grupo de interés, formado por personas más maduras, entre los 35 y 55 años.

Para el análisis de esta reunión, procederemos a seguir nuestro guión de problemas, para observar las soluciones que nos han aportado, y seguidamente a la observación acerca de las opiniones que les ofrecían una serie de eslóganes y nombres propuestos para la aplicación.

Todos los asistentes comenzaban la reunión admitiendo que se informaban de la actualidad política “bastante”, siendo la fuente de información más repetida los telediarios, seguidos de prensa online, en papel, y solo citada una vez, la radio. Confirmaron los problemas de desafección ya destacados en la investigación de información secundaria, tanto a los partidos como a la clase política en general. Además, confirma la premisa establecida con la búsqueda de información secundaria: con el panorama crítico actual, esta muestra no representativa, afirma tener que interesarse bastante en política.

Además, los participantes manifestaron su preocupación por la participación política explicando que “solo participaban lo que se les permitía”, es decir, en las elecciones convocadas por cada uno de los ámbitos estatales. Esto, ligado a su afirmación de estar interesados en el panorama político, llevó al primer punto clave de la reunión: si la aplicación les parecería bien como modo de poder hacer llevar su opinión a las altas esferas.

La respuesta hacia la aplicación fue de gratitud, ya que el sistema de votaciones pondría al alcance de los gobernantes la opinión popular, que podría informarse además de los procesos legislativos que van a llevarse a cabo en la cámara, etc.

Un problema que encontraron nuestros entrevistados, los datos recogidos confirmaron la confianza en las instituciones, ya que expresaron su preocupación acerca de que la aplicación fuera gestionada por el gobierno, pudiendo este manipular los datos para beneficio propio.

Después, la moderadora abrió un debate donde ellos pudieran sugerir mejoras para el diseño de la aplicación, donde las características de sencillez y accesibilidad fueron las más requeridas. Además, uno de los participantes sugirió la opción de compatibilizarla con las distintas redes sociales (Twitter, Facebook...) ya que argumentaba que tanto la juventud como un sector de la población más madura podría encontrarla más interesante y a la vez incentivar a sus contactos a la participación.

Respecto al uso del DNI electrónico, esta muestra resultó favorable, siempre teniendo en cuenta que el anonimato del voto debería estar garantizado en todo momento.

Como parte final de la reunión, se procedió al estudio del nombre y al eslogan de la aplicación:

### ESLOGAN

Se les propusieron 3 distintos mensajes para que expresaran lo que les transmitían. Sus reacciones fueron:

1. “*Tú formas el futuro*”. Desafección por la palabra “formar” ya que parece que se está hablando de una construcción o similar, pero en cambio, la idea del “futuro” fue bien recibida.

2. *"A tu alcance"*. La respuesta generalizada fue "¿el qué?" dejando claro que en este eslogan no se sintetizaba bien el mensaje.
3. *"Tú eres política"*. Este fue el eslogan pensado desde un primer momento para el proyecto, y el que mayor rechazo tuvo por el grupo de entrevistados. Lo rechazaron desde el primer momento por la idea de la asociación de ellos mismos con la "política", dejando claro una vez más el problema de desafección hacia esta.

Los entrevistados propusieron un cuarto y un quinto eslogan, una mezcla entre los dos primeros en el que se tratara la idea de la importancia del futuro y la posibilidad de que este llegue a las manos de la sociedad a través de la aplicación, formando así *"el futuro a tu alcance"*. Por otro lado, propusieron el lema *"más directo"*, aludiendo al carácter de la aplicación.

## NOMBRE

Al igual que los eslóganes, fueron tres las propuestas:

1. "CG". Lo que para nosotros era un acrónimo reducido de Cortes Generales, no tuvo aceptación debido a "sonar como un partido político" y "ser incómodo de pronunciar".
2. "LEVO". Juego de palabras con "legislación" y "voto", que fue rechazado inmediatamente por "sonar como un medicamento".
3. "VOTA". Acusado de ser "sencillo" pero bien aceptado debido a eso mismo, reflejando el mensaje claro.

Por parte de los encuestados, se sugirió la creación de nombres con significado en lugar de acrónimos, ya que transmiten con más facilidad el mensaje que se quiere transmitir.

### 2.3. Recogida de información primaria: técnicas cuantitativas

Como método de información cuantitativa, se lanzó una encuesta por vía electrónica. Este proceso de información sigue abierto, y hasta la fecha, se han contestado 62 encuestas. Las conclusiones de estos resultados son las siguientes.

De nuevo, se confirma el agrado hacia la nueva aplicación propuesta (por lo menos entre el público joven), ya que casi la totalidad de los encuestados (97%) considera que existe una necesidad de acceso hacia medios más directos de participación política, y un 65% de estos consideran que nuestra aplicación podría ser dicho mecanismo.

Aquí se muestra esta afirmación mediante la pregunta realizada en la encuesta.

#### 11. De las siguientes frases, ¿con cuál estaría Ud. más de acuerdo?



Se considera que los resultados deberían tenerse en cuenta cuando el uso de la aplicación esté extendido, haciendo de "VOTA" un mecanismo de referéndum popular vinculante.

En cuanto a los aspectos de imagen, “VOTA” es el nombre más elegido, y “Tú eres política” el eslogan más acorde y aceptado. Rechazando las demás opciones por cuestiones de incomprensión, complejidad, o simplemente por sonar a aspectos que no tienen nada que ver con la política y las funciones de la aplicación.

Por último, resolviendo el problema que nosotros considerábamos más relevante, el uso del DNI electrónico, es aprobado por la mayoría de los encuestados, si bien, un 30% de los encuestados tendrían sus dudas a la hora de usarlo.

### 3. Preguntas/cuestiones para la discusión

**Cuestión 1:** ¿Qué ventajas presenta “VOTA” respecto a otras formas de participación ciudadana que utilizan las nuevas tecnologías?

Actualmente no existe ningún tipo de mecanismo organizado de participación ciudadana a través de las nuevas tecnologías, si bien los ciudadanos sí muestran su opinión y se informan a través de estos métodos.

Herramientas como “Twitter” y “Facebook” han servido como trampolín para impulsar el intercambio de opinión política. Gracias a ellas, los ciudadanos tienden a ser más activos políticamente.

Con “VOTA”, pretendemos ser pioneros en el campo de las herramientas de participación ligadas a las nuevas tecnologías. Como bien hemos explicado al comienzo de esta exposición, los resultados no serían vinculantes, sin embargo servirían como método de estudio y como referencia a los políticos a la hora de tomar decisiones. Sería una forma innovadora de participación política, en donde el ciudadano puede dar su opinión, encontrar toda la información relativa a los procesos legislativos y a su vez votar sobre una ley determinada.

**Cuestión 2:** Teniendo en cuenta el Modelo de Bass de adopción de innovaciones, ¿qué aspectos posibilitarían o dificultarían el proceso de adopción de “VOTA”? ¿Cómo podría acelerarse el proceso de adopción?

El proceso de adopción es complejo debido a los siguientes motivos:

- La valoración de la ventaja relativa es difícil para el ciudadano por tres motivos. En primer lugar, el beneficio de la aplicación no es individual, sino colectivo, ya que en lugar de percibir un “bien personal” se basa en un “bien común”. Por otro lado, los resultados no se reciben a corto plazo. Por último, el desinterés por parte de los posibles usuarios hacia la política.
- La compatibilidad con la ciudadanía. Dos son las posibles causas de incompatibilidad. Por un lado, la incompatibilidad tecnológica, que a su vez se desdobra en falta de equipamiento y de uso de las nuevas tecnologías. Por otro lado, la falta de formación política.
- La comunicación del servicio es muy compleja debido al carácter intangible del servicio.

Respecto a la aceleración del proceso de adopción, se podrían adoptar las siguientes medidas:

- Si bien los ciudadanos que poseen un dispositivo móvil con acceso a internet, cada vez es más elevado, aún quedan colectivos que no poseen dicho acceso. La aplicación se encontrará disponible en administraciones públicas. El ciudadano podrá acceder al contenido informativo sin necesidad de un registro previo, pero sí que deberá registrarse en el momento que decida acceder al foro de debate y a la votación, siempre respetando la política de privacidad.
- Un diseño de la aplicación sencillo al alcance de ciudadanos con menos capacidad de enfrentarse a las nuevas tecnologías.
- Una fuerte campaña de comunicación, sencilla, clara y comprensible para los diversos colectivos.

**Cuestión 3:** Desde el punto de vista del e-Gobierno, ¿cómo podríamos valorar el diseño de “VOTA”?

Utilizaremos tres criterios para evaluar la aplicación: la funcionalidad, la usabilidad y la accesibilidad.

- Funcionalidad: la aplicación sería diseñada sobre herramientas cuyo funcionamiento haya sido comprobado.

- Usabilidad: VOTA, debido a que se trata de una aplicación destinada a todos los ciudadanos mayores de edad, estaría diseñada con un formato totalmente adecuado para su correcto funcionamiento, haciendo que los usuarios sean capaces de utilizarla sin tener ningún problema y a su vez que éstos de forma intuitiva puedan emplear los elementos que contiene.
- Accesibilidad: como bien hemos dicho anteriormente, la aplicación estaría destinada a todos los ciudadanos. Al estar dirigida a toda la población, somos conscientes de los riesgos a los que nos sometemos, teniendo en cuenta que hay grupos que no tienen las habilidades necesarias (bajos niveles de formación, personas mayores etc) por lo que nuestro objetivo es romper con la brecha digital unificando formatos digitales creando un nivel on-line que requiera bajo nivel de habilidades digitales y facilitando una serie de herramientas para que los discapacitados puedan acceder sin ningún problema a la misma.

**Cuestión 4:** ¿Qué plan de comunicación propondría para informar sobre la existencia de este servicio?

**Cuestión 5:** Con respecto a estos tres logotipos que presentamos, ¿cuál es según su opinión, el que más se ajusta a la descripción del servicio?



#### 4. Conclusiones

A Tras haber realizado el estudio y la “creación” del servicio anteriormente presentado, nos disponemos a valorar el contenido y las características de éste, con la finalidad de indicar su relevancia y alternativas.

Esta aplicación fue pensada como un paso más hacia la participación política y posibilidad de información de los ciudadanos mediante el uso de las nuevas tecnologías. Para ello, simplemente, tuvimos, que detectar la desafección y la actitud actual que existe hacía, no sólo los políticos, sino hacia todo lo que tenga que ver con los asuntos públicos. Esta situación, puede desencadenarse en dos vías muy diferentes: una primera vía es el desapego y la no implicación de la ciudadanía en este ámbito, lo que cedería, aún más, todo el poder decisorio y organizativo al gobierno que haya salido elegido y a los respectivos parlamentarios; por el contrario, podemos encontrar “ciudadanos críticos”, éstos son los que viven en la actual situación postmaterialista, con una capacidad de información, vida y estudios muy por

encima de generaciones anteriores, un grupo que no se ha tenido que enfrentar a conflictos bélicos, crisis mundiales o grandes catástrofes.

Por todo ello, nuestra aplicación se ha centrado en este grupo, los que tienen esa capacidad e interés por cambiar la situación actual y “darle la vuelta” a la crisis mediante la participación ciudadana y su implicación. Esto no quita que tratemos de “llamar la atención” de las personas que sientan cierto desapego, pues con la aplicación podrán informarse más fácilmente de las cuestiones que plantean las Cortes Generales y sus respectivos grupos parlamentarios.

Teniendo en cuenta las dificultades existentes, problemas económicos y políticos mayores que la participación, nuestro proyecto va encaminado hacia un medio plazo donde podamos influir en las pautas de cultura política de los ciudadanos y de esta forma conseguir actitudes más arraigadas frente a los temas de ámbito público.

Además de por esta serie de dificultades, creemos que nuestra visión del proyecto se vería más usada y eficaz dentro de unos años cuando toda la población tenga acceso directo a ella mediante cualquier tipo de dispositivo, ya que con el progreso de los “mass media” esto aumentará. A pesar de ello, en nuestro planteamiento hemos descrito como podría llevarse a cabo en la actualidad, a través de medidas tomadas por los ayuntamientos de aportar soporte tanto personal como de infraestructuras, como pudieran ser bibliotecas, centros de jubilados, etc.

Desde el punto de vista del marketing, nuestro proyecto es de carácter público, destinado a cualquier persona con capacidad de obrar (mayores de dieciocho años y de nacionalidad española), y lo incluimos como un gasto moderado para el Estado y del cual se podría obtener bastante información de cómo se ve en la calle la actitud y las propuestas de los políticos, algo que en la actualidad y con los nuevos “ciudadanos críticos”, que explicamos anteriormente, es algo muy importante.

Finalizaremos con una reflexión, si creemos que se nos debe tener más en cuenta a todos, ¿por qué no a través de una aplicación que nos acerca a la toma de decisiones?

## Referencias

- SARTORI, Giovanni. Partidos y sistema políticos: marco para un análisis. Madrid: Alianza. 2005. ISBN: 9788420647784
- LORENTE ARENAS, Santiago. La cultura política de la juventud: actitudes y comportamientos de la juventud española ante el hecho político. Madrid: Subdirección General de Estudios, Dirección General de Juventud y Promoción Sociocultural. 1985. ISBN: 8474891628.
- DORMIDO BENCOMO, Sebastián. Sociedad y nuevas tecnologías: perspectivas del desarrollo industrial. Madrid: Trotta. 1990. ISBN: 8487699030.
- PÁEZ, Ángel e IRIBARREN, Carolina. Ciberperiodismo y Gobierno Electrónico. En: Razón y palabra. 2003. No. 30. ISBN: 1605-4806.

## Webgrafía:

[http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2720\\_2739/2736/e273600.html](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2720_2739/2736/e273600.html) (última vez 15/11/2013)