FACULTAD DE HUMANIDADES
INSTITUTO DE HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGÍA

La inclusión de la Participación Ciudadana en los sitios web de los ocho Partidos Políticos chilenos con presencia nacional, Enero 2009 – Marzo 2009

Memoria de Grado para optar al Grado de Licenciado en Sociología y Titulo Profesional de Sociólogo

RENATO HERNÁN MERCADO CASTILLO

Profesora Guía:
María Eugenia Domínguez

SEPTIEMBRE, 2010

Agradecimientos y Dedicatoria

A ti, a él, a ella, a nosotros, a ellos, a usted, a ustedes, a ellas, a esos y a esas; a cuantos corresponda, en el sentido en que corresponda, en la medida en que corresponda.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo investigar el tipo de uso de las tecnologías de la Web 2.0 por parte de los ocho partidos políticos chilenos con presencia nacional, como indicador de un tipo de concepción de la relación de éstos con la ciudadanía. Se trata de un tema que inevitablemente abre una discusión respecto de la participación ciudadana, la llamada crisis de representatividad de los partidos políticos, el uso y la ocupación de Internet, la democracia y el espacio público.

Se trata de un tema aún poco explorado y que implica enfrentar una serie dificultades en el plano metodológico. Con ello en mente, la metodología diseñada corresponde a una aplicación de la técnica de análisis de contenido, entregando datos relevantes con respecto al tema a estudiar. Dichos datos nos llevan posteriormente a una discusión con respecto al poco uso de tecnologías Web 2.0 por parte de los partidos, las posibilidades no exploradas por los partidos y la potencia de Internet como elemento democratizador.

Los resultados apuntan a una baja utilización de las tecnologías de la Web 2.0, en correlación con una forma de limitada y limitante de incluir a la ciudadanía en las acciones del partido, limitando no sólo al ciudadano no afiliado; si no que también, al militante del partido.

Esa baja inclusión permite leer un bajo interés de los Partidos políticos estudiados por ser representantes de la ciudadanía a la cual deben su rol e importancia en el sistema democrático representativo. Debemos, sin embargo, evitar el la tentación de relacionar directamente el factor de uso de tecnologías con la participación ciudadana. Sin lugar a dudas, el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación servirá para, de una u otra forma, integrar a la ciudadanía y hacerla partícipe del sistema de partidos; mas ello no basta para que podamos hablar de participación ciudadana, antes bien, será necesario que exista un cambio de paradigma desde los partidos políticos y desde los ciudadanos: los unos comprendiendo el valor del accionar ciudadano y los otros asumiendo que son los originales detentores del poder.

PALABRAS CLAVE

Internet, Participación ciudadana, Partidos políticos, Web 2.0

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN ..... **II**

PALABRAS CLAVE ..... **II**

TABLA DE CONTENIDOS ..... **III**

SIGLAS ..... **VI**

1.- INTRODUCCIÓN **1**

2.- PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA **4**

2.1 ANTECEDENTES **4**
2.1.1 WEB Y POLÍTICA 4
2.1.2 UN EJEMPLO DE INTERNET Y POLÍTICA EN CHILE 7
2.1.3 LA PENETRACIÓN DE INTERNET EN CHILE: EL INFORME WIP 8
2.1.4 WEB 2.0, PARTIDOS POLÍTICOS Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA 9
2.2 JUSTIFICACIÓN **12**
2.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN **13**

3.- OBJETIVOS **14**

3.1 OBJETIVOS GENERALES **14**
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS **14**

4.- MARCO TEÓRICO **15**

4.1 DESARROLLO DE INTERNET **15**
4.2 DESARROLLO DE INTERNET EN CHILE **16**
4.3 INTERNET COMO UN NUEVO ESPACIO PÚBLICO **18**
4.3.1 EL APORTE DE HABERMAS 18
4.3.2 CRÍTICAS Y SALVEDADES 20
4.4 INTERNET Y POLÍTICA: DEMOCRACIA ELECTRÓNICA **23**
4.4.1 TIPOS DE DEMOCRACIA ELECTRÓNICA 23
4.4.1.1 Elementos básicos de los modelos de democracia electrónica 24
4.4.1.2 Cuatro modelos 26
4.4.1.2.2 La democracia demo-elitista 27
4.4.1.2.3 La democracia neo-republicana 27
4.4.1.2.4 La ciberdemocracia 28
4.4.1.3 Martin Hagen: otros tres modelos de democracia electrónica 29
4.4.1.3.1 Teledemocracia 30
4.4.1.3.2 Ciberdemocracia 31
4.4.1.3.3 Democratización electrónica 32
4.4.2 GOBERNANZA Y GOBERNANZA EN RED 33
4.5 DOS FORMAS DE PARTICIPACIÓN: PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA **34**
4.5.1 PARTICIPACIÓN POLÍTICA 34
4.5.2 PARTICIPACIÓN CIUDADANA 35
4.5.3 PARTICIPACIÓN CIUDADANA E INTERNET 35
4.6 LA WEB 2.0 ..... **36**
4.6.1 ¿QUÉ ES REALMENTE LA *WEB 2.0* Y QUÉ SIGNIFICA? 36
4.6.2 CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES 39
4.6.3 LAS REDES SOCIALES 39

4.6.4 La web para todos 41
4.7 Los Partidos Políticos 42
4.7.1 Origen Histórico 42
4.7.2 Definiciones y limitaciones 43
4.7.3 La crisis de la representatividad y los desafíos que presenta 45
4.8 Los Partidos políticos Chilenos 46
4.8.1 Desarrollo Histórico 46
4.8.2 Los Ocho Partidos con presencia nacional 48
4.8.2.1 Partido Comunista de Chile (PC) 49
4.8.2.2 Partido Demócrata Cristiano (DC) 49
4.8.2.3 Partido Por la Democracia (PPD) 49
4.8.2.4 Partido Radical Socialdemócrata (PRSD) 50
4.8.2.5 Partido Regionalista de los Independientes (PRI) 50
4.8.2.6 Partido Socialista de Chile (PS) 50
4.8.2.7 Renovación Nacional (RN) 50
4.8.2.8 Unión Demócrata Independiente (UDI) 50

5.- MARCO METODOLÓGICO 52

5.1 Naturaleza de la Investigación 52
5.2 Tipo de Investigación 54
5.3 Diseño Muestral 54
5.4 Técnicas de Producción de la Información 55
5.4.1 Conceptos y características a observar 55
5.4.2 Screenshot o Screencapture 57
5.5 Técnicas de Análisis de la Información 58
5.5.1 Análisis de Contenido: contextualización y definiciones 58
5.5.1.2 Usos del Análisis de Contenido 60
5.5.1.3 Tipos de Análisis de Contenido 61

6.- RESULTADOS 63

6.1 Descripción y Contraste de los sitios Web estudiados 63
6.1.1 Partido Comunista de Chile (PC) 63
6.1.2 Partido Demócrata Cristiano (DC) 64
6.1.3 Partido por la Democracia (PPD) 65
6.1.4 Partido Regionalista de los Independientes (PRI) 67
6.1.5 Partido Radical Socialdemócrata (PRSD) 68
6.1.6 Partido Socialista de Chile (PS) 69
6.1.7 Renovación Nacional (RN) 71
6.1.8 Unión Demócrata Independiente (UDI) 72
6.2 Caracterización de los espacios orientados a la Participación ciudadana en los sitios Web estudiados 74
6.2.1 Aspectos Colaborativos y sociales de la Red 74
6.2.2 Fomento de la Participación 78
6.2.3 Amigabilidad, facilidad en el uso y agilidad en la búsqueda de información 78
6.2.4 Control de la información por parte de los usuarios 79
6.2.5 Capacidad de la "cultura del *remix*" 79

7.- CONCLUSIONES 80

7.1 Crisis de Representatividad 81
7.2 Internet como nuevo Espacio Público 82
7.3 Espacio Público y Democratización Electrónica 84
7.4 Democratización Electrónica y Gobernanza en Red 86
7.5 Posibilidades, limitaciones y proyecciones 87
7.6 Post Scriptum 93

REFERENCIAS..... 95

LIBROS 95
DOCUMENTOS EN LÍNEA 98
PONENCIAS, DISCURSOS Y SIMILARES..... 99
PUBLICACIONES PERIÓDICAS 99
PUBLICACIONES PERIÓDICAS EN LÍNEA 100

ANEXOS.....I

TABLAS

Tabla 1: Elementos Básicos de las tipologías de Democracia Electrónica 25
Tabla 2: Tabla resumen conceptos planteados por Hoff, Horrocks, Tops 29
Tabla 3: Tabla resumen conceptos planteados por Martin Hagen 32
Tabla 4: Tabla resumen de los Partidos políticos con presencia nacional 49
Tabla 5: Matriz de observación 56

IMÁGENES

Imagen 1: screenshot del sitio web del PC..... 63
Imagen 2: screenshot del sitio web del PC..... 64
Imagen 3: screenshot del sitio web de la DC 65
Imagen 4: screenshot del sitio web de la DC 65
Imagen 5: screenshot del sitio web del PPD 66
Imagen 6: screenshot del sitio web del PPD 67
Imagen 7: screenshot del sitio web del PRI 67
Imagen 8: screenshot del sitio web del PRI 68
Imagen 9: screenshot sitio web del PRSD..... 69
Imagen 10: screenshot del sitio web del PS 70
Imagen 11: screenshot del sitio web del PS 70
Imagen 12: screenshot del sitio web de RN 71
Imagen 13: screenshot del sitio web de RN 72
Imagen 14: screenshot del sitio web de la UDI..... 73
Imagen 15: screenshot del sitio web de la UDI..... 73

SIGLAS

- ARPANET: *Advanced Research Projects Agency Network*
- ANI: Alianza Nacional de los Independientes
- CC: *Creative Commons*
- DC: Democracia Cristiana
- ETA: *Euskadi Ta Askatasuna* (País Vasco y Libertad)
- EZLN: Ejercito Zapatista de Liberación Nacional
- FONDEF: Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico
- IP: *Internet Protocol*
- LAPOP: *Latin America Public Opinion Project*
- MILNET: *Military Network*
- NSFNET: *National Science Foundation's Network*
- OMC: Organización Mundial de Comercio
- ONG: Organización No Gubernamental
- PAR: Partido de Acción Regionalista
- PC: Partido Comunista
- PPD: Partido Por la Democracia
- PRI: Partido Regionalista de los Independientes
- PRSD: Partido Radical Socialdemócrata
- PS: Partido Socialista
- REUNA: Red Universitaria Nacional
- RN: Renovación Nacional
- RSS: *Really Simple Syndication*
- SERNAC: Servicio Nacional del Consumidor
- SERVEL: Servicio Electoral
- TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación
- UDI: Unión Demócrata Independiente
- UNESCO: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*
- WIP: *World Internet Project*
- WWW: *World Wide Web*

1.- INTRODUCCIÓN

En un periodo de nueve años Internet ha tenido un crecimiento del 362% de usuarios a nivel mundial, alcanzando casi al 25% de la población mundial y superando los 8 millones de usuarios en nuestro país[1]. Estas cifras nos ayudan a dimensionar la expansión de este espacio y el volumen de usuarios de Internet; como también nos obligan a reflexionar acerca de su impacto comunicacional. No solamente por el número de usuarios, sino también por las características inherentes a Internet: velocidad y ubicuidad.

Esta capacidad de impacto ha llamado la atención[2] del mundo académico, político y mediático, moviendo y transformando Internet en un tema de discusión cotidiana, incluyéndole y situándole como una tecnología necesaria y que debería estar al alcance de todos[3].

Esta presencia y la inclusión de Internet en las campañas políticas, de publicidad, entre otros, hacen de este dispositivo un campo de estudio interesante. Así tenemos que Internet y la inclusión de nuevas tecnologías de la información, el uso que de éstas se hace, los nuevos tipos de interacción social a través de ellas, sus usos y apropiaciones, son todos temas necesarios de estudio para entender los caminos por los que la sociedad actual se mueve.

Y es que cada vez son más los servicios entregados en la red, la incorporación de la tecnología en nuestra cotidianeidad aumenta, ocurriendo cambios como la reducción de las interacciones cara a cara, cambiando nuestras interacciones interpersonales al verse mediadas por una herramienta comunicacional nueva (Aliaga *et al* 2009), los sujetos comienzan a vivir más en la red, a utilizar sus diferentes posibilidades en lo cotidiano (desde pagar cuentas, contratar servicios, realizar reclamos, etc). La política es otro de los aspectos de la vida cotidiana que es afectado por esta avalancha de tecnología. Así los usos de los sitios dedicados a las comunidades también son ocupados en relación a distintos tipos de agrupaciones, campañas, etc. No obstante, pocos estudios muestran los usos que los Partidos políticos nacionales hacen de las herramientas presentes en Internet.

---

[1] http://www.internetworldstats.com/stats.htm

[2] Ya en el año 2003 se realizó la primera Cumbre Mundial sobre la sociedad de la Información, en Ginebra.

[3] El parlamente Europeo considera a Internet como un Derecho fundamental de los ciudadanos, el gobierno de Finlandia defiende como un derecho constitucional el acceso de sus ciudadanos a Internet; en nuestro país el gobierno aplica masivamente campañas de alfabetización digital y aumenta la cantidad de trámites y papeleos que se pueden realizar en ciertos sitios gubernamentales, lo mismo hace la empresa privada al permitir el pago de deudas mediante sistemas “en línea”.

En nuestro país los estudios sobre este campo (nuevas tecnologías, Internet, etc) se están realizando poco a poco, obligando a los investigadores a trabajar de forma interdisciplinaria, enfrentándose a un campo distinto a lo conocido hasta ahora (con diferentes normas temporales, espaciales, de interacción, de fijación y permanencia en el espacio, etc).

El presente trabajo se enmarca dentro de un esfuerzo mayor; es el primer paso en lo que, pretendo, sea un estudio de mayor amplitud y calidad. Para desarrollar este estudio me centré en la tensión entre Participación ciudadana y democracia, tratando de abordarla desde la perspectiva de las nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información, específicamente desde las nuevas formas de utilizar Internet, es decir la Web 2.0. En esta misma línea fue que comencé a articular esta observación relacionándola con el fenómeno de la crisis de representatividad y sus posibles causas (planteadas desde diferentes postulados teóricos, ideológicos y políticos). Los partidos políticos se encuentran en el centro de los estudios que abordan la crisis de representación política, es por esto que opté por obsérvalos en este nuevo contexto tecnológico. El plantearme el uso de la Web 2.0 que hacen los ocho Partidos políticos chilenos con presencia nacional y lo que dicho uso expresa este uso respecto de su relación con la ciudadanía no fue una tarea sencilla.

Decidí centrarme en solamente esos ocho partidos ya que son los partidos que tienen posibilidades legales (junto con las económicas y las mediáticas) de poseer representantes en todas las regiones del país. Me enfoqué inicialmente solamente en sus portales web debido a que son la forma más rápida de encontrarlos en Internet; además de constituir la imagen oficial y la más clara señal de presencia del partido en Internet. Si bien esta decisión pareció acertada en su momento, no tardé en sentir la necesidad de extenderme a las Redes Sociales; sin embargo el análisis que realizo es ligero y queda como tarea pendiente un estudio más a fondo en el futuro.

Mi elección metodológica va de la mano con ciertas dificultades para abordar el corpus a trabajar. El análisis de contenido me brinda la libertad suficiente para poder trabajar y la rigurosidad necesaria para hacer de mi trabajo un trabajo de investigación válido.

Sin embargo el corazón de mi trabajo se encuentra en los análisis y discusiones posteriores a la recolección de datos y presentación de resultados.

A mi parecer lo más destacable del presente trabajo es el analizar lo que la arquitectura y discurso de los sitios web estudiados, expresan acerca de la participación ciudadana. Este análisis, y discusión, abre una serie de temas que es posible traer a colación para obtener resultados más ricos y trascendentes. Temas como la legitimación o relegitimación del sistema representativo ante los ojos de los ciudadanos, el cómo mejorar este sistema, el empoderar a diversos actores sociales con la esperanza de romper con la desigualdad política y la falta de recambio en las cúpulas directivas de los Partidos políticos, la mejora del sistema de administración pública, etc.

Todos los anteriores son tópicos de estudio que las ciencias sociales han tratado con anterioridad; mas ahora es necesario verlos en un medio nuevo, que cambia casi a diario y en el cual existen reglas de espacio y tiempo que escapan a la lógica tradicional de comunicación.

El trabajo de campo fue realizado durante el periodo Diciembre de 2008 y Marzo de 2009; posterior a esa fecha nos fue posible asistir a un cambio en el uso de Internet por parte de los Partidos políticos (tanto de aquellos que era sujetos de nuestro estudio, como otro tipo de movimientos políticos que podemos calificar como candidaturas emergentes). Por motivos temporales no considero esos cambios en mi trabajo de investigación, no me era ya posible seguir aumentando o modificando mi corpus, resultaba obligatorio limitar la extensión de mi investigación.

Esta tesis de grado aspira a ser un aporte al campo y al acervo intelectual tanto de la sociología como de las ciencias sociales en general, pretende ser un primer paso en aras de un trabajo mayor y de mejor calidad, ambiciona proponer un tema nuevo para la curiosidad de otros cientistas sociales y anhela servir como punto de discusión para todos aquellos que intenten acercarse a este campo interdisciplinario de estudio.

2.- PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

Para entender el fenómeno a estudiar resulta obvia la necesidad de presentarlo y presentar su contexto: Internet, su presencia en nuestro país y su vinculación con la política. De la misma forma considero útil el entregar información concerniente a los partidos políticos y a la participación ciudadana, elementos que sirven para situar el presente estudio a un nivel sociológico relevante.

La necesidad de situar el tema a un nivel de estudio sociológico no viene dado solamente por las necesidades formales de una memoria de grado que permita optar al titulo de sociólogo, también responde a un vacío en el campo. Existe en la actualidad áreas en las que las ciencias sociales han hecho poco acto de presencia; debido a la rapidez con que dichas áreas se desarrollan, velocidad que limita la capacidad explicativa de cualquier estudio[4].

2.1.1 Web y Política

Las elecciones presidenciales de Estados Unidos han demostrado un cierto grado de maduración de la ocupación política de Internet. Donaciones millonarias, debates vía *chats*, foros, *blogs*, comunidades virtuales, marketing viral, *YouTube* y promociones en línea, han tensionado el uso de Internet como espacio político en un contexto en que el número de votantes va disminuyendo[5].

Este uso de Internet no es un proceso que surja de la noche a la mañana, existe toda una trayectoria por parte de los movimientos políticos en cuanto al uso y apropiación de nuevas tecnologías de la comunicación; esta lógica se debe a mi parecer a que los movimientos políticos nuevos carecen del apoyo y respaldo de los grandes conglomerados comunicacionales (ya sea por un tema de lineamientos ideológicos, barreras económicas de uso, etc).

En los últimos 20 años podemos destacar cuatro movimientos que se valieron de algunas nuevas tecnologías de comunicación para aumentar su radio de acción e influencia.

El primero de ellos es el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), el cual se encuentra activo desde 1983. El EZLN se ha caracterizado por usar telefonía celular, cámaras fotográficas, grabadores de audio y video, equipos

[4] Uso mi propia experiencia como ejemplo: para el momento de finalizar la recolección de datos (Marzo de 2009), diversos hechos pueden haber forzado cambios en el campo a estudiar, haciendo ver este estudio como algo no apegado a la realidad.

[5] Según el SERVEL el número total de inscritos en el periodo 2006 – 2008 bajó un 1,6%; y en el tramo etáreo 18 – 19 se observó una caída del 55,36%

electrónicos de comunicación y (por supuesto) computadores para establecer comunicaciones entre diversos grupos indígenas, descentralizar su organización, diluirse en las comunidades y lograr vínculos más fuertes y directos con diversas ONG y agrupaciones ciudadanas. Se considera que el EZLN creó una nueva forma de lucha denominada *Netwar Social*[6], este es básicamente un modelo que usa la capacidad de comunicación que entregan las nuevas tecnologías para fortalecer los lazos entre comunidades y al interior de la organización y diluir la cadena de mando tradicional.

El segundo movimiento que podemos mencionar es el de las protestas de Seattle contra la Cumbre de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1999. Las manifestaciones fueron organizadas a nivel nacional usando telefonía celular, correos electrónicos, publicidad en sitios web, y otros medios que se consideraban de uso masificado en la sociedad norteamericana. Sin embargo para buscar adherentes extranjeros el medio principal fue Internet. Las manifestaciones de Seattle dieron paso a un nuevo modelo de organización y uso de Internet. Por una parte se logró unificar a diversos movimientos que hasta ese momento se consideraban antagónicos, y por otra parte se fomentó el surgimiento y uso de redes de comunicación ajenas a los conglomerados informativos dominantes: la *Indymedia*[7].

Un tercer movimiento es el que siguió de los atentados terroristas en España el 11 de Marzo de 2004. Los primeros comunicados del gobierno indicaban a ETA como autores de los atentados, mas pruebas posteriores demostraron que el gobierno sabía quiénes eran los reales autores del atentado (grupos extremistas islámicos) y sin embargo lo ocultó a la ciudadanía, para evitar conflictos. Mediante el uso de mensajes de texto vía telefonía celular se logró organizar una serie de manifestaciones en diversas ciudades españolas, para hacer patente a molestia ciudadana ante el engaño organizado por el gobierno.

El cuarto caso, más cercano temporalmente, es el éxito obtenido en las últimas elecciones norteamericanas por el partido Demócrata. Gran parte de su éxito se debió al uso que hicieron de las redes sociales ya existentes a escala mundial. Basta con revisar el sitio oficial del actual presidente de Estados Unidos[8]; en dicho sitio web se presentan vínculos a más de una docena de redes sociales y permitió que durante el periodo de campaña los mismos electores organizaran el trabajo y participaran activamente en ella. Según el sitio web Politics Online[9] y el

[6] http://es.wikipedia.org/wiki/Netwar_Social
[7] http://es.wikipedia.org/wiki/Indymedia
[8] http://www.barackobama.com
[9] http://www.politicsonline.com/

sitio de la cadena BBC[10], esto marcó la diferencia al incorporar servicios disponibles a todos los norteamericanos, haciendo sentir al elector como parte de un movimiento nacional.

Estos cuatro casos ejemplifican el cómo los medios de comunicación nuevos pasan de ser utilizados por grupos políticos minoritarios, nuevos o, simplemente, impedidos de usar los canales de comunicación y publicidad tradicionales (radios, medios de prensa impresos, televisión), a ser adoptados como campos y medios válidos por actores políticos más grandes y tradicionales.

El uso de la web que la política ha hecho en Chile se considera pionero a nivel latinoamericano (a la par con Argentina) (Goycoolea 2008). Sin embargo existe una brecha en cuanto al simplemente usar este espacio y usarlo en toda su capacidad. De esto da cuenta el artículo de Luis Goycoolea “Evaluación Web: los Partidos políticos reprueban en Internet”. En este artículo se realizan entrevistas destinadas a esclarecer el buen o mal uso que los sitios web de los Partidos políticos nacionales hacen de las herramientas tecnológicas puestas a su disposición. Carolina Strello, directora comercial de la empresa de estudios de mercado EBENCH sostiene: "Las páginas locales se caracterizan por sólo ser de carácter informativo, con material histórico, noticias y, en algunos casos, con multimedia" (*Ibid*).

El juicio es compartido por Patricio Corvalán (*Ibid*):

> "Cuesta encontrar razones que permitan entender por qué los Partidos políticos no saben utilizar Internet como método de propaganda. Salvo excepciones, como las páginas de Renovación Nacional, el Partido Radical Social Demócrata o los ecologistas, la generalidad asume esta vitrina como un largo enlace de documentos escritos, sin orden ni atractivo multimedial, como para permitir a un ciudadano detenerse a observar el contenido"

A este bajo atractivo debemos agregar lo revelado por el informe "The Internet Gains in Politics"[11], del PEW[12]. Este informe releja la realidad de Estados Unidos, mas nos sirve como punto de comparación a la realidad nacional. El informe del PEW nos muestra que un 24% de los estadounidenses se informaron sobre la campaña política del año 2008 a través de la web; mientras que en el 2004 la cifra fue de 13%. Un crecimiento de cerca del 85% solamente referido al medio usado para informarse con respecto a la campaña. Lo que más llama la atención es

[10] http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_7557000/7557972.stm y http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials/2008/eu_elecciones08/newsid_7679000/7679911.stm
[11] http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Internet-Gains-in-Politics.aspx
[12] El Pew Internet & American Life Project es uno de siete proyectos que conforman el Pew Research Center, una institución sin fines de lucro ni afiliaciones políticas que busca generar reportes periódicos acerca de cómo Internet afecta a las familias, comunidades, trabajo, educación, salud, vida política y civil de los norteamericanos.

el rol de Internet en los votantes jóvenes. Las comunidades virtuales como *MySpace* y *Facebook* se han convertido en la principal fuente de información de este segmento. El mismo informe del PEW muestra que un 42% de los jóvenes de entre 18 y 29 años se informaron sobre las elecciones a través de estas comunidades virtuales.

2.1.2 Un ejemplo de Internet y Política en Chile

Para Mayo del año 2008 los chilenos en *Facebook* sumaban más de 900 mil personas (Lorica 2008). De ese total, cerca de 1008 pertenecen al grupo creado por Renovación Nacional y 449 de ellos se encuentran vinculados a grupos de Jóvenes de Renovación Nacional, divididos en tres grupos distintos. Ese grupo de jóvenes no supera los 22 años en promedio y ya se encuentra en contacto directo con la dirigencia del partido[13]. Por otra parte figuras políticas más jóvenes, con candidaturas emergentes como es el caso de Marco Enríquez-Ominami cuenta con 112 grupos apoyándolo y un aproximado de más de diez mil adherentes. Este parece ser el espíritu que anima a la Democratización Electrónica: dinámica, rápida, directa; usando la web como medio para lograr una mayor comunicación, una reducción de la distancia entre representante y representado.

El presente estudio se centrará en los ocho partidos que cuentan con presencia en todo el territorio nacional. Esta presencia viene dada por el Servicio Electoral[14], en un listado actualizado al 27 de octubre de 2008 (Anexo 1); dicho servicio publica el listado de los Partidos políticos legalmente constituidos en nuestro país[15]. De los trece partidos existentes solamente ocho se encuentran legalmente constituidos en todas las regiones del país, es decir que pueden presentar candidatos a cargos públicos a lo largo de todo el país.

Centraremos nuestra atención principalmente en los sitios web de estos ocho partidos, principalmente debido a que son éstos los que se presentan como la imagen visible y oficial de los partidos políticos. Dicha elección cierra las posibilidades de esta investigación de internarse en redes sociales (*Facebook*, *Twitter*, etc), publicaciones personales (*blogs*, *wordpress*, etc) y cualquier otra forma de hacer presencia en la web. Sin embargo lo anterior, si resulta necesario el observar si los partidos políticos tienen o no presencia en las áreas recién nombradas con el fin de saber con qué tanta holgura y profundidad usan las herramientas presentes en Internet.

[13] Según los propios grupos de *Facebook* informan en sus páginas.
[14] http://www.servel.cl
[15] http://www.servel.cl/servel/Controls/Neochannels/Neo_CH306/deploy/FechaPartidos.pdf

2.1.3 La Penetración de Internet en Chile: el informe WIP

El informe WIP (*World Internet Project*) es un estudio que busca determinar el aprovechamiento que hacen de Internet y las TIC los individuos y empresas chilenas, para luego realizar una comparación a nivel mundial. Según el informe emitido el año 2006 en nuestro país casi un 80% de individuos tenían algún tipo de contacto con Internet[16].

Los resultados de la encuesta WIP muestran en nuestro país que, tanto usuarios como no usuarios, consideran Internet como una fuente importante o muy importante de información, con cifras aún más altas que las registradas por los medios de prensa tradicionales (radio, televisión y diarios); las cifras en no usuarios alcanzan el 63% en contraste con un 53% y 54 % obtenidos por los diarios y la televisión respectivamente (WIP 2006).

Las principales brechas en el acceso a Internet se dan por edad y por nivel educativo. Los más viejos de hoy acceden poco a la red y es poco probable que se incorporen; están excluidos principalmente porque jamás aprendieron a usarla. Pero quienes serán viejos en el mañana sí podrán conectarse debido a que hoy son jóvenes y ya están usando Internet.

En tanto, la brecha educativa es difícil de resolver: los menos educados no acceden a la red debido no sólo a que carecen de ingresos para pagar una conexión, sino también porque no aprendieron a manejar esta herramienta.

Al igual que en países avanzados, en Chile la proporción de usuarios que se conecta desde sus hogares aumentó del 21% al 28% (*Ibid*), lo cual permite un uso más intensivo de la tecnología.

Con respecto a la relación entre Internet y política, el informe WIP presenta que el porcentaje de usuarios (de diferentes países sometidos a este estudio) que considera que aumentó su contacto con personas con quienes comparten intereses políticos (Anexo 2) es más alto en Irán (23,8%) y China (16,3%) que en otros países (por ejemplo Suecia con 2,8%). Esto puede interpretarse como una saludable muestra de civismo en esos países dadas las restricciones existentes en los canales más tradicionales de participación política. Sin embargo, quienes consideran que este contacto es igual que antes son más: el 64,3% de los usuarios en Irán, el 71,3% en China, el 84,9% en la República Checa, el 76,8% en Estados Unidos, el 86,5% en Chile (datos 2004), el 90,2% en Hungría, el 75,8% en España y el 80,4% en Suecia.

[16] Monitoreando el futuro digital: resultados de la encuesta WIP-Chile 2006, 2006

Por otra parte al observar más en detalle las expectativas políticas de los usuarios y compararlas con las de los no usuarios surgen rasgos interesantes. Se puede ver que los no usuarios son más optimistas que aquellos que son usuarios con respecto a cuatro afirmaciones específicas por las cuales fueron consultados en la encuesta WIP: influiremos más en el gobierno, funcionarios considerarán más lo que pensemos, entenderemos mejor política, tendremos más poder político (Anexo 3). Pareciera que, al igual como sucedió con las esperanzas cifradas en la telegrafía, la radio o la televisión, las esperanzas de los no usuarios disminuyen en cuanto se convierten en usuarios; ya que logran ver el uso real que se da al medio: sus beneficios, desventajas y limitaciones.

2.1.4 Web 2.0, Partidos políticos y Participación ciudadana

Las nuevas tecnologías afectan nuestra vida cotidiana, la llamada Web 2.0 no es distinta y sus efectos se ven en nuestra forma de usar, interactuar y operar en Internet.

La Web 2.0 es un concepto y tendencia, diferenciado esencialmente en la forma en que los contenidos del sitio se generan y administran. En la Web 2.0 los contenidos del sitio ya no son creados únicamente por el webmaster o editor del sitio para que los visitantes y usuarios se limiten sólo a consultarlos, descargarlos o leerlos; al contrario, la Web 2.0 está basada en una colaboración y desarrollo mutuo de los contenidos del sitio. En este modelo colaborativo destaca la acción conjunta de los visitantes y usuarios junto con la de los webmasters o moderadores del sitio.

Por tanto cualquier sitio de Internet que cumpla con esta característica esencial puede considerarse un sitio Web 2.0, independientemente de la tecnología que utilice y del diseño gráfico que posea.

Al revisar la bibliografía referente a la Web 2.0, destaca el nombre de Tim O'Reilly como el autor de mayor aceptación e influencia en lo referente a este tema. En su documento del año 2005 "What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software" O'Reilly nos presenta cinco características esenciales de la Web 2.0:

1. Aspectos colaborativos y sociales de la red: el acento está puesto en el usuario.
2. Fomenta la participación.
3. Sitios amigables, de fácil uso y localización de la información.

4. Los usuarios controlan la información; es decir, deciden que aspectos del sitio web se deben mantener y cuál no, manejan la información publicada en dicho sitio, etc.
5. Capacidad de la "cultura del *remix"*. El sitio esta construido para permitir a los usuarios tomar la información presente en él y modificarla, presentarla en otros sitios, etc.

La Web 2.0 plantea ciertas bases de democratización, busca eliminar el foco de poder centrado solamente en un productor y distribuidor; entregando herramientas a los usuarios y visitantes para participar en forma más o menos activa en el desarrollo del sitio. La Web 2.0 entrega herramientas a los usuarios que les permiten modificar el sitio mediante aportes individuales que terminan por constituir una modificación grupal.

Si el sistema político nacional emulara en pequeña medida estas características, es decir, si desplazara el foco de poder y las herramientas a los ciudadanos (o cumpliera con las promesas de representatividad en que se basa), podríamos tener un sistema más rico, con Partidos políticos con un marcado rol como portadores de las demandas ciudadanas. En ese tipo de escenario la participación ciudadana se conformaría como base del sistema político nacional, renovando el modelo de democracia representativa vigente.

El concepto de participación ciudadana es de difícil aprehensión. Sus limites y diferencias con otros modos de participación (política, social, etc) constituye una constante discusión para la Ciencia Política, y para todos los cientistas sociales interesados en el tema. Sin embargo, la mayor dificultad se encuentra en construir una definición lo suficientemente amplia para abarcar el fenómeno de manera integra; pero no tan amplia como para que se haga difuso y se confunda con otras formas de participación. En el presente estudio, he considerado un criterio que permite establecer ciertos límites bien definidos y que resulta operacional respecto de esta investigación.

La participación ciudadana, en este sentido, no implica la intervención directa de los ciudadanos en los asuntos del Estado. Más bien, se trata de influir en la dirección del los asuntos de Estado; sin constituirse en partido político. Usaremos como principal línea divisoria entre la participación ciudadana y la participación política, el acto de sufragio asociado a esta última.

En la actualidad, el rol central en la toma de decisiones gubernamentales se ha concentrado en los partidos políticos, limitando la acción de la ciudadanía a muy pocas instancias legalmente vinculantes.

Para una caracterización rápida y sencilla de los partidos políticos, seguiremos a David Easton[17] (1969); según quien los partidos políticos son instituciones que deberían constituirse como los principales transmisores de las demandas de la población hacia los poderes públicos. Sin embargo el modelo actual de representación y las políticas internas de cada partido, hacen de éstas instituciones herméticas, que han perdido parte del rol comunicador (*Ibid*). Al modelo de Easton le sumaremos otros aportes teóricos con el fin de enriquecerlo y, claro está, enriquecer la discusión teórica de mi trabajo.

En nuestro país los partidos políticos surgen durante la Independencia; en un principio con la separación de dos corrientes (realistas–independentistas), para luego dividirse en diversas corrientes (León 1971).

En 1924 se aprueba la ley de la Dieta Parlamentaria que remunera el trabajo legislativo. Es en este punto en que la política se profesionaliza en nuestro país (*Ibid*). La Dieta Parlamentaria busca entregar recursos a los representantes políticos como una forma de permitir la participación de todos los ciudadanos, sin importar su condición económica. Este hecho fue el que terminó por marcar una diferencia entre el grupo dirigente y el resto de la ciudadanía; diferencia que con el paso de los años se fue haciendo más notoria (debido a la diferencia de ingresos, crisis políticas, caudillismos, etc).

Con el paso de los años el modelo de democracia representativa se ha ido desgastando, la imagen de representantes se ha ido dañando y se habla de una crisis de representatividad.

En estos momentos son pocas las voces que se atreverían a negar una crisis de representatividad; las explicaciones que se dan para este hecho son las que difieren. Para Touraine (1992), la base misma de la política representativa se haya dañada; en gran medida porque en la actualidad ningún grupo se puede presentar como portador de los intereses generales de la sociedad (poco importa si llamamos a ésta “nación” o “clase”). Para Giddens (1996) la principal causa de la crisis de representatividad se debe a una igualación en el manejo de la información. El Estado y los actores gubernamentales no tienen ya un dominio de la información separado y superior del resto de la población. Es decir que ni los partidos ni el Estado poseen el monopolio de la información política, este fenómeno daña las formas de representación y de legitimidad en el que los Partidos políticos se sustentaban.

[17] Politólogo canadiense. Su gran aporte es la aplicación de la Teoría de Sistemas al estudio de los Partidos políticos.

Al considerar a los partidos políticos como las instituciones transmisores por excelencia de las demandas de la comunidad a los poderes públicos, logramos comprender que en este rol transmisor es necesaria la participación ciudadana; forma esencial de expresión de las necesidades del grupo de representados. Sin embargo, como bien indicaba Easton (1969), el desarrollo de los Partidos políticos como instituciones herméticas los ha llevado a perder en parte este rol transmisor.

La Web 2.0, se nos ha presentado como una forma de romper este hermetismo. Hasta ahora todos los bandos políticos se han tomado de este concepto (Internet y Web 2.0) cargándola de promesas; pero no necesariamente utilizándola (como se muestra en los resultados de este estudio). El Gobierno ha empezado una política apuntando a la transparencia usando como herramienta principal Internet, se han creado oficinas destinadas a recoger reclamos y sugerencias[18] y los partidos de oposición intentan hacer uso de las redes sociales de Internet como una herramienta para marcar una diferencia y mostrarse como más cercanos a los votantes. Este uso de Internet da la impresión de que realmente ésta se asemeja a las plazas públicas de la Edad Media, a la noción de espacio público que plantea Jürgen Habermas; y, más impresionante aún, los Partidos políticos y los entes gubernamentales parecen percibirlo así; al usar este campo y ponerlo como parte de su discurso acerca de los avances del Estado.

2.2 Justificación

Esta investigación no busca discutir ni reformular todas las aristas de la relación entre Internet, Política y Partidos Políticos. Mi pretensión es sentar las bases de un trabajo más amplio relacionado con la discusión acerca de la representación política, la propaganda electoral y las modificaciones que Internet ha traído en la publicidad en general y en la opinión pública, etc.

El estudiar qué características de la Web 2.0 podemos encontrar en los sitios de los partidos políticos nos permitirá observar, en una de las caras de los partidos, la centralidad que otorgan a las herramientas que pueden ayudar a obtener una mayor participación ciudadana; que permiten una mayor inclusión de la ciudadanía en las acciones de los partidos políticos.

Internet ha alcanzado una gran penetración en nuestra sociedad poniendo a disposición de todos los usuarios un gran número de aplicaciones y servicios. Esta presencia y prestaciones han cambiado nuestra forma de interactuar. Trabajos

[18] La OIRS: Oficina de Informaciones Reclamos y Sugerencias

como el WIP[19], Internet World Stats[20], los desarrollados por la Fundación Eroski[21] y un gran número de memorias, tesis y documentos redactados sobre el tema[22], indican la existencia de un fenómeno de amplios efectos y ramificaciones; que, como tal, merece ser estudiado con mayor detalle por la Sociología.

Como indica el primer párrafo de esta sección, este trabajo plantea el inicio de una labor más amplia, que me llevará a estudiar el fenómeno de Internet en relación (o en su aplicación) con la arena política y los Partidos políticos. En este campo Internet hace compleja la aplicación de los conceptos tradicionales que se manejan en el tema: espacio público, opinión pública, representación política, propaganda electoral, agenda pública, etc. Muchas de estas discusiones ya se están dando; pero siempre es posible agregar algo nuevo.

2.3 Pregunta de Investigación

¿Cuál es el uso de la Web 2.0 que hacen los ocho Partidos políticos chilenos con presencia nacional y qué expresa este uso respecto de su relación con la ciudadanía?

---

[19] http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20080418/asocfile/20080418230431/wip_chile_2006_informe_final_en_pdf_ok.pdf

[20] http://www.internetworldstats.com/

[21] http://www.fundacioneroski.es/

[22] En nuestra propia Universidad el tema ha sido tratado desde distintas perspectivas: derecho, comercio, arquitectura, educación, etc.

3.- OBJETIVOS

3.1 Objetivos Generales

Describir el uso de la Web 2.0 que hacen los ocho partidos políticos chilenos con presencia nacional y lo qué este uso expresa respecto de su relación con la ciudadanía.

3.2 Objetivos Específicos

a) Describir los sitios web de los ocho partidos políticos con presencia nacional.
b) Contrastar las características de estos sitios con las definidas por la Web 2.0.
c) Caracterizar los espacios orientados a la participación ciudadana en éstos sitios web.
d) Analizar las concepciones de participación ciudadana desde lo expresado en la arquitectura y el discurso establecido en los sitios web de los ocho partidos políticos con presencia a nivel nacional.

4.- MARCO TEÓRICO

4.1 Desarrollo de Internet

Lo que se conoce hoy en día como Internet surgió a comienzos de los años ‘60 en Estados Unidos como una forma de comunicación dedicada exclusivamente al uso militar en el hipotético caso de un ataque ruso, esto en medio de la lógica de la Guerra Fría. El objetivo era que se pudiese obtener acceso a información militar desde cualquier punto del país.

La primera red se denominó ARPANET y fue creada en 1969, teniendo en primera instancia cuatro computadores conectados a ella. Dos años más tarde, el número de ordenadores conectados a ARPANET subió a cuarenta alrededor del territorio estadounidense. Posteriormente, en 1972, se inventó una de las aplicaciones más relevantes y que hasta el día de hoy continúa siendo utilizada: el correo electrónico.

Los usos militares luego fueron desligados de esta primitiva red, y Estados Unidos creó una red exclusiva para uso militar llamada MILNET. Al mismo tiempo, la Fundación Nacional de Ciencias de los Estados Unidos de Norteamérica crea una propia red informática llamada NSFNET, a la cual integra ARPANET y se crea así una gran red con propósitos académicos y científicos.

Ya en 1985 Internet se sustentó como una tecnología establecida, aunque conocida y accesible por pocos. La interconexión entre los diversos sistemas de correo demostraba la utilidad de las comunicaciones electrónicas entre personas.

A la vez que se desarrollaba ARPANET, un protocolo de traspaso de información distinto se estuvo investigando: el Protocolo TCP/IP, el cual en el año 1990, reemplazó a la ARPANET. Este protocolo tuvo la ventaja de que permitía que la información no se cruzara debido al IP: el IP es un número que se le asigna a cada computador que se conecta a la red y funciona a modo de número telefónico. Ese mismo año, un investigador llamado Robert Caillau decide llamar al sistema World Wide Web (WWW) o “telaraña mundial”, como se conoce actualmente.

La nueva fórmula permitía vincular información en forma de códigos lógicos a través de las redes. El contenido se programaba de tal forma que cada parte podía ser “traducida” por medio de un intérprete que leyera etiquetas dentro del código lógico. Tal intérprete sería un programa de computador capaz de leer esas etiquetas para desplegar la información y es lo que se conoce como “navegador” de Internet o en inglés *browser*. Un ejemplo de cómo funciona es que

un computador envía una fotografía a otro, el cual recibe pequeños paquetes de información en su IP (o "número de teléfono") que al leerlos en conjunto despliegan en la pantalla la imagen de la fotografía.

En 1993, Marc Andreessen creó la primera versión de un navegador llamado Mosaic, el cual permitió acceder con mayor facilidad a la WWW y una apertura a los legos. Poco después, el mismo Andreessen fue quien encabezó la creación del antiguo navegador Netscape.

Durante esos años en adelante, los investigadores se preocuparon de encontrar una forma de buscar información que hiciera más fácil el acceso por medio de los navegadores. Es lo que conocemos como "buscador". En un comienzo existían los directorios, que eran páginas que funcionaban como guía telefónica y ordenaban enlaces de sitios web que tuviesen temáticas similares. Uno de los primeros buscadores fue WebCrawler y permitía buscar títulos de páginas web. Luego salió Lycos, Yahoo, Altavista, etc. llegando hasta el hoy en día popular Google, que permite encontrar sitios de acuerdo a la relevancia que tienen.

A la fecha, Internet ha desarrollado diversos usos desde su primera aplicación de correo electrónico. Videojuegos en línea, aplicaciones para compartir música y diferentes archivos, bibliotecas electrónicas de todas partes del mundo, foros de discusión de temáticas altamente técnicas así como también triviales, promoción de productos de empresas, redes de contacto, información de corporaciones, investigaciones, publicidad, comunicación en tiempo real en línea, etc., cuestiones a las cuales prácticamente cualquier persona con conexión a la red puede acceder e incluso ser gestor de su propio sitio web con el tema que desee.

4.2 Desarrollo de Internet en Chile

Los primeros antecedentes de la red en Chile se remontan a inicios de los años ochenta, aunque fue en 1986 cuando se logró dar el paso concreto para establecerla en el país. Gracias al aporte de la empresa NCR, que donó dos máquinas y una línea telefónica directa para conectar a las universidades de Chile y Santiago, se consiguió el primer enlace. Ese mismo año hubo otro avance. La empresa IBM y los Académicos Asociados[23] resolvieron conectar a la red todas las universidades del país, incluyendo sus bibliotecas y centros de investigación, quedando motivados para, a futuro, conectarse con otros países.

Entre 1987 y 1991 Chile vivió un proceso de enorme aumento que triplicó su tráfico de información (la cantidad de usuarios y de horas de uso). Incluso, su

[23] Grupo conformados por algunas de las Universidades tradicionales más importantes (y de mayor tamaño) de Chile

promedio fue superior al de otros países. Con el paso de los años la funcionalidad se expandió a distintos ámbitos y las empresas privadas comenzaron a cubrir las conexiones. Así, salió del campo académico y se produjo una explosión dirigida a todos los niveles.

A partir de 1994 comenzaron a verse diversas incursiones en la construcción de sitios Web, surgieron los primeros sitios chilenos (especialmente universitarios); lo que, tal vez, anunciaba la importancia que tendría en nuestro país Internet.

Para las Universidades chilenas, estar conectados a una red constituía un avance tecnológico importantísimo, ya que permitía a sus académicos y alumnos compartir y obtener información de manera eficaz y rápida. Siguiendo esta lógica, es que en 1991 las universidades chilenas aunaron esfuerzos por construir una red nacional, creando un proyecto denominado "Proyecto de Fortalecimiento de la Red Universitaria Nacional" (REUNA), el cual fue presentado al FONDEF, Institución encargada de fortalecer y aprovechar las capacidades de innovación científica y tecnológica de las universidades o centros de Investigación; pero fue rechazado ya que dicha institución solo promueve los proyectos de Universidad-empresa. Para salvar el proyecto REUNA se decidió modificarlo, ya no sólo abarcaría universidades sino que también otras instituciones.

A fines de 1997 había cerca de veinte mil usuarios conectados a Internet en nuestro país; en la actualidad contamos con más de ocho millones de chilenos conectados a Internet[24].

Las universidades, institutos profesionales y centros de estudios cada día priorizan el uso de Internet. Las labores de Docencia, Investigación y Extensión giran en torno a la red.

De igual forma, el Ministerio de Educación implementa computadores y conexiones en liceos y escuelas, lo que ha garantizado un acceso aún mayor por parte de la población chilena a esta herramienta tecnológica, posibilitando la obtención de información la cual antes difícilmente se podía conseguir. Esto permite la gestación de comunidades en línea que defienden posturas políticas, valores morales, e incluso, ha derivado en el surgimiento de un nuevo tipo de delito como es el crimen cibernético, generando la necesidad de crear en el año 2000 la Brigada Investigadora del Cibercrimen[25] con el fin de pesquisar los delitos cometidos por medio de la red.

---

[24] Internet World Stats (http://www.internetworldstats.com/stats10.htm)
[25] http://www.investigaciones.cl/paginas/brigadas/bg-bricib/bg-bricib.htm

A fines de 1997 había cerca de 20 mil usuarios conectados a Internet. A contar del año 2000 Internet ha experimentado un crecimiento del 376% en nuestro país[26], pasando de 1.757.400 usuarios a más de 8 millones registrados a Diciembre del año 2008.

Considerando la explosión en el uso de Internet y la facilidad con la cual se generan cambios es que el estudio de sus características actuales y el provecho que de dichas características hacen los partidos políticos se torna necesario.

El fenómeno de Internet debe también ser estudiado en relación con su aplicación en la arena política y los partidos políticos. En este campo Internet pone en situaciones difíciles a muchos de los conceptos tradicionales que se manejan en el tema: espacio público, opinión pública, representación política, propaganda electoral, agenda pública, etc. Por lo tanto retomar esos conceptos y ver que características posee en nuestro país (un país ya integrado a la red mundial) promete provechosos resultados.

4.3 Internet como un nuevo Espacio Público

4.3.1 El Aporte de Habermas

Si bien la relación medios-democracia es clara y necesaria para comprender el presente trabajo, más importante resulta observar los planteamientos de Jürgen Habermas y su noción de espacio público. Habermas lo define como la esfera intermediaria, que se constituyó históricamente, entre la sociedad civil y el Estado (Wolton 2001). El espacio público es el espacio accesible a todos los ciudadanos, en el cual se reúnen de manera pública para formular una opinión. Esta opinión "pública" se genera mediante el intercambio discursivo de posiciones razonables su carácter de "pública" le otorga el rol de un medio de presión de los ciudadanos contra el poder del Estado (*Ibid*.).

El espacio público es un espacio simbólico en el que los discursos de los diferentes actores se oponen y responden. Es un espacio que necesita tiempo para formarse, es fruto de diferentes circunstancias histórico-sociales, posee un vocabulario y una serie de valores en común (*Ibid*.). La formación del espacio público (como ya se indicó) requiere de tiempo, es por lo tanto fruto espontáneo de la sociedad y no responde a ordenes gubernamentales; mas, los gobiernos pueden facilitar o dificultar (y hasta impedir) su surgimiento y desarrollo (*Ibid*).

El espacio público representa a la democracia en pleno ejercicio: la expresión de opiniones, información, intereses e ideologías. Es a la vez el lazo

[26] Internet World Stats (http://www.internetworldstats.com/stats10.htm)

político que une a millones de ciudadanos y que los hace sentir participes de las decisiones y acciones políticas (*Ibid*.).

Habermas pone en la base de su espacio público la existencia de individuos autónomos, que creen en la argumentación y no en el enfrentamiento físico como mecanismo de resolución de conflictos (*Ibid*.). La confianza de Habermas en la autonomía y racionalidad de su actor le han valido importantes críticas; analizaremos éstas en un apartado especial más adelante.

Para trabajar mejor los conceptos habermasianos es necesario distinguir entre espacio común, espacio público y espacio político; y las conexiones entre éstos. Para ello seguiremos a Dominique Wolton y a su texto *Pensar la Comunicación*:

1. "El espacio común es el primer espacio. Lo simbolizan los intercambios comerciales, con el equivalente universal de la moneda como medio de compensar la heterogeneidad de las lenguas. Sin embargo con el comercio no solamente se intercambian bienes y servicios; sino también signos y símbolos que progresivamente tejen un espacio de familiaridad, y hasta de seguridad. La palabra "común" aparece en el siglo IX, procede del latín *communis* y está ligada a la idea de comunal y de comunidad. Un espacio común es a la vez físico, definido por un territorio, y simbólico, definido por redes de solidaridad.

2. El espacio público es al principio un espacio físico: el de la calle, de la plaza, del comercio y de los intercambios. Sólo a partir de los siglos XVI y XVII ese espacio físico se vuelve simbólico con la separación de lo sagrado y lo temporal, y el progresivo reconocimiento del estatuto de la persona y del individuo frente a la monarquía y el clero. Este movimiento ocupa fácilmente dos siglos. Es la definición de lo privado la que permite al espacio público dibujarse y asentarse. La palabra público aparece en el siglo XIV, del latín *publicus*: lo que afecta a "todo el mundo". Público remite a "hacer público", a publicar, del latín *publicare*. Esto supone una ampliación del espacio común y la atribución de un valor normativo a cuanto es accesible a todos. En el paso de lo común a lo público, se lee lo que será más tarde la característica de la democracia, a saber, la valorización del número de personas; el complemento, en cierto modo, del principio de libertad.

3. El espacio político surge del espacio público. En este espacio no se trata de discutir ni deliberar, sino de decidir y actuar. Siempre ha habido un espacio político. Simplemente, la especificidad de la política moderna democrática reside en la ampliación del espacio político, a medida que prosigue el movimiento de democratización. La palabra surge entre los siglos XIII y XIV, y viene del latín *politicus*, que toma de la palabra griega *politike* la idea esencial del arte de administrar los asuntos de la ciudad. Existe entonces no sólo un reto suplementario con relación al

> espacio público, que es el poder, sino también un principio de clausura más estricto ligado a los límites territoriales sobre los que se ejercen la soberanía y la autoridad". (Wolton, D. 2001, pags 393 -395)

Podemos resumirlo entonces a que el espacio común afecta a la circulación y la expresión; el espacio público, a la discusión; el espacio político, a la decisión (Wolton 2001). Hacer esta diferencia es importante para comprender la compleja relación histórico-social que el concepto de Habermas encierra.

La construcción teórica de Habermas toma ciertos conceptos kantianos para conformar su postura sobre el rol de la comunicación y los medios en la conformación de la opinión pública; el principal de estos conceptos kantianos es el de verdad (*Ibid*.).

Para Habermas la "verdad" es algo que se alcanza mediante el diálogo social y la aplicación de una serie de normas éticas en dicho diálogo (*Ibid*). Pero también Kant, dice Habermas, reconoce la importancia del público, de la instancia dialógica de los ciudadanos raciocinantes, para, situándose incluso encima de las leyes si es necesario, validar esta noción de "verdad", que sólo es, valga la redundancia, "verdad" en tanto coincide con el juicio del público libre y racional. La diferencia estribaría en que lo que para Kant es una condición necesaria para mostrar algo ya existente (la verdad), para Habermas es el proceso a través del cual se configura "una" verdad (*Ibid*). Resulta importante para mi rescatar el proceso de dialogo que menciona Habermas, es decir el sentido de "permanente construcción" que él le brinda a la verdad (*Ibid*.).

Las ideas expuestas por Habermas resultan centrales para entender el presente trabajo; sin embargo creo que es necesario hacer algunas salvedades a su construcción teórica.

4.3.2 Críticas y salvedades

Al momento de pensar en el carácter libre y racional del público me parece adecuado hacer referencia a elementos que atentan contra dichas características. Me refiero a temas como la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y las esperables mordazas que dicha situación pondrá sobre cierta información; junto al poder de los medios en cuanto grandes comunicantes (para Habermas no existen entes dialogantes con más influencia que otros): ya que suelen presentar consonancias (varios medios que coinciden en una mismo tema u opinión) y una omnipresencia de los medios en el espacio público.

Con respecto a esto último resulta interesante traer a colación la relación que Manuel Castells observa del campo político y los medios de prensa:

> “Debido a los efectos convergentes de la crisis de los sistemas políticos tradicionales y del espectacular aumento de la penetración de los nuevos medios, la comunicación y la información políticas han quedado capturadas en el espacio de los medios. Fuera de su esfera sólo hay marginalidad política. Lo que pasa en este espacio político dominado por los medios no está determinado por ellos: es un proceso social y político abierto. Pero la lógica y la organización de los medios electrónicos encuadra y estructura la política.” (Castells 2001, pág 344)

Castells expresa una clara relación entre medios y política una relación en la cual la política ha utilizado los medios para alcanzar un público más amplio; pero a la vez se ha visto capturada por ella e imposibilitada de encontrar nuevas vías de expresión y comunicación.

Volvamos a las críticas que nos es posible realizar a la teoría de Habermas. Por lo general se le critica que su sujeto hace referencia al hombre occidental y, con más precisión, europeo; que su sujeto es completamente independiente, que las discusiones se ganan mediante exposición de argumentos.

Por mi parte me sumo a estas críticas; ya que me parecen válidas y creo que es necesario matizar la teoría habermasiana con otros puntos de vista, en mi caso con la teoría de Noelle-Neumann.

Elisabeth Noelle-Neuman propone la teoría de la “Espiral del Silencio”, y me parece completamente valida para cubrir el vacío dejado por los postulados de Habermas. La teoría de la Espiral del Silencio pone el acento en el hecho de que los medios tienen una poderosa influencia sobre el público, en primer lugar porque se encargan de determinar los temas de debate y, sobre todo, porque sus opiniones sobre los asuntos públicos marcan tendencias de opinión. Noelle-Neumann propone, en cierto sentido, que los medios tienen un papel central en la tarea de formar opinión pública, generalmente favoreciendo las opiniones mayoritarias e incluso convirtiendo determinadas opiniones en mayoritarias (Noelle-Neumann 1995). Al mismo tiempo, ella rechaza la concepción clásica de la opinión pública, presentada como un proceso de debate público entre individuos libres y racionales. A su parecer esta realidad es inexistente, oponiéndose a los postulados de Jürgen Habermas:

> “Los intelectuales, fascinados por el ideal del individuo emancipado e independiente, apenas han caído en la cuenta de la existencia del individuo aislado temeroso de la opinión de sus iguales. Se han dedicado, por el contrario, a explorar otros muchos significados y dimensiones posibles del concepto, a menudo en estériles ejercicios académicos. Han investigado el contenido de la opinión pública, partiendo del supuesto de que versa sobre temas importantes, de “relevancia pública”. El aspecto psicosociológico de

> "público" parece haber sido prácticamente olvidado en todas las definiciones de este concepto formuladas en el siglo XX. Sin embargo, éste es el sentido que la gente percibe en su sensible piel social, en su naturaleza social." (Noelle-Neumann, 1995, pág 78)

Para Noelle-Neumann la opinión pública se debe entender como parte de un sistema de control social; como un mecanismo que reduce y/o anula toda aquella opinión minoritaria o disonante. La formación de la opinión pública se ve matizada por el miedo al aislamiento que sienten los sujetos. Una parte importante del público se une a toda aquella opinión que perciban como mayoritaria, sólo para evitar se marginado y aislado socialmente (*Ibid*).

El fenómeno antes descrito es el que se conoce como la Espiral del Silencio; bajo ese prisma la opinión pública se ve reducida a un grupo de opiniones que se perciben como mayoritarias, silenciando a las minoritarias. Esto genera la reducción del número de temas presentes en el debate público. Si bien es posible encontrar y generar cambios en la opinión pública, estos no son fruto de un debate público, racional y de sujetos autónomos; son el resultado de modificaciones en una serie de factores, de los cuales destacaré dos:

- La existencia de un "núcleo duro", que se resiste a la influencia de las opiniones mayoritarias. Este núcleo se convierte (en cierto sentido) en una vanguardia, que se muestra lejano a la opinión mayoritaria, sin importar el castigo social que ello implica. La explicitación continua de las opiniones de este grupo pueden llevar a un cambio en la opinión pública; pero también es posible que este grupo permanezca aislado y marginado de la discusión pública.

- En segundo lugar encontramos a los medios de comunicación. Junto a la opinión del entorno social, los medios son vistos por Noelle-Neumann como el otro factor de importancia en los procesos de formación y en un eventual cambio de la opinión pública. La opinión de los medios corresponde a la opinión institucional, oficial, a la opinión comúnmente considerada como "correcta", y su papel es tan importante que con el tiempo pueden cambiar incluso las opiniones mayoritarias de la gente, aun cuando estas sean contrarias.

Noelle-Neumann registra[27] que incluso en procesos electorales el efecto de la Espiral del Silencio puede provocar que, considerando un entorno mediático que se mueve en una misma dirección (la consonancia) con respecto a una postura o

[27] En su libro de 1995 titulado "La Espiral del Silencio: la opinión pública: nuestra piel social"

persona, los individuos sientan miedo de marginarse de la corriente dominante y que los que se encuentren alineados con la opinión mayoritaria tengan más facilidades para expresar sus ideas y puntos de vista.

Los postulados de Noelle-Neumann llenan en cierto sentido el vacío que la teoría habermasiana expresa; pero no hace que la noción de Espacio Público que Habermas construyó pierda sentido ni peso epistemológico.

Ahora bien, Internet posee las características expresadas por Habermas con respecto al espacio público: es, sin lugar a dudas, un espacio simbólico, que necesitó de tiempo para formarse y que posee un vocabulario[28] y unos valores comunes[29]. Es un espacio simbólico donde se oponen y se responden los discursos, gran parte de ellos son contradictorios y expuestos por diferentes actores (políticos, sociales, religiosos, culturales, intelectuales, etc.) que son parte de una sociedad.

Si bien Internet debe ser considerada como un Espacio Público, resulta difícil justificar su rol como Espacio Político, básicamente a que carece de un rol vinculante en la toma de decisiones: modificación de la agenda política, impulso de iniciativas legislativas, etc. Pero esa carencia puede verse revertida tal como algunos autores plantean bajo la idea de Democracia Electrónica.

4.4 Internet y Política: Democracia Electrónica

Para comprender las ideas básicas tras el concepto de Democracia Electrónica intentaré presentar las principales líneas de un marco conceptual que se desarrolla con fuerza desde principios de la década de los noventa.

4.4.1 Tipos de democracia electrónica

La democracia ha tomado distintos significados para diferentes autores, en distintos momentos. Yo seguiré a Robert Dahl, quien nos presenta cinco criterios básicos para considerar un sistema político como democracia (Dahl 1989):

i) la participación efectiva: la inclusión de los votantes en las decisiones del Estado, informando y consultando, se incluye aquí la elección de sus representantes.

ii) la igualdad política: igualdad de todos los ciudadanos a los ojos del cuerpo ejecutivo, voz y voto.

[28] Existen idiomas predominantes en Internet, sin embargo las discusiones de tipo local son siempre llevadas en el idioma local.

[29] Existen ciertas normas de comportamiento dentro de la web, junto con unos ciertos temas que se consideran intrínsecamente negativos o positivos (por ejemplo la pedofilia y la lucha contra la pobreza son ejemplos opuestos de dicho tipo de temas)

iii) el entendimiento ilustrado: conocimiento de las decisiones tomadas por las autoridades, y la posibilidad de obtener información con respecto a ella

iv) el control de la agenda por parte de los ciudadanos: rol activo de los electores, fiscalización de sus representantes, de sus dichos y mociones.

v) la inclusión o la garantía de una igualdad básica a nivel civil: igualdad de los ciudadanos a los ojos del dogma legal de la nación, respeto de sus garantías básicas legales y civiles (no discriminación, habeas corpus[30], etc)

Se torna necesario establecer una noción de democracia electrónica que nos permita guiar el presente texto. Siguiendo, nuevamente, a Dahl, entenderemos por "democracia electrónica" a todo aquel sistema político el cual, cumpliendo con las cinco condiciones antes enumeradas, se asienta fuertemente en la utilización de las redes digitales para llevar a cabo sus funciones clave, tales como la articulación de intereses, los procesos de toma de decisiones, y el intercambio de información entre actores (Dahl 1989).

4.4.1.1 Elementos básicos de los modelos de democracia electrónica

Podemos denominar a seis como los elementos esenciales para clasificar los distintos modelos de democracia electrónica: el grado de soberanía popular efectiva, la visión de la ciudadanía, el principio democrático fundamental, los procedimientos políticos, las dimensiones de participación, y la noción de tecnología (Del Álamo, Prats 2003). A continuación presentaré una breve noción general del significado de todos ellos.

El Grado de Soberanía Popular Efectiva: es una de las variables planteadas por Hagen (Hagen 1997). Realiza una distinción entre los sistemas en los que el pueblo decide de forma directa de aquellos en que lo hace de forma indirecta mediante la elección de representantes.

La Visión de la Ciudadanía: siguiendo a Held (Held 1987) podemos distinguir cuatro grandes categorías: republicana, liberal, comunitarista y social-demócrata. La visión Republicana enfatiza la función educativa e impulsora de la democracia en ejercicio de la ciudadanía, entendida sobretodo como participación política. Las tradiciones Liberal y Comunitarista hacen hincapié en el papel de la individualidad o el sentimiento de pertenencia a una comunidad diversa respectivamente; mientras que la visión Social-demócrata pone el acento en lo social o en la importancia que la ciudadanía da a la garantía de los derechos sociales (Del Álamo, Prats 2003).

[30] El ciudadano no puede ser objeto de arrestos arbitrarios.

Principios Democráticos: cada una de las visiones antes planteadas se ve ligada a una serie de Principios Democráticos sustentándolos y enfatizándolos. La visión Republicana destaca el valor de la participación política, así como de los derechos y deberes políticos. La visión liberal y la comunitarista ponen el acento en la libertad de elección y del bien común respectivamente. Finalmente, el principio que caracteriza a la visión social-demócrata es el de la igualdad de derechos de los ciudadanos (*Ibid.)*.

Procedimientos Políticos: los Procedimientos Políticos en los sistemas democráticos pueden verse afectados en cuanto a su interpretación y alcance; pero los fundamentales son (Hoff, Horrocks, Tops 2000):

a) aquellos encaminados a garantizar la igualdad en el acceso a influir en la política (por ejemplo, a elegir y ser elegido, a expresar las opiniones de forma libre o a disfrutar de determinados derechos sociales)

b) los que enmarcan el debate político y la toma de decisiones políticas (por ejemplo, las reglas mayoritarias, proporcionales, así como las pautas de argumentación)

c) aquellos que determinan las formas de rendición de cuentas y de control del gobierno y la burocracia (por ejemplo, los derechos de revisión de las decisiones administrativas por parte de los ciudadanos o la supervisión judicial de las decisiones gubernamentales)

d) los procedimientos encargados de garantizar unas condiciones mínimas de vida iguales para todos los ciudadanos (por ejemplo, aquellos que regulan el acceso a la educación, la salud o el trabajo).

Dimensión de Participación: no hace referencia sólo a la distinción entre democracia directa o representativa. Es posible diferenciar la participación en tanto capacidad de voz, de voto, de veto, de información, etc. (Sartori 1998).

La Noción de Tecnología: las diferentes teorías sobre la Democracia Electrónica encuentran en este punto su principal diferencia. Mientras para Hoff Horrocks y Tops la tecnología se define en gran medida según la construcción social de la misma, y de allí las diferencias entre los diversos constructos teóricos; para Martin Hagen (Hagen 1997) son los diferentes tipos de tecnología los que establecen las diferencias entre los diversos modelos.

Los elementos antes descritos se transforman en las piezas centrales de los diferentes modelos que presentaremos a continuación.

Tabla 1: Elementos Básicos de las tipologías de Democracia Electrónica

Elemento	Caracterización
Grado de Soberanía Popular Efectiva	Distingue entre sistemas de decisión

	directa y de representación
Visión de Ciudadanía	Distingue cuatro visiones: Republicana, Liberal, Comunitarista y Social-demócrata
Principio Democrático	Estrechamente vinculado con la visión de ciudadanía, uno potencia al otro
Procedimientos Políticos	Elemento tipificador de los diversos modelos de democracia electrónica
Dimensiones de Participación	Considera más que la diferencia entre directa o representativa
Noción de Tecnología	Su uso y desarrollo marcan la principal diferencia entre uno y otro modelo

4.4.1.2 Cuatro modelos

Jens Hoff, Ivan Horrocks y Pieter Tops presentan cuatro modelos de democracia en la sociedad de la información, esta conjunción de conceptos es lo que denominaremos bajo el titulo genérico de democracia electrónica.

Los cuatro tipos de democracia electrónica diferenciados por estos autores son: la democracia de consumidores, la demo-elitista, la neo-republicana y la ciberdemocracia. Es importante destacar que estos modelos no deben entenderse como tipos ideales, sino como marcos coherentes derivados de las diferentes visiones y perspectivas sobre la democracia (Del Álamo, Prats 2003).

El diseño de estos modelos responde a la necesidad de capturar cuatro estrategias distintas, y en competencia al momento de implementar nuevas tecnologías en los sistemas democráticos. Lo anterior quiere decir que cada uno de estos modelos depende de una visión de ciudadanía, procedimientos políticos y un principio democrático en particular.

4.4.1.2.1 La democracia de consumidores

Este modelo enfatiza el rol que cumple la información al momento de formar la capacidad de los ciudadanos para escoger entre una amplia variedad de servicios públicos.

La importancia de la información en este modelo es también justificable con el objetivo de entregar a los ciudadanos una mayor capacidad para protegerse de la burocracia. Con mayor información, los ciudadanos pueden darse cuenta de la corrupción o la ineficiencia gubernamental y, por tanto, a través de su elección entre servicios alternativos, promover aquellos de mayor calidad. Así pues, se puede decir que, en este modelo, el principal nexo entre la sociedad civil y la política es el consumo de información por parte de la ciudadanía (*Ibid.*).

4.4.1.2.2 La democracia demo-elitista

Este modelo centra su preocupación en los beneficios sociales y la prosperidad económica común (*Ibid*). El principal motivo para la integración de nuevas tecnologías corresponde a la necesidad de lograr una mayor igualdad en la distribución de los beneficios sociales y económicos.

El modelo demo-elitista no considera a la opinión pública como un buen generador de una agenda política eficiente, la considera más bien en un rol de control y legitimación más que de conducción del gobierno.

En este modelo la información resulta de vital importancia en el proceso de elección y formación de las elites políticas y burocráticas, y también en la forma en que ésta se relaciona con la ciudadanía. Las elites poseen en este modelo la función de satisfacer las necesidades de la colectividad ya que son ellas las encargadas de determinar el orden de asignación (*Ibid*).

Desde la visión de este modelo, las tecnologías deben utilizarse para la creación de redes ciudadanas que ayuden a generar el consenso necesario y la articulación adecuada de los intereses ciudadanos para dialogar y presionar a las elites, siendo por tanto la creación de grupos de interés y de presión la principal forma de participación política. Cabe destacar que este modelo considera la posibilidad de que las nuevas tecnologías puedan quedar a merced de la elite o de los medios de comunicación masivos, en desmedro de la ciudadanía (*Ibid.)*.

El modelo demo-elitista se pondrá a favor de la asimilación de nuevas tecnologías por parte de organizaciones civiles y ciudadanos, ya que considerará clave para el desarrollo el acceso universal a la información; pero siempre considerando el acceso igualitario por parte de todos los ciudadanos.

4.4.1.2.3 La democracia neo-republicana

Este modelo de democracia electrónica ve la ciudadanía como un elemento vital para el funcionamiento democrático tanto por su labor de control como de participación en el proceso político. Para lograr esta doble función por parte de la ciudadanía son necesarios dos elementos básicos: ciudadanos comprometidos con su comunidad y, más importante aún, ciudadanos que vivan en ciertas condiciones básicas de igualdad (*Ibid.)*.

En este modelo las nuevas tecnologías son integradas en consideración a la ayuda que pueden prestar a las deliberaciones, las cuales constituyen el mecanismo mediante el cual el ciudadano ejerce su influencia.

El modelo neo-republicano destaca la importancia de los medios de comunicación como vías para que la deliberación alcance la esfera política. Los

medios actuaran como foro cívico de donde surgen las ideas y los principios emanados de la sociedad civil; también tienen la función de recoger estas ideas y principios y comunicarlos al poder político, ejerciendo la función de nexo entre sociedad y política (*Ibid*).

De esta forma se esboza como principal forma de participación política (específicamente en este modelo) todo aquel espacio que fomente la discusión abierta y racional.

Dado todo lo anterior es que para la visión neo-republicana resulta muy importante el rol de los medios de comunicación en la red, la diversidad de fuentes de información y la capacidad de los ciudadanos para acceder a las nuevas tecnologías (*Ibid.*).

4.4.1.2.4 La ciberdemocracia

Esta visión de la democracia electrónica considera que los ciudadanos como un conjunto plural, que debe desarrollarse como actor y espectador del proceso político. Debido a esta pluralidad es que se torna necesario incentivar la discusión e interrelación con el objetivo de lograr el reconocimiento mutuo de los ciudadanos y evitar la extrema fragmentación valórica y cultural construyendo el sentido de comunidad. La tecnología es aquí la llamada a articular esta discusión y transmitirla gracias a su capacidad de contraer tiempo y espacio. El discurso electrónico será el nexo político entre estado y sociedad (*Ibid*).

En este modelo son las comunidades y redes electrónicas las que se transforman en el principal nexo mediador entre los ciudadanos, y entre éstos y los poderes políticos. Dichas redes funcionarán de la misma forma y con la misma validez que los foros y asambleas públicas: abiertas a todos y guiadas por procedimientos de deliberación que aseguren la racionalidad de la discusión asegurando que sea el mejor argumento el que prevalezca. Asimismo, las decisiones surgidas de dichas comunidades y redes tendrán una traducción efectiva en decisiones públicas que contarán con el apoyo de la sociedad civil (*Ibid*).

Esta concepción de la democracia electrónica valora y reconoce la importancia de los diversos medios de expresión de la opinión pública y destaca, en especial, la importancia de los medios de comunicación. Por esta razón se considera necesario que las diversas organizaciones civiles y, por sobre todo, los medios de prensa (se piensa en especial en los medios virtuales) se guíen por procedimientos limpios, representativos y racionales; que garanticen una efectiva expresión de la opinión ciudadana (*Ibid*).

Tabla 2: Tabla resumen conceptos planteados por Hoff, Horrocks, Tops

Tipo de Democracia / Elementos Principales	Democracia de Consumidores	Democracia Elitista	Democracia Neo-republica	Ciberdemocracia
Visión de la Ciudadanía	Neoliberal	Pluralista	Republicana/ socialdemócrata	Comunitarista/ Radical
Valor democrático principal	"Libertad para Elegir"	Eficacia	Participación y Deliberación	Multicultural (Aceptación de la diversidad) /Deliberativa
Principal forma de participación política	Relación consumidor/ productor	Creación de consensos, *lobbies*	Debate público, asociaciones	Debate electrónico, acciones virtuales y reales
Principal característica del procedimiento	Desarrollo de capacidades (derechos)	Desarrollo de sistemas políticos adaptativos	Desarrollo de identidades, desarrollo de un sistema político adaptativo.	Desarrollo de identidades, desarrollo de capacidades (competencias)

4.4.1.3 Martin Hagen: otros tres modelos de democracia electrónica

Tomando las consideraciones realizadas con anterioridad, es posible entender el concepto de democracia electrónica como un valor conceptual que se presenta en un conjunto de teorías que se concentran en las redes computacionales como el elemento esencial en la confección de un sistema político democrático. Martin Hagen (Hagen 1997) nos presenta tres (otros) conceptos o modelos de democracia electrónica: Teledemocracia, Ciberdemocracia y la Democratización Electrónica. Las diferencias entre estos conceptos o modelos, se centra en la tecnología por la que decanta, la primacía de una concepción democrática en especial (directa o indirecta), la dimensión de participación política que se considera como esencial para la democracia y la agenda política que se persigue.

De esta forma, los conceptos analizados se enmarcan en una realidad socio-histórica específica dándole pluralidad al conjunto de modelos. A pesar de esta pluralidad las tres visiones de Hagen comparten la idea de que las características y potencialidades de los nuevos medios[31] pueden contribuir favorablemente en el proceso de mejora del sistema político democrático erradicando algunas de sus principales imperfecciones. En general el deseo por elevar el nivel de participación política es el ideal que une a los diversos partidarios de la democracia electrónica, sin importar el modelo específico por el que se decanten (*Ibid*).

[31] Interactividad, mayor rapidez en la transmisión de información, aumento de las oportunidades de la comunicación de muchos a muchos, abundancia de la información, nuevos medios de control para el usuario.

4.4.1.3.1 Teledemocracia

La Teledemocracia es el concepto más antiguo de aquellos que podemos ligar a la democracia electrónica. Fue desarrollado durante la década de los setenta y fue la primera noción de democracia electrónica en ser abiertamente discutida.

Resulta difícil determinar al primer teórico en utilizar el termino "teledemocracia"; mas sí es posible marcar a Ted Becker (Becker 1981) como el primer científico en usar la televisión pagada para estudiar el proceso mediante el cual se toman decisiones referentes a la esfera política de una nación o comunidad.

La teledemocracia intenta utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación (en esencia se refiere al uso de la televisión) para establecer formas de democracia directa al interior de los sistemas políticos. Durante las décadas de los ochenta y los noventa, cientistas políticos y sociólogos como Becker (Becker 1981), Amitai Etzioni (Etzioni 1983) y Christa Daryl Slaton (Slaton 1993), siguiendo esta corriente teórica, comenzaron a realizar experimentos con aplicaciones prácticas de teledemocracia (Hagen 1997). Anunciándola como la forma de solucionar gran parte de los problemas políticos presentes en la sociedad moderna. Por otro lado teóricos de la democracia como Benjamin Barber y Robert Dahl tomaron posiciones más seguras y recomendaron la necesidad de implementar pruebas con las diferentes aplicaciones de los aparatos de la teledemocracia.

Para mediados de la década de los ochenta, resultaba evidente que la televisión pagada no conduciría a nuevos mecanismos de democracia directa y que no había logrado incrementar el nivel de participación política del público general (*Ibid*).

Dado lo anterior es que el escepticismo con respecto a la teledemocracia se haya en un punto elevado, sin embargo es necesario mencionar algunas experiencias exitosas que involucran a este complejo teórico.

A comienzos de la década de los noventa, en Estados Unidos, la discusión en torno a la teledemocracia se vio reactivada. Como parte de su campaña el candidato Ross Perot propuso televisar los actos cívicos; con el fin de que estos fuesen accesibles a todos. Por su parte la campaña de Bill Clinton intentó dejar de lado los medios tradicionales para utilizar los nuevos medios electrónicos como herramientas para realizar reuniones cívicas. Durante la campaña de Barack Obama, se observó un fuerte uso de las redes sociales existentes, junto con los servicios video entregados por un importante sitio web[32].

[32] http://www.youtube.com

Un segundo estímulo que vivió la teoría teledemocrática fue el enorme avance que experimentaron los nuevos medios de comunicación, el surgimiento de nuevos formatos y el gran crecimiento que vivió Internet.

Para la teledemocracia las principales causas de la escasa participación ciudadana en la esfera política se hayan en la frustración ante el sistema y en el efecto de la actividad informativa de los medios de masas. Uno de los principales argumentos de la teledemocracia es que los gobiernos se han alejado en exceso de los ciudadanos; de esta forma los nuevos medios de comunicación serían capaces de acercar a los ciudadanos una vez más a la esfera gubernamental. Por otra parte, las nuevas tecnologías logran superar o abolir las barreras de tiempo y espacio permitiendo la aplicación de métodos de democracia directa inaplicables de otra forma, debido al gran tamaño de la población. Los enormes avances experimentados en las tecnologías de la comunicación posibilitan la participación directa de los ciudadanos en el proceso de toma de decisiones (Toffler 1980).

Una de las principales convicciones de los teledemócratas radica en que consideran que el gobierno representativo no es capaz de responder exitosamente a una creciente pluralidad de demandas políticas en el marco de una Sociedad de la Información en plena consolidación. Sus partidarios argumentan que sólo formas de democracia directa o democracia fuerte[33] serán capaces de entregar soluciones que satisfagan a los ciudadanos. Alvin Toffler sigue esta misma línea de ideas y argumenta que las instituciones de tipo representativo no están adaptadas a los problemas del sigo XXI. Él propone que se establezca un modelo de democracia semi-directa en el cual las nuevas tecnologías de la información se encontrarían en una ubicación privilegiada (*Ibid*). De esta forma la teledemocracia utilizaría las modernas comunicaciones electrónicas y las nuevas tecnologías de la información como herramientas para empoderar a la ciudadanía, con el objetivo de configurar agendas políticas, establecer prioridades, etc.

En resumidas cuentas la teledemocracia utiliza las telecomunicaciones para entregar a la ciudadanía el control de su propia gobernanza[34].

4.4.1.3.2 Ciberdemocracia

Para Martín Hagen (Hagen 1997), el concepto de ciberdemocracia se encuentra inevitablemente ligado al desarrollo de Internet. Es posible apuntar a Howard Rheingold (Rheingold 1993) como uno de los primeros teóricos en comprender la gran ventaja que Internet tenía por sobre otros medios: su

[33] Strong democracy como la ha denominado el teórico Benjamin Barber (Barber 1984)
[34] Trataremos este concepto en detalle más adelante.

interactividad y el cambio que implicaba en la forma de comunicar, modificando el flujo de uno-a-muchos por un flujo de muchos-a-muchos.

Los partidarios de la ciberdemocracia confían en que es posible reempoderar a la ciudadanía mediante la creación de una comunidad utilizando Internet. La misma tecnología que hace posible la creación y desarrollo de comunidades virtuales posee la fuerza para entregar un gran impulso a los ciudadanos: les otorga impulso intelectual, social, comercial y político (Rheingold 1993).

Para los ciberdemócratas su principal preocupación se encuentra en recrear un sentido de comunidad, utilizando Internet y las comunidades virtuales para ello. Su objetivo es, por tanto generar comunidades que se opongan e interpelen a las formas centralizadas de gobierno (*Ibid*).

4.4.1.3.3 Democratización electrónica

Según Hagen (Hagen 1997) la principal diferencia entre éste conpeto y los anteriormente revisados yace en que, la Democratización Electrónica no busca generar democracia directa; pero sí apunta a mejorar la situación en que se encuentra la democracia representativa.

La Democratización Electrónica busca aumentar el poder político de aquellos grupos o individuos que se encuentran tradicionalmente disminuidos en los procesos políticos. El objetivo ideal es, por tanto, posicionar a una mayor cantidad de ciudadanos en las esferas de poder (Hacker, Todino 1996).

Considerando lo anterior es que resulta obvio el que su principal preocupación se centre en extender a la población general todas aquellas ventajas informativas que Internet a puesto en manos de las élites. Para aquellos que apoyan el concepto de Democratización Electrónica la apatía y el desencanto del sistema político no tiene su raíz en la estructura esencial del sistema político representativo, más bien, son resultado de ciertas imperfecciones o malfuncionamientos que pueden ser mejoradas y reparadas (*Ibid*).

El modelo de la Democratización Electrónica a sido utilizado para implementar variados usos políticos a los que ha sido sometida Internet; debido, posiblemente, a que favorece los mecanismos e instituciones de la democracia representativa por sobre los de la democracia directa.

Tabla 3: Tabla resumen conceptos planteados por Martin Hagen

	Teledemocracia	**Cyberdemocracia**	**Democratización Electrónica**
Tecnología principal	Televisión	Internet	Internet
Tipo de Democracia	Directa	Directa	Representativa
Dimensiones de la	Voto	Discusión y	Discusión Política e

participación		participación política	Intercambio de Información
Arena Política	Información	Ventajas Informativas	Sistemas de información Políticos

4.4.2 Gobernanza y Gobernanza en Red

Los efectos de la tecnología sobre la democracia pueden entenderse mejor si entendemos el concepto de gobernanza. Por sobre el modelo democrático que guíe la asimilación de nuevas tecnología es necesario examinar la gobernanza (*gobernance* en inglés) que lo rige.

El termino gobernanza hace referencia al sistema institucional (tanto formal como informal) dentro del cual se enmarcan la acciones de los actores sociales (gubernamentales y no gubernamentales) que son relevantes para la construcción y asignación de los gastos, bienes y recursos públicos. Dicha asignación se realiza a través de la acción política y de la formulación e implementación de políticas públicas. (Prats 2001).

Siguiendo a Prats (2001), podemos decir que “la gobernanza se enfrenta a la resolución institucional de un conflicto entre múltiples intereses y propósitos diferentes que, en un contexto de rápido desarrollo tecnológico, exigen rapidez, flexibilidad y eficiencia. Estos diferentes intereses y propósitos se encuentran imbricados en organizaciones y grupos de organizaciones que se articulan en redes” (*Ibid*).

Por otra parte los textos de Rhodes (Rhodes 1996) nos permiten agregar una dimensión más profunda al concepto de Red usado por Prats, definiendo la governanza como “un sistema en red de vínculos ínter-organizativos a través de los cuales se prestan servicios, se gestionan actividades y se logran los objetivos y donde dichas organizaciones son autónomas y están interesadas en alcanzar sus objetivos” (*Ibid.*).

Estas redes permiten integran las perspectivas tanto de los actores privados como de la estructura pública, en un sistema que es capaz de desarrollar de manera endógena sus propias políticas (*Ibid*). Ese es el concepto que entenderemos como Gobernanza en Red.

El mismo Rhodes enumera a cuatro elementos como aquellos fundamentales de la gobernanza en red:

i) La interdependencia entre organizaciones, que difumina los límites entre lo público, lo privado y la acción voluntaria.

ii) Dialogo continuo entre los actores debido a la necesidad de intercambiar recursos y negociar objetivos comunes.

iii) Las interacciones toman la forma de juegos basados en la confianza y regulados por normas negociadas y acordadas por los participantes en la red.

iv) Un grado significativo de autonomía de la red respecto del Estado y, por tanto, una rendición de cuentas sólo parcial, aunque el estado indirectamente pueda influir en la misma.

Las nuevas tecnologías se constituyen como el elemento que permite la convergencia, articulación e integración rápida y sencilla de estas características.

La gobernanza en red parece ser el ideal a alcanzar; y que según Hutter (2001) se encuentra aún en pleno desarrollo. Sin embargo la llamada Web 2.0 trae consigo una serie de características que parecen ser un avance en la dirección deseada por Rhodes (1996).

4.5 Dos formas de participación: Participación Política y Participación ciudadana

El tema de la participación constituye un área de delicado estudio para la ciencia política. El concepto de participación (así como todos aquellos conceptos de larga data y que se ven modificados por el uso y el contexto histórico-social) ha tomado diversas formas para distintos autores a lo largo del tiempo. En la actualidad no se discute ya su pertinencia y aplicación a la arena política; mas sus diversas adjetivaciones llaman constantemente a discusiones. No es mi objetivo (ni mi deseo) extenderme aquí en estas discusiones, para ello confeccionaré breves definiciones; intentando presentar dos conceptos diferenciables y que basten para entender el desarrollo del presente trabajo.

4.5.1 Participación Política

La participación política puede definirse como “toda actividad de los ciudadanos dirigida a intervenir en la designación de sus gobernantes o a influir en la formación de la política estatal” (Conway 1986).

Me refiero a la participación política como toda forma de acción que tienda a influir directamente en los asuntos del Estado y que encuentre su forma de expresión en el sistema legislativo vigente (Bobbio, Matteucci, Pasquino 2002). Es esta una definición restrictiva por cierto; pero que viene en nuestro auxilio al momento de enfrentarnos a conceptos poco claros y de viva discusión, que

cambian con el paso del tiempo y ante los cuales las ciencias sociales (la ciencia política en especial) no logran puntos de acuerdo firmes.

4.5.2 Participación Ciudadana

La Participación ciudadana puede ser considerada como un medio para fortalecer la sociedad civil (entendida como el conjunto de ciudadanos organizados para actuar en el campo de lo público en busca del bien común, sin ánimo de lucro personal ni buscar el poder político o la adhesión a un partido determinado[35] (Brito 2005)), supone una redefinición de la frontera existente entre el ámbito público y el privado.

La Participación ciudadana no implica la intervención directa en los asuntos del estado, pero si una organización que busque influir en ella, usando como principal línea divisoria con la Participación Política el acto de sufragio, acto de innegable Participación Política; pero que debido a su carácter de influencia directa escapa a nuestra restringida (pero sencilla) definición de Participación Ciudadana.

Gracias a la salvedad de intervención directa e intervención indirecta, es que los partidos políticos (o la profesionalización de la actividad política como plantea Alessandro Pizzorno (2002)) pueden ser clasificables como expresiones de Participación ciudadana.

4.5.3 Participación Ciudadana e Internet

El actual hermetismo de nuestro sistema de partidos han provocado una pérdida de la Participación ciudadana que se debería encauzar por dicha vía.

Esto no significa que esta forma de participación haya cesado, simplemente que su forma de influir en las decisiones de gobierno ha variado: se han reforzado instituciones como el SERNAC, programas de televisión que captan audiencia publicitando las denuncias de tal o cual grupo social. El mismo gobierno ha intentado acercarse más a las demandas de la ciudadanía, estableciendo vías de contacto en sus diferentes ministerios o instituciones dependientes.

Esto se puede lograr por medio de diversas vías comunicacionales; pero el medio utilizado en la actualidad (debido a múltiples factores que se han expuesto y que se seguirán presentando a lo largo del presente trabajo) es Internet.

Las actuales características de Internet, plasmadas en la llamada Web 2.0, plantean ciertas bases y características de democratización; esencialmente busca

[35] Para ver otras definiciones de sociedad civil se pueden revisar textos de Tocqueville, Habermas o Touraine.

eliminar el foco de poder centrado solamente en un productor y distribuidor; entregando herramientas a los usuarios y visitantes para participar, en forma más o menos activa, en el desarrollo del sitio web.

Estas características son las que resultan enriquecedoras para la participación ciudadana. Podemos verlo como un retorno de parte del poder delegado mediante sufragio, o como una simple renovación de los canales de comunicación, aprovechando la economía y velocidad de intercambio de información que las nuevas tecnologías permiten.

4.6 La Web 2.0

Aunque parezca mentira el concepto de la Web 2.0 no es nada nuevo, ya hace más de 5 años desde que Dale Dougherty de O'Reilly Media introdujo este término a la comunidad de desarrolladores y webmasters, en una conferencia que hablaba sobre el renacimiento y evolución de la Web.

Por aquella época empezaban a surgir nuevas aplicaciones y sitios web con funcionalidades muy novedosas y sorprendentes, lo que dio lugar al nacimiento de la *Web 2.0 Conference* en 2004, y que al día de hoy sigue realizándose anualmente en San Francisco.

4.6.1 ¿Qué es realmente la *Web 2.0* y qué significa?

La Web 2.0 al contrario de lo que mucha gente ha malentendido, no es el uso de una nueva tecnología web, no significa usar nuevos interfaces modernos con logotipos y colores brillantes (Illanes, Oyanedel 2001).

La Web 2.0 es un concepto y tendencia diferenciado de la tradicional generación de contenidos de los portales de la llamada Web 1.0, en que los contenidos del sitio web ya no están generados únicamente por el webmaster o editores del portal para que los visitantes y usuarios se limiten sólo a consultarlos o descargarlos. La Web 2.0 al contrario está basada en una colaboración y desarrollo mutuo de los contenidos del sitio, por parte de los propios visitantes y usuarios junto con los webmasters o moderadores del portal (*Ibid*).

En los sitios Web 2.0 la gran mayoría de los contenidos están generados por los propios usuarios y visitantes del portal. Son estos usuarios los que van enriqueciendo el sitio con sus aportes y colaboraciones.

Por tanto cualquier portal de Internet que cumpla con estas características principales puede considerarse un sitio Web 2.0, independientemente de la tecnología web que utilice y del interfaz que posea. Si bien es cierto que hay ya

sitios web claramente reconocidos como Web 2.0 por el modelo de funcionamiento y uso que utilizan, algunos ejemplos podrían ser:

- Los Foros
- Las Redes Sociales como: *Facebook*, *Tuenti*, *Kroonos*, *Twitter*, *Flickr*, *YouTube*, *Del.icio.us*
- Los portales de agregación y valoración de noticias y artículos como: *Digg*, Menéame, *Fresqui*
- Los *Wikis*
- Portales de anuncios y servicios clasificados

Los autores Vicente (2005) y Peña y Córcoles (2006) describen los cambios que surgen en el uso de la web a partir del desarrollo de herramientas de colaboración (*wikis*, *blogs*, entre otros).

Vicente marca un punto de inflexión en el año 2005 (Vicente 2005) y profundiza acerca de los cambios entre la denominada Web 1.0 y las nuevas posibilidades que brindan las nuevas herramientas tecnológicas.

Peña y Córcoles difunden la investigación que surge a partir del seminario del año 2006 organizado por la Cátedra de la UNESCO sobre las llamadas *aplicaciones Web 2.0*.

Siguiendo a Vicente (2005):

> "La Web 2.0 es el sueño que se ha estado fraguando progresivamente y sin hacer demasiado ruido en las cocinas de la industria de internet durante los últimos dos años. Una profunda reinvención de las estrategias y las arquitecturas sobre las que se implementan los servicios online que promete sentar los cimientos de la web de la próxima década. En la que se habrán quedado obsoletos los símiles con la biblioteca de Babel, porque cada vez habrá menos documentos cerrados que almacenar y distribuir. En la nueva web las metáforas con las que se trabajan son el radar a utilizar para seguir la evolución dinámica de los objetos, el cuadro de mandos lleno de potenciómetros, el barómetro que proporciona una lectura en tiempo real del estado de las cosas. Quizás podemos decirlo sin salir de Borges: la nueva web es mucho más El Aleph que la biblioteca infinita o el libro de arena." (Vicente 2005, p. 2)
>
> "La web que está emergiendo es una en la que las máquinas hablan entre sí de la misma manera en que antes los humanos hablaban con las máquinas o entre ellos mismos. Si la red es el equivalente de un sistema operativo, en esta fase estamos aprendiendo a programar a la web." (Vicente 2005, p.4)
>
> "La más profunda de las transformaciones de la Web 2.0 reside en la reinvención de la manera en que la información circula por la red, democratizando y poniendo a disposición de todos los usuarios la capacidad de programar el comportamiento de diferentes flujos de datos que interactúan

> entre sí de maneras hasta hace poco inimaginables. En la nueva web se está construyendo toda una arquitectura de canalizaciones de información que permite conducir cualquier dato específico (una fotografía por satélite, un archivo de sonido, el pronóstico del tiempo en cualquier ciudad del mundo para mañana) desde un servidor hasta cualquier tipo de interfaz que el usuario determine; una web en html, un widget, o un programa para la interpretación de música en tiempo real sobre el escenario." (Vicente 2005, p. 5)

Peña y Córcoles (Peña, Córcoles 2006) presentan las conclusiones del seminario "Web 2.0 y la difusión de la investigación" que se desarrolló el día 6 de abril del 2006 por la Cátedra UNESCO de *E-learning*.

Allí se intento definir que se entiende por Web 2.0, concepto acuñado por Tim O'Reilly en el año 2005[36], pues no existe una definición única y homogénea. Por lo tanto se trabajó con descripciones alternativas y se concluyo que se trata de "una nube de tecnologías y comportamientos que se han recogido bajo el paraguas de un nuevo término" (Peña, Córcoles 2006).

Como además, a través de este nuevo término se intenta diferenciar de la web 1.0, "que correspondería a la burbuja de Internet de finales de la década pasada[37]", se distinguieron algunos puntos esenciales de la Web 2.0:

- El movimiento hacia los pequeños gestores de contenidos especializados que permiten, junto con el abaratamiento de los costes de acceso y del alojamiento de páginas, el acceso a la publicación en la Red a un conjunto cada vez más grande de individuos y colectivos.
- La proliferación de aplicaciones web que ofrecen funcionalidades aceptablemente buenas como para competir con las aplicaciones de escritorio, con las ventajas y desventajas implícitas de residir en la web.
- La existencia cada vez más generalizada de interfaces de programación que permiten un acceso libre a los datos integrados en estas aplicaciones, de manera que se pueden combinar las funcionalidades de diversas herramientas para obtener un total mayor que la suma de las partes, en lo que ha venido a llamarse *mash-ups*.
- Los mecanismos de sindicación de contenidos que permiten una mayor eficacia a la hora de consumir y digerir volúmenes de información cada vez mayores.
- El paso de una organización centralizada de la información de la web en lo que podemos denominar *wisdom of crowds*[38]: la suma de los pequeños

[36] Para acceder al documento integro (en inglés) visite http://oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1
[37] Esta frase hace referencia a la década de los noventa.

esfuerzos de organización de un número muy elevado de usuarios es más efectiva que un gran esfuerzo centralizado.

- La posibilidad de escoger libremente la licencia con que cada usuario pone al alcance de la comunidad su propiedad intelectual.

Además de describir textualmente los múltiples puntos que el mencionado congreso consensuó, es importante destacar que se alcanzaron conclusiones referentes con la calidad, responsabilidad de la publicación, técnicas antiplagio, etc. (*Ibid*)

4.6.2 Características más importantes

De acuerdo a O'Reilly (2005), la Web 2.0 tiene Cinco Principios básicos:

1. Aspectos colaborativos y sociales de la red. La importancia de este entorno está en el usuario.
2. Fomenta la participación. Tim O'Reilly se refiere a esto como una arquitectura de la participación.
3. Sitios fáciles, usables y ágiles para localizar la información.
4. Los usuarios controlan su propia información.
5. Capacidad de la "cultura del *remix"*. Arquitectura que permite combinar y reelaborar páginas, con contenido flexible y dinámico, gracias también a las técnicas de "*mashup*" con APIs abiertos, feeds (conjunto de especificaciones de comunicación entre componentes software). Estructuras abiertas.

Estos cinco principios son los que guiaran este trabajo. Debido a la trascendencia del trabajo de O'Reilly y a la sencillez de sus principios es que estos son considerados como base para construir la presente obra.

4.6.3 Las Redes Sociales

Las redes sociales (o comunidades redes como también se les denomina (The Cocktail Analysis 2008)) han cobrado un protagonismo importante en los últimos 5 años (*Ibid*). La lógica de la Web 2.0 hace de este tipo de sitios un importante referente social; los usuarios de estas redes declaran que hoy en día es un imperativo el incorporarse a ellas, existe casi un sentimiento de imposición, una obligación de tipo social: si no se está incorporado es como si no se existiera y si no se está dentro de estas redes es semejante a estar excluido de las actividades sociales más comunes (reuniones, fiestas, etc.) (*Ibid).*

---

[38] Sabiduría o conocimiento de las multitudes, alude a la idea de que entre varios usuarios pueden aportar más información de la procedente de una sola fuente

Las redes sociales se configuran como soportes ideales para lo que podríamos denominar como hipercomunicación (*Ibid*), esto es, para el establecimiento de comunicación de forma intensiva y extensiva tanto en el tiempo como en el número de destinatarios.

Los sitios de las redes sociales (y estas mismas) son descritos por sus usuarios como espacios que promueven una lógica de multi-tarea (*Ibid*), es decir, que son espacios que entregan las herramientas para manejar fotografías, mensajería instantánea, calendarios, contactos, etc.

El estudio del año 2008 "Herramientas de Comunicación *on-line*: Las Redes Sociales" de la consultora española *The Cocktail Analysis* categoriza las redes sociales en tres tipos:

- Redes de Exposición: en este grupo se encuentran aquellas redes que funcionan principalmente para mantener y ampliar vías de comunicación y contacto (Facebook pertenece a esta categoría).
- Comunidades de Contenido: aquí se encuentran los sitios que poseen una función claramente definida y orientada a un producto en particular que prevalece frente a otras funciones (compartir fotografías, imágenes, música, etc.; como lo son MySpace, Flickr o Fotolog)
- Redes de Comunicación Inmediata: si bien algunos de sus principales exponentes (como lo son Messenger, Skype o Twitter, entre otros menos populares) no corresponden a redes sociales como tales; pero en el estudio de *The Cocktail Analysis* los usuarios los nombraron como herramientas de especial importancia a la hora de establecer contacto con otros sujetos.

El mismo estudio indica que más de la mitad de los usuarios de redes sociales se dividen en dos grupos etario mayoritarios: el segmento que va 18 a 24 y el de 25 a 35. Ambos grupos presentan características distintas, que paso a describir a continuación.

- Segmento 18 – 24: poseen una actitud más favorable a entregar sus datos personales, tienen una mayor necesidad de mantener las redes sociales activas diariamente, sus contactos generados en Internet tienen un peso igual o superior al de los generados fuera de ella, el crear comunidad en Internet se constituye en un fin en si mismo.
- Segmento 25 – 35: la confianza y seriedad que le transmiten los sitios son cualidades altamente apreciadas. Son más recelosos al momento de entregar sus datos personales, les preocupa la confidencialidad de los mismos. Prima el círculo laboral al momento de elegir una red social y la cantidad de

contactos; buscan mantener las redes sociales que ya poseen, más que generar comunidades nuevas. La mayoría de sus contactos se crean fuera de Internet y solamente se traspasan a ella. Buscan darle un fin concreto a la comunidad (buscar información, mantenerse informado etc.).

Según el estudio de *The Cocktail Analysis* (2008) el segmento más joven se concentra mayoritariamente en el uso de los grupos que se cataloguen como Redes de Exposición, el segmento de 25 a 35 años predomina en el uso de las Redes de Comunicación Inmediata. Sin embargo ninguno de los dos grupos etarios logra una diferencia importante en la presencia en las Comunidades de Contenido.

4.6.4 La web para todos

Una de las características más importantes es que hablar de Web 2.0 no es hablar de un producto ni de una mejora netamente técnica o de infraestructura, sino es hablar de un concepto.

La universalización en el acceso a los medios tecnológicos exige nuevas herramientas de colaboración al alcance de todos. La Web 2.0 permite, mediante mecanismos muy simples que cualquier individuo pueda publicar. Esto mismo democratiza el uso de Internet al ampliar las posibilidades y romper con los roles rígidos de sólo consumidor o sólo productor.

La Web 2.0 significa una evolución de la Web, pero desde el individuo, como usuario de Internet:

- Simplifica la forma de usar los distintos sitios Web.
- Ahorra tiempo al usuario
- Estandariza el lenguaje para una mejor utilización por parte de los usuarios.
- Permite una mejor interoperabilidad entre aplicaciones y las máquinas (*software- hardware*).
- Facilita las interacciones entre los usuarios.
- Facilita la aproximación entre medios de comunicación y los contenidos.
- Facilita la publicación, la investigación y la consulta de contenidos Web
- Estimula y aprovecha la inteligencia colectiva (*wisdom of crowds*) en beneficio de los mismos usuarios.
- Tener un *Software* sin necesidad de instalarlo en el ordenador.
- Colaboración en la línea a través de los distintos recursos disponibles.
- Nuevos procedimientos para trabajar, comunicarse y participar en la Web.
- Creación de nuevas redes de colaboración.
- Los productos se transforman en servicios.
- Versión organizada de un buscador.

- Convergencia de medios, basada en la idea de usabilidad.

La Web 2.0 responde a una necesidad de democratizar el consumo y producción de información en Internet. Su fuerza viene de los mismos consumidores, quienes son los encargados de modificar y mejorar, adaptar y aumentar los distintos contenidos presentes en Internet.

Esta necesidad de democratizar el consumo y la producción de información tiene su símil en el campo político y la necesidad de acercar el proceso gubernamental al ciudadano. La Web 2.0 puede ayudar a refrescar la democracia, revitalizar la Participación ciudadana y política. El modelo actual de representación y las políticas internas de cada partido, alejan a los ciudadanos y hacen de los partidos instituciones más bien herméticas, que han perdido parte del rol comunicador que teóricos, como David Easton, consideran como su razón de existir. Según Easton (1969) los partidos políticos son instituciones que deberían constituirse como los principales transmisores hacia los poderes públicos de las demandas de la población.

4.7 Los Partidos Políticos

4.7.1 Origen Histórico

Es casi imposible hablar de democracia en nuestros tiempos sin considerar la presencia de los partidos políticos, ellos son los principales articuladores y aglutinadores de los intereses de la comunidad.

Es posible ver su origen histórico según sus dos definiciones más aceptadas. Una de estas concepciones nos indica que un partido político es cualquier grupo de personas unidas por un mismo interés o visión del como deben llevarse las acciones gubernamentales. Si aceptamos esta amplia definición debemos ubicar el origen de los partidos políticos en la antigua Grecia y en los pactos entre senadores romanos.

Si, en cambio, admitimos una definición mucho más restringida y definimos un partido político como una agrupación con ánimo de permanencia temporal, que media entre los grupos de la sociedad y el Estado y participa en la lucha por el poder político y en la formación de la voluntad política del pueblo, principalmente a través de los procesos electorales, entonces encontraremos su origen en un pasado más reciente.

Los teóricos discuten si los partidos surgieron en el último tercio del siglo XVIII o en la primera mitad del XIX en Inglaterra y los Estados Unidos de Norteamérica. Sin embargo todos concuerdan en que el origen de los partidos

políticos se vincula estrechamente al perfeccionamiento de los mecanismo propios de la democracia representativa.

Una de las opiniones con mayor aceptación por parte de los politólogos es aquella que afirma que los orígenes de los partidos políticos se remontan al siglo XVII, evolucionaron durante el siglo siguiente y obtienen su organización y forma final a contar del siglo XIX; específicamente después de ciertas reformas parlamentarias y electorales iniciadas en el Reino Unido en la década de 1830. Los partidos modernos, si bien responden a una particular relación de los grupos políticos y el parlamento, fueron condicionados y formados por los diversos procesos de formación de los actuales Estados nacionales y por las corrientes de modernización que éstos vivieron (en el mundo occidental al menos) durante los siglos XVIII y XIX (Malamud 2002).

Los partidos políticos son el resultado del quiebre de la sociedad tradicional o feudal y su paso a la sociedad industrial (*Ibid*.). Después de las revoluciones de Francia e Inglaterra, el mundo burgués requería de formas de organización política que reflejara sus intereses en el sistema representativo parlamentario. Así se fue configurando el perfil y rol de los partidos políticos y de los dirigentes políticos, con lógicas como las de mandatos representativos, el castigo mediante votos, la disciplina interna de partido etc.

La sociedad que se configuró durante la formación de los Estados nacionales, y el proceso de modernización que le siguió, provocó una escisión entre la sociedad civil y la sociedad política; siendo necesarios canales de comunicación que articularan los intereses de una y otra. Estos canales fueron el parlamento, los partidos políticos y la opinión pública.

Los partidos fueron y son los articuladores de la relación entre la sociedad civil y el Estado. Su rol como articuladores permite que se expresen tanto intereses nacionales como particulares; y es la pluralidad de partidos la que impide que interese particulares se hagan pasar como nacionales. Su función es un arma de doble filo; pero resulta indispensable en una sociedad en que distintos grupos (e intereses) requieren representación participación e inclusión (*Ibid*.).

4.7.2 Definiciones y limitaciones

Para el correcto desarrollo de mi trabajo es necesario seleccionar una definición teórica de que es lo que entenderemos como Partido Político. En mi caso he seleccionado la propuesta teórica de David Easton (Easton 1969) y la de Giovanni Sartori (Sartori 1980); ambos postulados entregan visiones complementarias acera de cómo definir a los partidos políticos. Sin embargo, es

correcto revisar tres otros postulados, que, según el mismo Easton, son referentes modernos para el estudio de los partidos políticos. Es necesario considerar los pros y contras de cada opción teórica ya que sus distintas sutilizas implican formas distintas de ver, entender y trabajar los datos a obtener (siguiendo los lineamientos propuestos por Sartori (1980)).

1. Jacques Cadart: para este autor un partido político es un grupo organizado de ciudadanos, cuyo fin es defender y hacer triunfar sus opiniones e intereses; buscando instaurar un determinado modelo o programa de gobierno. Esta definición señala que la característica esencial de un partido político es la realización de un programa o modelo de gobierno; pero ello sólo es efectivo en el caso de partidos ideológicos y/o programáticos.

2. Sigmund Neumann: Neumann define a los partidos políticos como organizaciones articuladas de los agentes activos de la sociedad, de aquéllos que se interesan por hacerse con el poder del gobierno y que rivalizan por obtener el apoyo popular con otro grupo o grupos que mantienen puntos de vista opuestos. Los partidos políticos son el gran puente que se tiende entre las fuerzas ideológicas de la sociedad y las instituciones oficiales del gobierno. Al centrar la función de los partidos como puentes entre los postulados ideológicos y las instituciones gubernamentales esta definición reduce el rol de los ciudadanos a meros electores y obvía la vinculación entre ciudadanos e institucionalidad gubernamental.

3. Maurice Duverger: este autor considera al partido político como una comunidad de estructura particular, cuya principal característica es la entregada por las relaciones entre miembros de la misma comunidad. Para Duverger la característica principal del partido político es su estructura interna, omitiendo mencionar objetivos y funciones de los partidos políticos.

4. David Easton: según él los partidos políticos son instituciones que deberían constituirse como los principales transmisores de las demandas de la población hacia los poderes públicos. Al considerar a los partidos políticos como las instituciones transmisores por excelencia de las demandas de la comunidad a los poderes públicos, se destaca como central la participación e inclusión de la ciudadanía.

5. Giovanni Sartori: el tema de los partidos políticos es tan complejo, que este autor limita la validez de su definición a las naciones occidentales y posteriores a la Segunda Guerra Mundial. Sartori indica que un partido es cualquier grupo político identificado con una etiqueta oficial, propone representantes a elecciones y puede sacar en elecciones (libres o no), candidatos a cargos públicos (Sartori 1980). No hay mención alguna sobre los fines, ideología o ciudadanía; Sartori no niega su eventual presencia, mas sí el que sean elementos constitutivos *per se* de partidos políticos. Es necesario hacer notar que para Sartori la lucha por alcanzar cargos públicos se encuentra ligada a la condición legal del partido, destacando que los partidos son fruto de un modelo de gobierno determinado.

Al unir la definición de Easton y de Sartori es que podemos construir una definición de partido político que se acerque más a mis propias percepciones e ideas. Un partido político sería entonces una institución (ya que posee una estructura organizacional interna) que al momento de presentarse a elecciones tiene la posibilidad de sacar candidatos a cargos públicos y que se constituye como el principal transmisor de las demandas de la ciudadanía a los poderes públicos.

4.7.3 La crisis de la representatividad y los desafíos que presenta

Los partidos políticos se han visto afectados por el proceso de deslegitimación por el que atraviesa la democracia moderna. Estos han visto reducida sus bases de identificación social viéndose afectados por la prensa independiente, las asociaciones de interés y los grandes grupos económicos (Malamud 2002).

Este fenómeno ha sido genéricamente calificado como crisis de representatividad (*Ibid*.); se hace especial hincapié en que los partidos ya no responden a las exigencias de los ciudadanos, revalorizados estos por el desarrollo de la sociedad (el desarrollo económico, tecnológico, etc.) como entidades individuales, oponiéndose a la concepción de masas con que anteriormente se identificaban. Se percibe a los partidos políticos como identificados con sus propios intereses y los de sus dirigentes alejándose del sujeto al que dicen responder y corresponder (*Ibid*.).

Hasta el día de hoy todos los nuevos elementos a los que se han visto expuestos los partidos políticos, han llevado a cambios y adaptaciones. Así tenemos el caso de los medios de comunicación de masas; los cuales por un lado

les quitaron a los partidos políticos su rol central como comunidades de sentido (*Ibid*.) y por otro les arrebataron la hegemonía de la información que hasta ese momento ostentaban (Giddens 1996). Internet ha acentuado esta situación, enfrentado a los partidos políticos a un campo en el cual entran en desventaja: deben competir con grandes conglomerados económicos, con medios de prensa independiente, con la capacidad de cada consumidor de información de ser a la vez productor; debilitando aún más su rol como aglutinador de intereses e ideales y afectando su capacidad para crear información o discursos sin que estos se vean afectados por la nueva información que se pone al alcance de muchos sujetos en pocos minutos.

Los cambios en el sistema económico y social también presentan un nuevo escenario a los partidos políticos. La diversificación socioeconómica ha mellado en gran medida las antiguas lógicas y sentidos de pertenencia a una clase (Malamud 2002) afectando la identificación que cada clase social podía sentir (y, que de hecho, sentía) por un determinado partido político. El efecto de la globalización económica ha llevado también al surgimiento de movimientos que se plantean en posturas que los partidos (debido a sus mecánica de acción y su dependencia al sistema establecido) no pueden adoptar, desacreditando a los partidos como defensores de intereses ciudadanos y generando agrupaciones espontáneas y que muchas veces responden a demandas únicas (*Ibid*.). En este segmento los más conocidos son los movimientos ecologistas, altermundistas y feministas.

Sin embargo el término crisis puede ser visto también como una oportunidad de transformación y renovación, tal como hace Manin (Manin 1993). La forma en que se resuelvan los problemas actuales serán determinantes para la forma que adopten los partidos políticos en el futuro (Malamud 2002). Probablemente sea necesario modificar sus estrategias para acercarse a la ciudadanía, buscando una relación más estrecha con su entorno social (*Ibid*.)

4.8 Los Partidos políticos *Chilenos*

4.8.1 Desarrollo Histórico

En los Partidos Políticos de Chile, o mejor dicho según la teoría de partidos, se distinguen claramente tres grupos en el país (izquierda, centro, derecha) pluralista y medianamente fragmentando antes de 1973.

Las primeras agrupaciones políticas en Chile son rastreables a la época de la independencia; dividiendo entre los realistas (partidarios del Rey) y los patriotas (partidarios de una república más o menos independiente), estos últimos son

subdivisibles en moderados (partidarios de un proceso de mayor autonomía dentro del Imperio Español) y los exaltados (partidarios de la independencia propiamente tal) (León 1971).

En los años posteriores a la independencia se observó el surgimiento de variados grupos que representaban distintas corrientes políticas. Estas agrupaciones no se constituían tanto en torno a ideales políticos bien definidos, sino que solían surgir en torno a un caudillo que aglutinaba fuerzas (*Ibid*.). Las dos agrupaciones políticas de mayor fuerza, presencia y trascendencia fueron los pelucones, de corte conservador, y los pipiolos, de carácter liberal; aunque también podemos nombrar a o'higginistas y estaqueros, los cuales jugaron roles importantes en la formación del estado nación (*Ibid*.). La Constitución promulgada en 1833 ayudo al grupo conservador de los pelucones a mantenerse en el poder durante treinta años (1831 – 1861); sólo el incidente conocido como "La cuestión del sacristán" (1856) logró dividir a los pelucones (ahora llamados conservadores) permitiendo a los liberales alcanzar el poder en 1861.

En la década de 1850 surge una agrupación que defiende los intereses de la burguesía minera; pero que poco a poco iría focalizando sus fuerzas en la creciente burocracia estatal. Esta burocracia marca el surgimiento de la clase media y con ella la conformación del Partido Radical (*Ibid*.).

El régimen político imperante era el presidencialista, el cual se quebró en 1891 dando paso a un sistema parlamentario. En este punto se tornaron necesarias y fundamentales las coaliciones parlamentarias, las alianzas entre partidos. En este punto existen casi veinte partidos distintos, sin embargo la gran mayoría de ellos se agruparon en dos grandes conglomerados: la Alianza (agrupación de tendencia católica y conservadora) y la Coalición Liberal (de tendencia progresista) (*Ibid*.).

Durante los primeros años del siglo XX los partidos comienzan a ampliarse para integrar a la clase media y a los obreros. Entre 1920 y 1938 (entre el inicio del primer período presidencial de Arturo Alessandri Palma, y el final de su segundo período), una serie de incidentes políticos llevaron a la pérdida de importancia de los partidos decimonónicos tradicionales, en beneficio de los partidos de masas.

El éxito de este tipo de partidos se vería reflejado en los tres gobiernos obtenidos por el Partido Radical entre 1938 y 1952. Como mencionaba en el párrafo anterior el Partido Radical se había convertido en el partido de la clase media, en un partido que representaba los intereses de la población general (*Ibid*.); su lugar como partido de centro y de masas sería más tarde tomado por la Democracia Cristiana.

La Democracia Cristiana cobra su mayor importancia después de 1964, es decir, después de la elección de Eduardo Frei como presidente. Una visión más general de la situación política nacional de ese momento nos muestra un escenario político dividido en un modelo de "tres tercios": derecha, centro e izquierda (Urzúa 1992).

En 1970 la coalición de partidos de izquierda denominada "Unidad Popular" llega al gobierno gracias a la presidencia de Salvador Allende. El Golpe de Estado de 1973 marcó el fin de la Unidad Popular (y del gobierno de Salvador Allende), la desaparición del sistema de partidos, del sistema político democrático y el inicio de una dictadura de casi diecisiete años (*Ibid*.).

Desde 1973 y hasta 1988 el sistema de partidos chilenos no existió y los partidos políticos se encontraban proh*Ibid*os. La Constitución Política de la República de Chile de 1980 acepta su existencia nuevamente; pero es sólo la Ley Orgánica Constitucional de los Partidos Políticos de 1987 la que permite su reconocimiento, articulación y operación legal (*Ibid*.), como organizaciones que participan del ordenamiento político y contribuyen a encauzar la opinión pública[39].

El Servicio Electoral es el ente encargado de registrar los Partidos políticos. Este servicio registra doce Partidos Políticos constituidos, ocho de los cuales se encuentran presentes en todas las regiones del país.

La Ley 18.603 aprueba la Ley Orgánica Constitucional De los Partidos Políticos[40], y en sus artículos 4º y 5º hace referencia a las condiciones necesarias para constituir un Partido Político; de las cuales destacaremos dos[41]:

a) Sus organizadores deberán ser al menos cien ciudadanos inscritos en los Registros Electorales, y sin afiliación a otro partido existente o en formación.

b) Se debe presentar una escritura pública que contenga el nombre del partido, su declaración de principios y sus estatutos.

Se requiere por tanto un número de ciudadanos adherentes, que estos no pertenezcan a otro partido, una alineación valórica y una jerarquía interna.

4.8.2 Los Ocho Partidos con presencia nacional

El presente estudio trabajará sobre los ocho partidos que cuentan con presencia nacional. Esta presencia será determinada siguiendo los datos

[39] Refiérase al Anexo 9 para una transcripción del articulo de ley que consagra esta característica de los Partidos políticos)
[40] Publicada en el "Diario Oficial" No 32.729, de 23 de marzo de 1987
[41] Refiérase al Anexo 10 para una transcripción de los artículos mencionados.

presentados por el Servicio Electoral[42], en un listado actualizado al 27 de octubre de 2008; en el cual dicho servicio publica una nómina de los Partidos políticos legalmente constituidos en nuestro país[43]. De los trece partidos existentes solamente ocho se encuentran legalmente constituidos en todas las regiones del país, es decir que pueden presentar candidatos a cargos públicos a lo largo de todo el país.

Tabla 4: Tabla resumen de los Partidos políticos con presencia nacional

Nombre del Partido	Fecha de Formación	Alineación Ideológica
Partido Comunista de Chile	1912	Izquierda
Partido Demócrata Cristiano	1957	Centro
Partido por la Democracia	1987	Centro Izquierda
Partido Radical Socialdemócrata	1863 (Partido Radical) 1994 (Partido Radical Socialdemócrata)	Centro Izquierda
Partido Regionalista de los Independientes	2006	Sin alineación clara
Partido Socialista de Chile	1934	Centro Izquierda
Renovación Nacional	1987	Centro Derecha
Unión Demócrata Independiente	1989	Derecha

4.8.2.1 Partido Comunista de Chile (PC)

Partido de izquierda comunista fundado en 1912 por Luis Emilio Recabarren. El Partido Comunista de Chile se define como un partido de raigambre obrera, campesina e intelectual, inspirado por el pensamiento de Marx y Lenin. Actualmente está agrupado con otros partidos y organizaciones de índole progresista, izquierdista y anti-neoliberal en el pacto Juntos Podemos Más[44].

4.8.2.2 Partido Demócrata Cristiano (DC)

Partido de centro humanista cristiano, al cual pertenecieron los presidentes Eduardo Frei Montalva, Patricio Aylwin y Eduardo Frei Ruiz-Tagle. Un partido que sigue los valores tradicionales cristianos, nace bajo el alero de los primeros gobiernos de centro y democristianos europeos como el de Konrad Adenauer en Alemania y la Alcide De Gasperi en Italia[45].

4.8.2.3 Partido Por la Democracia (PPD)

Partido de centro izquierda progresista que orbita entre la socialdemocracia y el socioliberalismo, surgió como un partido instrumental para ganar el plebiscito de 1988 debido a la prohibición de establecimiento del Partido Socialista. De

[42] http://www.servel.cl
[43] http://www.servel.cl/servel/Controls/Neochannels/Neo_CH306/deploy/FechaPartidos.pdf
[44] http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Comunista_de_Chile
[45] http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Demócrata_Cristiano_de_Chile

inspiración similar a la del PS, sus éxitos en el plano electoral, y su capacidad para instalar debates valóricos en la agenda pública han mantenido al PPD activo en el actual espectro político chileno[46].

4.8.2.4 Partido Radical Socialdemócrata (PRSD)

Partido de centro izquierda socialdemócrata, heredero del Partido Radical y del Partido Social Demócrata de Chile. A pesar de ser actualmente un partido minoritario continúa teniendo presencia en la agenda pública[47].

4.8.2.5 Partido Regionalista de los Independientes (PRI)

Partido regionalista e independiente, surgido en 2006 tras la unión de los partidos Alianza Nacional de los Independientes (ANI) y Partido de Acción Regionalista de Chile (PAR). En el año 2008, y frente a las elecciones municipales, al PRI se incorporan políticos y ex partidarios del DC (en especial aquellos pertenecientes a la fracción llamada "Colorina"), simpatizantes del centro político, de la centro-derecha, nacionalistas y grupos regionalistas[48].

4.8.2.6 Partido Socialista de Chile (PS)

Partido de centro izquierda socialista democrático. Tiene sus orígenes históricos en la *Sociedad de la Igualdad* liderada por Francisco Bilbao y Santiago Arcos. Fue el partido del presidente Salvador Allende y de la presidenta Michelle Bachelet. Durante la dictadura de Pinochet, se fraccionó en diversos grupos que en mayor o menor medida revisaron los planteamientos ideológicos históricos del PS, los que se habían acercado más al marxismo, derivando a posiciones socialdemócratas, no obstante el PS aún reconoce al marxismo como uno de sus componentes ideológicos actualmente[49].

4.8.2.7 Renovación Nacional (RN)

Partido de centro derecha, fue el primer partido en formarse luego de promulgarse la Ley Orgánica Constitucional de Partidos políticos de 1987. Forma parte junto a la UDI del pacto Alianza por Chile, siendo más liberal y laica que esta[50].

4.8.2.8 Unión Demócrata Independiente (UDI)

Partido de derecha, se originó como un movimiento gremialista fundado por Jaime Guzmán, ex asesor de Augusto Pinochet, en 1983. En 1989 se constituyó como partido político bajo el nombre de Movimiento Unión Demócrata

[46] http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_por_la_Democracia
[47] http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Radical_Social_Demócrata
[48] http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Regionalista_de_los_Independientes
[49] http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_Socialista_de_Chile
[50] http://es.wikipedia.org/wiki/Renovación_Nacional

Independiente. Se ha caracterizado por ser promotor de una derecha conservadora vinculada a la Iglesia Católica[51].

[51] http://es.wikipedia.org/wiki/Unión_Demócrata_Independiente

5.- MARCO METODOLÓGICO

5.1 Naturaleza de la Investigación

El presente estudio se enmarca desde una epistemología de tipo Cualitativa, ya que busca construir el discurso presente en los contenidos de los sitios web de los Partidos políticos a estudiar, con la intención de destacar aquellas características o cualidades que nos ayuden a clasificarlas como un sitio Web 2.0; para luego establecer la relación existente entre ésta presencia o ausencia y la noción de participación ciudadana que se hace presente en el discurso de los partidos.

El tipo de investigación cualitativa tiene expresiones muy variadas, pues su desarrollo histórico ha estado caracterizado por debates importantes entre la sociología y antropología, así como la clásica disputa con la epistemología cuantitativa. Sin embargo, es posible destacar un objetivo característico de este tipo de acercamiento, en palabras de Rodríguez:

> "…los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o de interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales…que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas." (Rodríguez, 1999, Pág. 32)

Asimismo, Taylor y Bogdan (1986) en Rodríguez (1999, Pág. 33) proponen una serie de características propias de esta epistemología:

1. Es inductiva
2. El investigador ve al escenario y a las personas desde una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo.
3. Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio.
4. Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.
5. El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones.
6. Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas.
7. Los métodos cualitativos son humanistas.
8. Los investigadores cualitativos dan énfasis a la validez en su investigación.

9. Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
10. La investigación cualitativa es un arte.

Desde estas características es posible comprender que el trabajo de esta epistemología implica muchas consideraciones, entre ellas Iñiguez (2004) destaca las siguientes:

a) Un cambio en la sensibilidad investigadora: Comprende cuatro dimensiones: histórica, cultural, política y contextual. En base a las ideas de Iñiguez (2004, Pág. 3 y 4), la sensibilidad histórica corresponde a cómo "los procesos sociales están marcados históricamente y son portadores, ellos mismos, de la historia que los ha constituido. La definición de un objeto de investigación no puede ser ajena, en modo alguno, a esta característica". Por otra parte, la sensibilidad cultural, estaría dada por cómo el sistema de normas y reglas propio de cada cultura, otorgan características diferenciadoras que deben ser consideradas. En tercer lugar, la sensibilidad socio-política da cuenta del cómo toda práctica social se enmarca en un contexto político el cual debe ser contemplado e incluso explicitado por la investigación cualitativa. Finalmente la sensibilidad contextual implica que la investigación debe considerar el contexto social y físico en el cual se está produciendo.

b) La investigación guiada teóricamente: Utilización de una teoría que guíe la comprensión del fenómeno estudiado y que permita la interpretación de los datos obtenidos.

c) La participación, el continuo "participación directa – participación indirecta": La investigación cualitativa debiese al menos considerar un grado mínimo de participación de la población en estudio, de modo de involucrarlas en el proceso, pero al mismo tiempo respetar la autonomía en la toma de decisiones.

En el caso del presente estudio, la utilización de una metodología cualitativa se expresa claramente desde la elección de teorías de base que permitan realizar una interpretación final de los datos, hasta la elección de los medios de producción y análisis de la información, los cuales buscan extraer y analizar el contenido de los sitios web en vistas a un contexto histórico, político y socio-cultural sobre el cual se desenvuelven. Para ello el análisis de contenido a realizar será de tipo principalmente inductivo, construyendo la matriz categorial a utilizar a lo largo de todo el estudio, comenzando con ciertas categorías emanadas de la teoría y enriqueciéndola con los elementos observados en los sitios web.

5.2 Tipo de Investigación

El estudio será de tipo descriptivo, cuyo objetivo es lograr una caracterización de un fenómeno relevante con el fin de establecer su estructura o comportamiento. El fenómeno específico ha estudiar es la presencia o ausencia de las características de la Web 2.0 en los sitios web de los ocho Partidos políticos con presencia en todo el país.

El propósito de utilizar esta metodología es describir situaciones y eventos. Manifestando cómo es y cómo se visibiliza el fenómeno específico a estudiar. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Se deberán seleccionar una serie de cualidades, para luego tratar cada una de ellas independientemente, y así describir lo que se investiga. Se centrará en analizar con la mayor precisión posible. La investigación descriptiva requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que se busca responder. Pueden ofrecer la posibilidad de predicciones, aunque sean rudimentarias. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003)

Además de ser un estudio cualitativo de tipo descriptivo, ésta investigación es de tipo transversal o transeccional. Hernández, Fernández y Baptista (2003) indican que los diseños transeccionales o transversales son estudios que recopilan información en un momento único, es como fotografiar algo que sucede al instante.

5.3 Diseño Muestral

Mi universo es constituido por los ocho Partidos políticos chilenos que se encuentran inscritos en el registro del Servicio Electoral en todas las regiones del país. De esta forma me acerco a aquellos Partidos Políticos que tienen influencia y alcance a lo largo de todo el territorio. La elección de este universo se desprende de la definición de Partido Político sobre la cual trabajaré.

Me acercaré a ellos solamente mediante la observación de sus sitios web oficiales, utilizando éste medio como fuente única de información; planteándome ante ésta como ante un entrevistado o un documento cualquiera a analizar.

Mi aproximación al campo se realizó en dos etapas. Primero durante el periodo Noviembre 2008 – Diciembre 2008, para realizar una observación previa. En esta observación comprobé la escasa o nula renovación del material expuesto en los sitios web, transformado en irrelevante la hora del día en la que realizara mi trabajo de campo.

En un segundo paso, realizado durante Enero 2009 – Marzo 2009, me concentré en construir el discurso a trabajar, en levantar el corpus de mi estudio. Para ello me acerqué a diario a los sitios web a estudiar, registrando aleatoriamente imágenes de ellos; con el solo fin de poseer ejemplos de lo observado.

5.4 Técnicas de Producción de la Información

5.4.1 Conceptos y características a observar

En el presente trabajo me concentraré en los cinco principios que, de acuerdo a Tim O'Reilly (2005), definen a la Web 2.0:

1. Aspectos colaborativos y sociales de la red. La importancia de este entorno está en el usuario.
2. Fomenta la participación. Tim O'Reilly se refiere a esto como una arquitectura de la participación.
3. Sitios fáciles, usables y ágiles para localizar la información.
4. Los usuarios controlan su propia información.
5. Capacidad de la "cultura del *remix"*. Arquitectura que permite combinar y reelaborar páginas, con contenido flexible y dinámico, gracias también a las técnicas de "*mashup*" con APIs abiertos, feeds (conjunto de especificaciones de comunicación entre componentes software). Estructuras abiertas.

   En base a esos cinco principios, es que se construyeron cinco conceptos:

i) Aspectos colaborativos y sociales
ii) Fomento de la participación
iii) Amigabilidad, facilidad en el uso y agilidad en la búsqueda de información
iv) Control de los usuarios de su propia información
v) Capacidad de la "cultura del *remix*"

A su vez cada uno de estos cinco conceptos fue subdividido en ciertas características o indicadores a observar. Se evaluara cada sitio según la presencia o ausencia de estas características o indicadores, evitando cualquier valoración que se refiera a diseño (colores, formas, ubicación, etc) o velocidad (velocidad de carga de la página). Las características a observar son las que siguen:

i) Aspectos colaborativos y sociales:
   a) Integración con redes sociales (*Facebook*, *Twitter*, Hi5, etc)
   b) Integración con medios de prensa
   c) Creación de grupos de acción coordinados mediante la página web

ii) Fomento de la participación

a) Capacidad de publicar por parte de los usuarios
b) Existencia de foros o salas de discusión

iii) Amigabilidad, facilidad en el uso y agilidad en la búsqueda de información:

a) Presencia de una barra de búsqueda
b) Presencia de un mapa o menú principal del sitio web
c) Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de la historia del partido
d) Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los lineamientos (éticos, políticos; una visión y misión) del partido
e) Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los dirigentes del partido
f) Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de las oficinas del partido en cada región y sus respectivos medios de contacto

iv) Control de los usuarios de su propia información

a) Incorporación de contenidos tipo wiki, o bien contenido de libre modificación (eliminar, incorporar o simplemente cambiar) por parte de los usuarios
b) Posibilidad de comentar y/o evaluar la información presente en la página

v) Capacidad de la "cultura del *remix*"

a) Tipo de licencia de propiedad bajo la que se encuentra el contenido de la página
b) Existencia de textos u otro tipo de material para el uso de los visitantes

Tabla 5: Matriz de observación

CONCEPTO	**INDICADOR**
Aspectos colaborativos y sociales de la red	*Integración con redes sociales (Facebook, Flickr, Hi5, etc)*
	Integración con medios de prensa
	Creación de grupos de acción coordinados mediante la página web
Fomenta la participación	*Capacidad de publicación por parte de los usuarios*
	Existencia de foros o salas de opinión
Amigabilidad, facilidad en el uso y agilidad en la búsqueda de información	*Presencia de una barra de búsqueda*
	Presencia de un mapa del sitio web o un menú principal

	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de la historia del partido
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los lineamientos (éticos, políticos; una visión y misión) del partido
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los dirigentes del partido
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de las oficinas del partido en cada región y sus respectivos medios de contacto
Los usuarios controlan su propia información	*Incorporación de contenidos tipo wiki, o bien contenido de libre modificación (eliminar, incorporar o simplemente cambiar) por parte de los usuarios*
	Posibilidad de comentar y/o evaluar la información presente en la página
Capacidad de la "cultura del *remix"*	*Tipo de licencia de propiedad bajo la que se encuentra el contenido de la página*
	Existencia de textos u otro tipo de material para el uso de los visitantes

Luego de una observación previa, me fue posible establecer la nula variación en los contenidos y formato de las páginas, debido a ello es que establecí realizar solamente un captura de imágenes, usando el *screenshot* o *screencapture.*

5.4.2 Screenshot o Screencapture

El *screenshot* o *screencapture* es una imagen tomada de los elementos visibles en la pantalla de un computador; es decir que es algo semejante a una fotografía de la pantalla (de hecho se almacena en la memoria del mismo computador en el mismo formato (tipo de archivo) que una fotografía o una imagen cualquiera). Esta función permitirá llevar un registro de los elementos que componen los sitios web a estudiar, para luego proceder a analizarlos.

Esta técnica ya ha sido utilizada en estudios nacionales[52] y por la investigadora Christine Hine, en su texto "Etnografía Virtual"[53]

El uso y almacenaje de *screenshots* constituirán el elemento a observar y analizar en el presente estudio; reemplazando en cierta forma el discurso de un sujeto, una entrevista o cualquiera de las técnicas tradicionales para acercarse al campo de estudio.

[52] Como es el caso de la Tesis de Grado "Publicidad e Internet: el desafío del mensaje Virtual" (Illanes y Oyanedel, 2001)
[53] Editorial UOC, 2004

5.5 Técnicas de Análisis de la Información

5.5.1 Análisis de Contenido: contextualización y definiciones

La metodología concreta a utilizar para el tratamiento de la información, será la técnica de análisis de contenido.

Antes de exponer las diversas definiciones de ésta técnica, cabe detenerse un momento en las definiciones parciales y comúnmente dadas a los dos componentes del concepto, es decir, al análisis y al contenido.

La acepción más utilizada para el concepto de análisis, es referida a la acción de descomponer en partes un objeto, para comprender así su naturaleza y las relaciones entre sus distintos componentes (dentro de en un enfoque de ciencias duras), sin embargo, analizar, en el campo de las ciencias sociales, implica realizar una fundada descripción de los contenidos de un objeto social, determinando lo más exactamente posible sus características, principios y relaciones. Teniendo en cuenta esto último, cabe destacar que la sola identificación de distintos componentes no devela sus relaciones, a pesar de que pueda dar atisbos de sus funciones y relaciones dentro de una estructura, no otorga el dinamismo en sí de una estructura.

Es interesante detenerse también en la definición concreta de “contenido”, lo que supone que “algo” se “contiene” dentro de un “continente” más extenso. Conociendo desde adentro ese continente se puede develar su contenido (o sentido), de manera de generar finalmente un nuevo diagnóstico, lo que conlleva al propio conocimiento. Sin embargo, el continente se conoce desde “fuera”, ya que las categorías son otorgadas por los pensamientos y creencias de otras personas, es decir, en la mente de los participantes de los procesos singulares de comunicación en los que se han producido los documentos analizados.

El análisis de contenido es una práctica que funciona desde hace tres cuartos de siglo. Actualmente, cada vez ocupa mayor extensión en el sector de las ciencias humanas. De hecho, el análisis de contenido adquirió su impulso en los Estados Unidos desde principios del siglo XX. Sin embargo, el material que entonces se utilizaba era esencialmente periodístico y los estudios eran cuantitativos. El deseo de encontrar métodos de comprobación y la preocupación por la objetividad mantuvieron durante decenios una concepción normativa y limitativa del análisis de contenido. La siguiente definición ilustra la perspectiva de esa época:

> “El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Bardin, 1986, pág. 17).

No obstante, durante los años 50’ en Estados Unidos hubo una apertura metodológica respecto a la técnica. Durante las décadas de los ’50 y ’60, se lleva a cabo la codificación manual del análisis y finalmente se aplica la informática. Además, disciplinas conexas intervienen cada vez más en su campo de análisis: se trata especialmente de la semiótica, la lingüística, la semántica, etc (Bardin, 1986).

Por lo mismo, se le ha definido como “Un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones” (Bardin, 1986, pág. 31); es decir, como un conjunto de instrumentos metodológicos diversos que se aplican a textos (discursos, frases, entrevistas, textos literarios, temas de publicidad, relatos de vida, etc.). En este sentido, el campo de aplicación del análisis de contenido es extremadamente amplio, pues toda comunicación puede ser sometida a la técnica del análisis de contenido.

Al definirse como técnica, dentro del ámbito científico, debe procurar el cumplimiento de ciertos requisitos en la recogida de la información, tal como las distintas técnicas de recolección de datos en la investigación social (Berelson, 1952, Pág. 18).

a) Objetividad: Referida al empleo de procedimientos que puedan ser utilizados por otros investigadores de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación.
b) Sistematización: Referida a pautas ordenadas o categorías idóneas que abarquen el total del contenido observado (Andréu, 2002). Se fijan criterios previos que permiten incluir o excluir categorías.
c) Reproductividad: Engloba a los dos requisitos anteriores, y alude a la utilización de reglas explicitas (objetivas) y aplicables a todas las unidades de análisis (sistemáticas).
d) Cuantificación: Propiedad que si bien es necesaria para cifrar numéricamente la información y sus indicadores, debe ser acompañada de la instancia interpretativa.
e) Contenido Manifiesto: Berelson acude a éste término para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y viable, sin embargo, de ser así quedaría fuera el contenido “latente” de los datos.

Hostil (1969, Pág. 5) por su parte, realiza una definición posterior a la de Berelson, asumiendo que: “El análisis de contenido es una técnica de investigación

para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto". Se abre la posibilidad a un análisis "cualitativo", haciendo referencia al contenido "latente" de los textos. Al plantear como objetivo principal la creación de inferencias, se acepta la comunicación simbólica de contenidos distintos a los directamente observables.

Krippendorff (1990, Pág. 28) define el análisis de contenido como "una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto". El elemento importante que agrega es el contexto, como marco de referencia que debe ser tomado en cuenta en cualquier análisis, el cual debe justificarse en función de éste. El contexto social particular otorga significado al acto.

En esta investigación se utilizará la siguiente definición dada por Bardin (Bardin 1986, Pág. 85), quien ampliando su definición anteriormente citada, conceptualiza el término "análisis de contenido" como:

> "el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendientes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes".

De lo anterior, referente a la obtención de indicadores que permiten la inferencia del contexto social de los mensajes, se destaca como un aspecto importante el hecho de que una imagen o texto puede ser interpretado de una forma directa y manifiesta, entendiéndose como la expresión del sentido que el autor pretende comunicar, o de una forma soterrada de su sentido latente oculto, indirecto, que se sirve del texto manifiesto como de un instrumento, para expresar el sentido oculto que el autor pretende transmitir. En cualquiera de los casos, existirá siempre un contexto, el marco de referencia del cual se servirá el lector para captar el contenido y el significado de todo lo que se dice en el texto.

5.5.1.2 Usos del Análisis de Contenido

Berelson (1952, Pág. 21) señala varios usos del análisis de contenido, dentro de los que destacan:

- Develar diferencias en el contenido de la comunicación.
- Descifrar mensajes ocultos.
- Reflejar actitudes, creencias y valores de personas, grupos o comunidades.

En este ámbito, se sitúa al análisis de contenido como un conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos, sean estos discursos, mensajes o textos, que provienen de procesos singulares de comunicación

previamente registrados, los que leídos e interpretado adecuadamente abren las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social. Su caracterización y posterior diferenciación de otras técnicas de recolección de datos de investigación social, radica entonces en el poder de combinar intrínsecamente la observación y producción de datos, y la interpretación o análisis de datos.

El objetivo de la utilización de esta técnica es elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido los textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. Bardin (1986) señala que el análisis de contenido se convierte en una empresa de "des-ocultación" o revelación de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo no dicho de todo mensaje.

Su finalidad primordial es determinar lo que connotan los mensajes a menudo de manera no explícita, siendo esta técnica de gran utilidad para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos (ya sea de influencia de los medios de comunicación de masas, de personas relevantes, artículos de prensa, libros, conversaciones, etc). (Hernández, Fernandez y Baptista; 2003)

Para Krippendorf (1990), la técnica el análisis de contenido tiene una triple finalidad:

1) Prescriptiva: Guía la conceptualización y el diseño
2) Analítica: Facilita el examen crítico de los resultados obtenidos por diferentes investigadores.
3) Metodológica: Orienta el desarrollo y perfeccionamiento sistemático del propio método.

De esta manera el análisis de contenido se presenta como una técnica versátil que permite la aplicación en diferentes campos y también como una técnica equilibrada, ya que se sitúa en un punto intermedio entre las técnicas cualitativas y cuantitativas.

5.5.1.3 Tipos de Análisis de Contenido

Tal como se extrae desde las distintas definiciones, el análisis de contenido puede basarse en técnicas cuantitativas o cualitativas. En el primer caso se habla de estadísticas basadas en el recuento de unidades de análisis, en donde generalmente habrá que limitarse a aspectos formales y al contenido manifiesto (referidos a la extensión dedicada a un tema, tapa, peso, tamaño, etc.), mientras que el segundo caso se alude a la lógica basada en la combinación de categorías, utilizada cuando se requiere buscar mayores detalles relativos al contenido y

aplicar variables e indicadores que pongan en evidencia un contenido latente, una labor descrita como propiamente interpretativa.

La distinción entre una y otra forma de interpretar los textos, sólo deja entrever que la complejidad de la realidad social no permite discusiones entre perspectivas cuantitativas y cualitativas. El análisis de contenido intenta articular ambas técnicas, objetividad y subjetividad, para efectuar una “segunda lectura” del documento a estudiar y comprender así las comunicaciones más allá de sus significaciones primeras; sin perder el rigor de lo objetivo ni la riqueza de lo subjetivo. En resumen, es importante señalar que los aportes de ambos enfoques pueden ser encausados en pro de develar conocimiento sobre la realidad.

El método a utilizar en esta investigación será el análisis de tipo cualitativo, debido a la ventaja de éste al conservar los aspectos positivos del enfoque cuantitativo, pero profundizando más en la relación texto-contexto. Las ventajes del análisis de contenido cualitativo se relacionan con: (Andreú, 2002)

- Análisis del material dentro de un modelo de comunicación, lo que permite determinar que aspecto de la comunicación infiere sobre el comunicador, los aspectos socioculturales, los efectos del mensaje, etc.
- Se cuenta con reglas y procedimientos de análisis permiten dividir el material en unidades de análisis más interpretables.
- Se crean categorías centrales de análisis, revisadas mediante procesos de *feedback* que ayudan al investigador a construir las ideas fundamentales

6.- RESULTADOS

6.1 Descripción y Contraste de los sitios Web estudiados

6.1.1 Partido Comunista de Chile (PC)

El sitio web del PC no posee ninguna de las características referentes al aspecto colaborativo y social presentes en la Web 2.0. Tampoco posee ninguna característica que fomente la participación de los visitantes. Sin embargo posee todas las características que hacen de él un sitio web amigable y fácil en el uso y que permite agilidad en la búsqueda de información.

Imagen 1: screenshot del sitio web del PC

Por otra parte las características que apuntan al control de los contenidos y la información por parte de los mismos usuarios no se encuentran en el sitio web. Los contenidos se encuentran licenciados por un derecho de autor que prohíbe su reproducción total o parcial sin el consentimiento expreso del sostenedor de dicho derecho; sin ir en desmedro de lo anterior el sitio web del PC presenta algunos documentos y textos para el uso de los visitantes, junto con presentar algunas lecturas sugeridas para aquellos interesados en el partido y su doctrina.

Imagen 2: screenshot del sitio web del PC

6.1.2 Partido Demócrata Cristiano (DC)

Con respecto al aspecto colaborativo y social de la Web 2.0, el sitio del DC solamente cuenta con una integración con medios de prensa mediante la presencia de links o vínculos a las versiones digitales de algunos medios de prensa escrito. El sitio no posee ninguna característica que fomente la participación por parte de los usuarios. Con respecto a si el sitio es amigable, fácil en el uso y que permite agilidad en la búsqueda de información, el sitio del DC posee dichas características; mas no posee información con respecto a las oficinas del partido ubicadas en regiones, y en lo que respecta a información de sus dirigentes se limitan a identificarlos mediante nombre y correo electrónico.

Las características referentes al control de contenidos e información por parte de los usuarios están ausentes del sitio web del DC. El sitio no especifica el tipo de derecho de propiedad al que se encuentra sujeto; pero si es posible encontrar textos y documentos para el uso de los visitantes.

Imagen 3: screenshot del sitio web de la DC

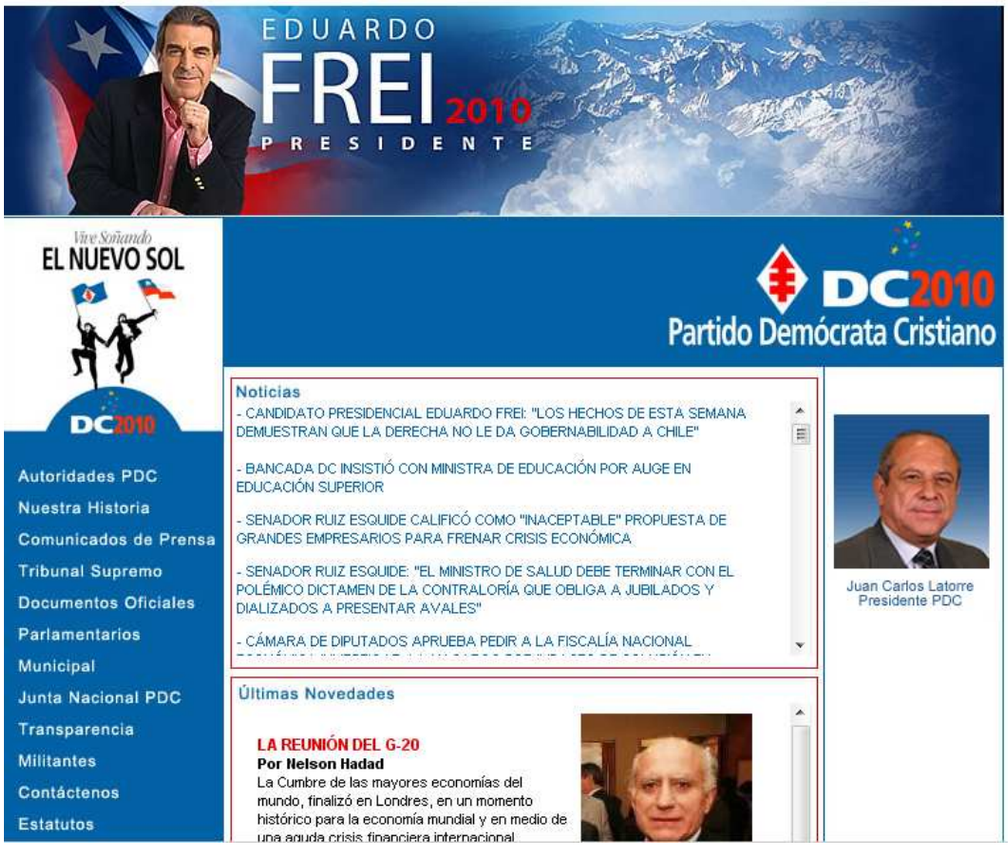


Imagen 4: screenshot del sitio web de la DC

6.1.3 Partido por la Democracia (PPD)

El sitio web del PPD no posee ninguna de las característica de los aspectos colaborativos y sociales de la Web 2.0; carece también de características que fomenten la participación. Posee sin emabargo todas las características de un sitio amigable y fácil en el uso y que permite agilidad en la búsqueda de información; sin embargo en lo que respecta a los dirigentes del partido el sitio se limita a

nombrarlos, y en lo que se refiere a las oficinas del partido en regiones el sitio web nombra a los dirigentes y entrega sus respectivos correos electrónicos como único medio de contacto.

Imagen 5: screenshot del sitio web del PPD

Por otra parte aquellas características no es observable las presencia de los indicadores que apuntan al control de los contenidos y la información por parte de los mismos usuarios. Los contenidos se encuentran licenciados por un derecho de autor que prohíbe su reproducción total o parcial sin el consentimiento expreso del sostenedor de dicho derecho; sin ir en desmedro de lo anterior el sitio web del PPD presenta algunos documentos y textos para el uso de los visitantes.

Imagen 6: screenshot del sitio web del PPD

6.1.4 Partido Regionalista de los Independientes (PRI)

Los aspectos colaborativos y sociales presentes en el sitio web del PRI se limitan a integrar el uso de *Facebook*. Carece de cualquier característica que fomente la participación de los usuarios.

Imagen 7: screenshot del sitio web del PRI

Posee un menú principal que colabora al momento de usar el sitio y agiliza la búsqueda de información, sin embargo carece de barra de búsqueda, de información acerca del partido (información histórica o acerca de los lineamientos políticos del mismo). Presenta solamente los nombres de los dirigentes generales

del partido, careciendo de cualquier medio de contactarse con ellos, tampoco presenta información referente a sedes regionales del partido.

Imagen 8: screenshot del sitio web del PRI

No incorpora ninguna característica que permita a los usuarios controlar la información. No especifica el tipo de licencia bajo la que se encuentran los contenidos y no presenta material para el uso de los visitantes.

6.1.5 Partido Radical Socialdemócrata (PRSD)

En lo que se refiere a los aspectos colaborativos y sociales de la Web 2.0 el sitio del PRSD posee solamente una sección en que publica los vínculos o links a diversos medios de prensa nacionales (radio, televisión y periódicos).

Con respecto a si el sitio es amigable y fácil en el uso y que sea ágil en la búsqueda de información, el sitio web del PRSD carece de barra de búsqueda; aunque sí posee un menú principal y un mapa del sitio; pero este último no funciona. En lo que respecta a información sobre los dirigentes del partido el sitio se limita a nombrarlos, sin presentar ningún medio de contacto ni información extra. Carece también de información acerca de las sedes del partido en regiones.

Imagen 9: screenshot sitio web del PRSD

Carece de cualquier característica que indique que los usuarios controlan la información. Los contenidos se encuentran licenciados por un derecho de autor que prohíbe su reproducción total o parcial sin el consentimiento expreso del sostenedor de dicho derecho; no existen textos, documentos o archivos para el uso de los visitantes.

6.1.6 Partido Socialista de Chile (PS)

Con respecto a los aspectos colaborativos y sociales el sitio web del PS solamente presenta una sección en que figuran las menciones que la prensa ha hecho del PS. Este sitio web fomenta la participación de los usuarios al aceptar colaboraciones a la web, para ello se debe enviar un correo electrónico con la información, imagen, documento, etc, que se desea aportar.

Imagen 10: screenshot del sitio web del PS

En lo que se refiere a las características de un sitio amigable y fácil en el uso y agilidad en la búsqueda de información; el sitio web del PS carece de una barra de búsqueda, entrega información con respecto a los dirigentes en forma de medios de contacto (números telefónicos y correos electrónicos) y una pequeña reseña biográfica de ellos. Sin embargo presenta información con respecto a oficinas regionales del partido y se limita a entregar números telefónicos de diferentes secciones del partido; pero todas ellas ubicadas en Santiago.

Imagen 11: screenshot del sitio web del PS

Carece de cualquier característica que indique que los usuarios controlan su propia información. Los contenidos se encuentran licenciados por un derecho de autor que prohíbe su reproducción total o parcial sin el consentimiento expreso del sostenedor de dicho derecho; sin embargo el mismo sitio web autoriza su uso a condición de que se le indique como fuente. Presenta textos y documentos para el uso de los visitantes.

6.1.7 Renovación Nacional (RN)

El sitio web de RN posee integración con algunas de las redes sociales más populares: *Facebook*, *Twitter* y Flickr, además de poseer un grupo de *blogs* y usar la tecnología de RSS. Esta es la única característica que posee de aquellas indicadas como los aspectos colaborativos y sociales de la Web 2.0.

Imagen 12: screenshot del sitio web de RN

La participación se fomenta mediante un grupo de *blogs*, de control institucional. Para poseer uno es necesario ser militante del partido y solicitarlo mediante un correo electrónico.

En lo que se refiere a las características de un sitio amigable y fácil en el uso y agilidad en la búsqueda de información; el sitio web de RN carece de una sección con información histórica del partido, entrega información con respecto a los dirigentes del partido en forma de reseñas biográficas; pero carece de los medios para contactarlos. En el caso de la información acerca de oficinas del partido en distintas regiones, el sitio web de RN nombra a los dirigentes regionales y carece de información acerca de la ubicación de las oficinas; pero entrega un mecanismo para contactarse con cada una de las directivas regionales.

Imagen 13: screenshot del sitio web de RN

El control de los usuarios sobre la información se presenta mediante la posibilidad de comentar las noticias presentes en la página.

Los contenidos del sitio están licenciados usando *Creative Commons* en su versión *By*; la cual implica que se es libre de copiar, distribuir y ejecutar públicamente la obra, y de producir obras derivadas. El único requisito para esto es que se debe reconocer y citar la obra original. El sitio también posee documentos y textos para el uso de los visitantes.

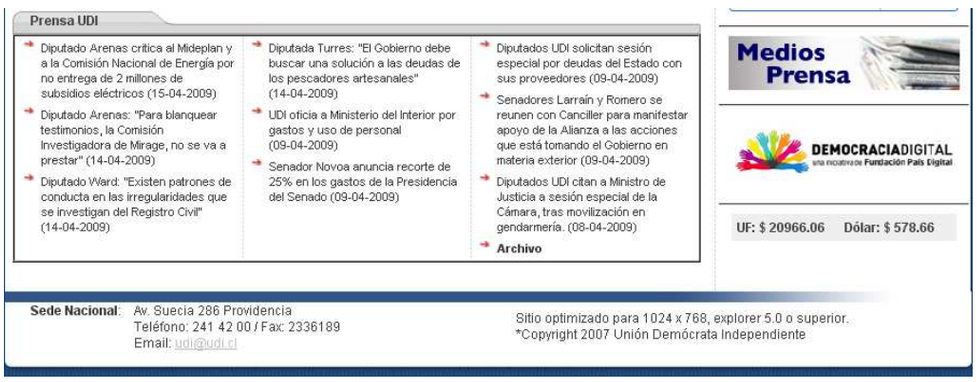
6.1.8 Unión Demócrata Independiente (UDI)

En lo que se refiere a los aspectos colaborativos y sociales de la Web 2.0 el sitio de la UDI posee solamente una sección en que publica los vínculos o links a diversos medios de prensa nacionales (radio, televisión y periódicos). El sitio no posee ninguna característica que fomente la participación.

Imagen 14: screenshot del sitio web de la UDI

En las características que hacen de un sitio amigable y fácil en el uso y la agilidad en la búsqueda de información; el mapa o menú principal del sitio web posee algunos links o vínculos que no funcionan, al mirar la información acerca de los dirigentes nacionales y de las sedes regionales del partido encontramos sólo sus nombres sin ningún tipo de medio de contacto.

Imagen 15: screenshot del sitio web de la UDI



Carece de cualquier característica que indique que los usuarios controlan su propia información. Los contenidos se encuentran licenciados por un derecho de autor que prohíbe su reproducción total o parcial sin el consentimiento expreso del sostenedor de dicho derecho; no existen textos, documentos o archivos para el uso de los visitantes.

6.2 Caracterización de los espacios orientados a la Participación ciudadana *en los sitios Web estudiados*

6.2.1 Aspectos Colaborativos y sociales de la Red
(Anexo[54])

Podemos observar dos tendencias en torno a la integración con redes sociales y al uso del sitio web como herramienta para coordinar grupos de acción. A excepción de los sitios web de RN y del PRI, los sitios estudiados carecen de una integración con las redes sociales más populares. El sitio de RN destaca tanto por la presencia y uso que hacen de dichas redes como por el uso de otro tipo de herramientas digitales: los RSS. RSS significa *Really Simple Syndication*, y permite que el usuario se suscriba a un sitio web y reciba siempre los últimos contenidos publicados en éste (dentro de otras funciones más avanzadas). Esta herramienta no es solamente útil para el usuario, permite al sitio web de origen el ser integrado a cualquier otro sitio, y de esta forma marcar una presencia en diversos sitios web (tanto individuales como institucionales) de forma automática y rápida.

RN en marca una presencia oficial en *Facebook*[55] y *Twitter*[56], dos redes sociales que se destacan como líderes en sus respectivos ámbitos (The Cocktail Analysis 2008). *Facebook* destaca en el segmento 18 – 24 años, mientras que *Twitter* lo hace en el segmento 25 – 31 años (*Ibid*).

Al mismo tiempo RN posee una cuenta oficial en *Flickr*, el cual es un sitio donde se alojan fotografías. Más que ser una red social en si misma, *Flickr* permite socializar imágenes, generar vínculos y relaciones con otros sujetos (usuarios registrados o no registrados).

En el caso del PRI el uso de redes sociales se limita al ámbito de la facción juvenil del partido, omitiendo el uso masificado de una red social como lo es *Facebook*[57].

Retomando el estudio “Herramientas de Comunicación *on-line*: Las Redes Sociales” de *The Cocktail Analysis*, encontramos que las redes sociales usadas por los partidos observados corresponden a las siguientes clasificaciones:

- Facebook: es una Red de Exposición. Es descrita por sus usuarios como la más completa en cuanto a funcionalidades, esto mismo le entrega un carácter más lúdico; se destaca como una red social que permite buscar

[54] Ver Anexo 4, con el detalle de los datos recogidos
[55] Desde Marzo del año 2008
[56] Desde Marzo del año 2008
[57] Desde Junio del año 2008

personas (debido a las herramientas que entrega y a la masificación de su uso), transmite confianza y fiabilidad al usuario.

- Flickr: es una Comunidad de Contenido. Es utilizada para compartir y ver fotografías; pero posee un carácter más formal que Fotolog o MySpace. Es un contenedor de imágenes más que una herramienta de comunicación. La interacción es anónima, posibilita restringir el acceso a parte o la totalidad del contenido.

- Twitter: es una Red de Comunicación Inmediata. Su usuarios se ubican mayoritariamente en el grupo etario de mayor edad (rango 25 – 35 (*Ibid*)), funciona principalmente como un sistema de mensajería instantánea.

Si bien Facebook, Twitter y Flickr corresponden a 3 modelos distintos de redes sociales (The Cocktail Analysis 2008), todos comparten ciertas características básicas que hacen que para el estudio Herramientas de Comunicación on-line: las Redes Sociales puedan ser consideradas como parte de estas redes. Sin embargo creo que es necesario darle una vuelta más al tema de estas redes sociales en especial por las características que me es posible observar tanto como usuario individual, como en mi rol de investigador.

Twitter es un sistema de “microblogging”, es decir que funciona como una bitácora en línea; pero con textos que no pueden superar los 140 caracteres. Esta constricción del mensaje es lo primero que nos llama la atención, obliga al usuario a reducir la cantidad de información entregada; pero tratando de mantener el mensaje coherente e integro. Twitter funciona generando vínculos de seguidores entre los usuarios, existiendo usuarios con miles de seguidores (personajes públicos, líderes de opinión) y otros sin seguidores. Debido a ello es que se considera que Twitter es una red más confiable y seria que Facebook u otras redes sociales (*Ibid*). Twitter es uno de los sitios que más apunta a la conectividad constante del usuario, ya que al funcionar vía mensajes cortos obliga al usuario a mantener actualizado y con información nueva su perfil. En este sentido es que surge la principal barrera de Twitter: el acceso.

Para poder explotar todo el potencial y usabilidad de Twitter es necesario contar con las herramientas tecnológicas necesarias: sistemas que permitan al usuario actualizar su información de forma constante. Me refiero aquí a teléfonos celulares con acceso a Internet (vía red inalámbrica, o mejor aún usando tecnología 3g) o cualquier otro accesorio que nos de acceso a Internet de forma rápida y cómoda. Este simple requerimiento deja ya a muchos de nosotros fuera de esta red.

Facebook por su parte es una Red de Exposición y suele ser citada como un ejemplo de convergencia de herramientas presentes en otras redes sociales: administrador de fotografías, sistema de mensajería instantánea, microblogging, servicio de correo electrónico, etc. (*Ibid*). Se constituye a modo de un sitio web personal (mas no personalizable), que se denomina (al igual que en casi todas las redes sociales) perfil, este perfil se enlaza y contacta con otros perfiles (previa aprobación por parte del sujeto). Para extender esta red social el sitio mismo provee de un mecanismo de búsqueda, el cual nos permite buscar a otros individuos por nombre, correo electrónico, nacionalidad, etc.

La convergencia de herramientas en Facebook permite al usuario evadir la obligación de la actualización constante de información, eliminando la barrera de acceso que presenta Twitter; aumentado su participación en el mercado y su popularidad. Sin embargo ello no repercute en su apreciación como un sitio poco serio o confiable (*Ibid*), siendo preferido al momento de informarnos sobre sucesos que involucran a contactos directos (aquellos asociados a mi perfil de usuario) antes que sobre eventos de tipo nacional o mundial (*Ibid*).

Flickr se enmarca como una Comunidad de Contenido; no representa una red social, si no más bien un espacio para almacenar y compartir imágenes. Posibilita el ordenar, catalogar, comentar, publicar, compartir (o restringir el acceso) las fotografías o imágenes que alojemos en el sitio. Flickr ha alcanzado popularidad debido a la imagen de seriedad, confianza y estabilidad técnica del sitio.

Los tres sitios antes nombrados se encuentran dentro de los más populares hoy en día (*Ibid*), la gran pregunta viene dada con respecto a que es lo que las ha hecho sobresalir de entre otros sitios. Creo que la respuesta viene dada por una unión de factores entre los que vale la pena mencionar:

- Acceso: la existencia de barreras de ingreso elevadas reducirá el número de usuarios; pero puede aumentar la credibilidad (como en el caso de Twitter) o popularidad del sitio (como en el caso de Tuenti, una red social española a la que solamente se puede acceder previa invitación (*Ibid*)).
- Convergencia: el entregar varios servicios en un mismo sitio o que sea compatible con diversos sitios. Por ejemplo: Facebook se encuentra incorporado en varios otros sitios (Youtube, Flickr, Wordpress y Blogger entre otros) e incorpora en si herramientas que de cierta forma reemplazan a otras redes sociales. Twitter entrega la posibilidad de publicar vínculos de manera abreviada (para no utilizar los 140 caracteres en simplemente dar una dirección web) y de enviar fotografías en conjunto con Flickr.

- Público definido: según el estudio de The Cocktail Analysis cada red social se vincula a un grupo etario, de genero y socioeconómico relativamente bien definido; esto ayuda a cada red social (como a cualquier tipo de producto) a mantenerse y crecer con el tiempo.

- Cotidianidad: la presencia de una red social en nuestro entorno (amigos, familiares, compañeros de trabajo, en medios de prensa, cine, etc.) nos hará querer participar en dicha red social, nuestra presencia en ésta hará que nuestros contactos quieran mantenerse, etc. Como indicaba el estudio de The Cocktail Analysis: “si no se está incorporado es como si no se existiera” (*Ibid*).

Los factores anteriores son aquellos que para mi (en mi doble rol de usuario e investigador) priman al momento de analizar la popularidad de una red social por sobre otra. El análisis que hasta aquí he realizado sobre las Redes Sociales corresponde a una reflexión ligera con respecto al tema; ya que éste (Redes Sociales), tal y como lo mencioné en otras secciones de este estudio, presenta una complejidad que bien puede entregar material para otra memoria de grado.

Volviendo a la investigación podemos notar que otra tendencia importante es la carencia de una creación de grupos de acción mediante el uso del sitio web, carencia que todos los sitios web comparten.

Por otra parte la integración o convergencia con medios de prensa parece ser una práctica más habitual, y tres de los sitios web presentan links o vínculos a diversos medios de prensa.

La incorporación de nuevas tecnologías de la comunicación (y las posibilidades que estas abren) constituye una de las políticas gubernamentales más visibles en torno a Internet. Proyectos como el de la Ley de Transparencia, oficinas como el OIRS, la nueva centralidad otorgada a la posibilidad de realizar papeleo y tramites mediante la web, entre otros, apuntan en esta dirección. Los esfuerzos, metas, planes y acciones impulsadas por el gobierno parecen ayudar a validar Internet como un nuevo espacio público, trayendo a colación temas relacionados con la Democratización Electrónica y de Gobernanza en Red; los vínculos entre ambos conceptos y su aplicación (y aplicabilidad) en el plano nacional.

6.2.2 Fomento de la Participación

(Anexo[58])

Todos los sitios web estudiados carecen de foros o salas de discusión que permitan a los usuarios comunicarse entre ellos y participar en el desarrollo del sitio.

Solamente dos sitios web permiten a los usuarios el publicar o aportar al sitio. El sitio web de RN cuenta con un grupo de *blogs* (de propiedad del partido) que entrega a aquellos que lo soliciten, para ello es necesario ser militante del partido y elevar la solicitud mediante un correo electrónico. El sitio web del PS permite que los usuarios envíen un correo electrónico adjuntando aquello que desean publicar, claro que en esta modalidad queda a discreción del administrador del sitio el uso o no uso de la información aportada.

Esta carencia de posibilidades de Participación (y el control que se ejerce sobre las posibilidades existentes) ofrecidas por el sitio web, apuntan a una percepción de Internet como solamente un medio para publicar información selecta y controlada, evitando que este espacio se constituya y empodere como un espacio público (en el sentido que toma en los textos de Habermas). Volveremos a esto con más detalle en las conclusiones.

6.2.3 Amigabilidad, facilidad en el uso y agilidad en la búsqueda de información

(Anexo[59])

La presencia de una barra de búsqueda parece ser una tendencia en los sitios web estudiados, ya que cuatro de ellos poseen una.

La existencia de un menú central o un mapa del sitio se observa en todos los sitios estudiados. Podemos agregar a esto dos detalles, por una parte el sitio de UDI posee algunos links o vínculos que no funcionan, mientras que el mapa del sitio del PRSD no funciona y solamente tenemos un icono inoperante en pantalla.

Solamente los sitios de RN y el PRI no presentan un link o vínculo que contenga información acerca del partido. En todos los sitios web estudiados es posible encontrar un link o vínculo que contenga información sobre los lineamientos políticos del partido.

Todos los sitios presentan información con respecto a sus dirigentes; mas no todos entregan medios de contactos, o más información que el simple nombre.

---

[58] Ver Anexo 5, con el detalle de los datos recogidos
[59] Ver Anexo 6, con el detalle de los datos recogidos

Con respecto a información acerca de oficinas regionales del partido, solamente el sitio web del PC entrega información con respecto a la dirección de sus oficinas regionales y los dirigentes de ellas. En los otros partidos esta información no se encuentra, en el mejor de los casos podemos encontrar el nombre de algún dirigente regional y un correo electrónico para contactarnos con él.

6.2.4 Control de la información por parte de los usuarios

(Anexo[60])

Ningún sitio incorpora contenido de tipo *wiki* (contenido que es por esencia construido por los usuarios: enriquecido, corregido, etc.).

El único sitio que entrega la posibilidad de comentar las noticias publicadas es el sitio de RN. En todos los demás sitios los visitantes no tienen la posibilidad de participar con respecto al contenido de la web.

6.2.5 Capacidad de la "cultura del *remix*"

(Anexo[61])

Solamente dos sitios no entregan ningún tipo de documento para el uso de los visitantes: el sitio de UDI y el de PRSD. El sitio del PRI tampoco lo hace; pero se encuentra la posibilidad (no explicitada en el sitio) de descargar los artículos publicados para el uso del visitante. Destaca el sitio del PC que incorpora un grupo de libros y documentos recomendados, a pesar de no encontrarse en el sitio web.

Al revisar el tipo de licencia de propiedad bajo la cual se encuentran los sitios web, destacan los sitios de cuatro partido. Los sitios de DC y PRI, ya que no indican que tipo de propiedad utiliza. El sitio de PS, que en el mismo sitio entrega el consentimiento para reproducir la información presente, siempre y cuando se mencione la fuente. El sitio de RN utiliza la licencia *Creative Commons*.

Las licencias de *Creative Commons* (o CC) entrega al autor de una obra la posibilidad reservarse algunos derechos con respecto a su obra. Así por ejemplo, tenemos licencias CC que impiden que una obra sea usada para beneficio comercial, otras que obligan a licenciar el trabajo resultante de la misma forma que la obra original. De esta forma tenemos que existen distintos tipos de licencias[62]. El sitio web de RN se encuentra bajo la licencia CC Reconocimiento (*By*), permitiendo a los visitantes utilizar el contenido del sitio sin ninguna dificultad.

---

[60] Ver Anexo 7, con el detalle de los datos recogidos
[61] Ver Anexo 8, con el detalle de los datos recogidos
[62] Para un listado del tipo de licencias refiérase al Anexo 11

7.- CONCLUSIONES

Observando los datos obtenidos salta a la vista el limitado uso que los Partidos políticos realizan de sus páginas en Internet. En muchos casos su uso se restringe al modelo presente en los medios escritos tradicionales (impreso) y, en otros casos, la información presente en el sitio resulta incompleta en torno a temas como medios de contacto o dirigencia del partido, por nombrar algunos[63]. Relacionado con lo anterior es que no podemos encontrar masivamente las características de la Web 2.0 en los sitios web de los Partidos políticos estudiados; es decir que en su mayoría se observa una ausencia de los cinco principios presentados por O'Reilly (2005):

i) Aspectos colaborativos y sociales

ii) Fomento de la participación

iii) Amigabilidad, facilidad en el uso y agilidad en la búsqueda de información

iv) Control de los usuarios de su propia información

v) Capacidad de la "cultura del *remix*"

El sitio web que más se aproxima es el de RN, que presenta diez de las quince características buscadas. En el extremo opuesto se encuentra el sitio web del PRI con sólo tres características.

Los sitios web estudiados se construyen bajo la lógica de que son una vitrina necesaria, como un algo "que se debe tener" para estar a "la moda", "al día"; más que como herramientas para potenciar la participación e inclusión ciudadana. En este sentido es que podemos inferir que los Partidos Políticos estudiados consideran necesaria la presencia en la web, bajo la lógica de una modernización, de un recambio e inclusión en nuevos medios.

Sin embargo lo anterior, la lógica de recambio y modernización que Internet les pueda entregar, la ausencia masiva de los cinco principios de la Web 2.0 en los sitios estudiados hace que estos proyecten la imagen de agrupaciones que no poseen las herramientas técnicas necesarias para llevar acabo un proceso de modernización profundo. En este punto vale la pena mencionar la figura del encargado de la construcción del sitio: el *webmaster*, o programador de sitios web.

El *webmaster* se constituye como mediador tecnológico, como un técnico que pone sus conocimientos al servicio de las demandas de su empleador (el Partido Político en este caso), sin una necesaria correspondencia de ideales o norte

[63] Como es el caso del PRI: su nombre lo presenta como regionalista; pero no figura información alguna del partido en regiones, no presentan información histórica ni ideológica del partido, etc.

político. Esta relación de empleado-empleador puede ser la causante de la falta de algunos elementos de la Web 2.0; ya que el empleador debe solicitar lo que desea o espera de su empleado, dificultando así la presencia de elementos desconocidos para el empleador.

Ésta forma de operar puede llevar a que los sitios web asuman las características de un medio de comunicación corporativo. La Comunicación Corporativa es el conjunto de mensajes que una institución (empresa, fundación, universidad, ONG, etc.) proyecta a un público determinado a fin de dar a conocer su misión y visión, y lograr establecer una empatía entre ambos (Escobar 2001). La noción de Comunicación Corporativa no tiene dentro de si los conceptos de Espacio Público ni de Plaza Pública planteados por Habermas. De allí se desprende la escasa presencia de elementos de la Web 2.0 en los sitios de los Partidos Políticos estudiados.

El uso del modelo de Comunicación Corporativa que parecen seguir los Partidos dificulta la inclusión de aquellas características de la Web 2.0 que favorecen la Participación Ciudadana; pero el mismo modelo de Comunicación Corporativa ayuda al partido a mantener una cohesión interna y una estabilidad en el tiempo.

De este modo se puede dar una ruptura entre representante y representado, al existir vías de comunicación que son principalmente unidireccionales (como plantea el modelo de Comunicación Corporativa). La encuesta LAPOP[64]- Chile 2008 da fe de una desvinculación entre los representados y los Partidos Políticos, indicando que sólo un 21% de la población se reconoce simpatizante de algún partido, sin que ningún partido en especial logre más de un 5% de adhesión. La encuesta en general apunta a una baja adhesión hacia los partidos.

7.1 Crisis de Representatividad

Debo coincidir con Easton (1969) y afirmar que los partidos políticos están en un momento en que su rol, como los principales transmisores hacia los poderes públicos de las demandas de la población, se encuentra en duda. La encuesta LAPOP nos muestra la escasa adhesión que poseen, y la poca confianza que se tiene en ellos como representantes de los intereses de la ciudadanía. Sin embargo esto no quiere decir que haya entrado en crisis la idea de democracia representativa, ya que la misma LAPOP nos indica que casi un 45% de los

[64] *Latin America Public Opinión Project*; Proyecto de Opinión Pública de América Latina, impulsado por la Universidad de Vanderbilt en EEUU, con sede en el Instituto de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

encuestados considera que votar por alguien que represente sus ideas es la mejor manera de realizar cambios a nivel de nación.

Siguiendo a Malamud (2002), Conway (1989) y Castells (2000) podemos concluir que la crisis de representatividad de los partidos tiene uno de sus ejes en una no-identificación entre representante y representado. Por un lado los partidos dejaron de requerir de sus afiliados para mantenerse económicamente, disminuyendo la influencia de estos en la dirección que el partido tomaba; y por otra los representados aumentaron su nivel educacional, exigiendo más del partido que una simple relación de clientelismo y una base ideológica pétrea e inflexible.

Los mismos autores indican que el desgaste que el modelo representativo ha sufrido no viene dado por un sólo motivo, la crisis se constituye a partir de una serie de factores; muchos de ellos específicos de la realidad socio-histórica de cada nación (golpes de Estado, crisis económicas, desastres naturales inclusive), sin embargo otros responden a situaciones globales: crisis armadas que arrastran a varias naciones, crisis económicas, cambios tecnológicos, etc.

La tecnología representa un arma de doble filo para el sistema representativo vigente. Puede tanto dañar como ayudar. El daño viene de la mano de una igualación de la información que manejan representantes y representados, en palabras de Giddens (1996), una perdida de la hegemonía de la información.

Pero también es posible que la tecnología puede ayudar a paliar el trecho que separa a representante de representados. Internet nos entrega la capacidad de reducir distancias, tiempos y costos; es posible levantar encuestas, investigar nichos de mercado, recoger opiniones, realizar propaganda, hacer participes a los ciudadanos (los representados) de la construcción de parte de las políticas a adoptar[65]. Volveremos sobre este punto y la propuesta de Giddens más adelante.

7.2 Internet como nuevo Espacio Público

Podemos referirnos a Internet como un campo que corresponde a la definición habermasiana de espacio público. Recordemos las características expresadas por Habermas con respecto al espacio público: es un espacio simbólico donde se oponen y se responden los discursos, gran parte de ellos son contradictorios y expuestos por diferentes actores (políticos, sociales, religiosos, culturales, intelectuales, etc.) que son parte de una sociedad.

Internet es, sin lugar a dudas, un espacio simbólico. Su presencia y masificación es un proceso que ha tomado alrededor de 15 años[66]. Siguiendo a

[65] O al menos hacerlos sentir participes.
[66] Contando desde el surgimiento de la *World Wide Web*.

Adell (1997), observamos que este proceso ha sido corto en comparación con los tres periodos anteriores que él identifica: oralidad, lenguaje e imprenta; pero que ha afectado nuestra cotidianeidad hasta el punto de que, en palabras de Prince (2006), ha resultado en una modificación en nuestra comprensión de la relación de tiempo y espacio al eliminar las barreras de la distancia y generar instantaneidad. Así mismo tanto Adell (1997) como Prince (2006) coinciden en que las transformaciones sociales, políticas y culturales vienen de la mano a cambios tecnológicos; estableciendo relaciones dinámicas entre ellos.

Adell (1997) nos indica que cada uno de los cambios políticos y sociales ligados a la tecnología implicó un profundo quiebre con el modelo anterior y que el tiempo entre uno y otro se reduce de forma constante.

Volviendo a las características del espacio público de Habermas debemos mencionar que Internet si bien no posee un lenguaje compartido y único, sí posee lenguajes mayoritarios, junto con una serie de códigos y terminos comprensibles para la gran mayoría de los usuarios[67]. Finalmente en Internet se permite la coexistencia de distintos valores y pautas morales (muchas de ellas son opuestas entre si) que aglutinan a los diversos sujetos en torno a ellas.

Con el paso de los años se ha formando en torno a Internet un discurso en el cual se le promueve como la herramienta para solucionar los problemas de Participación Política actuales; diversos autores se han referido a este uso con terminos como Democracia Electrónica, Ciberdemocracia, Democratización Electrónica o eGovernment, sólo por nombrar algunos. Autores como Del Alamo, Prats, Held, Tops y Hoff, por nombrar algunos de los utilizados en la elaboración del presente trabajo, han propuesto a Internet como el medio ideal para reempoderar a la comunidad civil y potenciar la participación; sin embargo es necesario recordar que el mismo mito se tejió en torno a la radio y la televisión en su momento, por autores como Becker, Etzioni o Slaton (Hagen 1997). Lo anterior no le resta valor al alto potencial como herramienta democratizadora que veo en la Internet; mas apunta a guardar una distancia de análisis prudente y a mantener la mirada objetiva propia de un cientista social.

El uso Internet con fines políticos ya ha sido puesto a prueba. La victoria del actual presidente norteamericano es un ejemplo: inició su campaña con poco dinero, permitió que sus simpatizantes usaran su sitio web para organizar concentraciones, marchas y grupos de propaganda, sin imponer él voceros ni jefes por sectores (Stirland 2008). Este tipo de campaña incentivó a otros a crear sus propios sitios web apoyando su candidatura, con material tomado del sitio web

[67] Me refiero a *emoticones*, términos como *mail*, *on-line*, etc.

oficial (*Ibid)*. Este tipo de campaña se vio potenciada por la promesa de renovación que su figura como candidato representaba, con el rechazo que la nación experimentaba hacia la anterior administración, etc. La promesa de cambio y de modernización se une muy bien a la idea que se proyecta con respecto a Internet: Internet es renovación cambio y modernización.

En el ámbito nacional podemos usar como ejemplo el reciente éxito (Ruiz 2009) de la campaña iniciada en octubre de 2008 por la agrupación Un Trato Justo para Todos[68] y su iniciativa para modificar el proyecto de la nueva Ley de Propiedad Intelectual (Ruiz 2008). Para ello se entregó información usando redes sociales populares (*Facebook* y *Twitter* principalmente), se inició un concurso para desarrollar videos de no más de un minuto que ejemplificaran el estado de la ley de Propiedad Intelectual actual y los perjuicios del proyecto de ley que pretendía modificarla: el premio era la exhibición del video. Luego se procedió a invitar a todos a publicar dicho video (y una serie de cuatro más que fueron creados siguiendo el modelo del primero) en sus respectivos sitios web: *blogs*, *fotolog*, *Facebook*, *Twitter*, *Flirck,* etc; incluyendo un vinculo al sitio web oficial para obtener más información. El tercer paso fue la redacción de una carta tipo, la cual fue puesta a disposición de todos los adherentes, para que completaran con sus datos y la enviaran a los senadores y diputados de sus respectivos distritos con copia a los diputados y senadores que promovían el proyecto de ley y a cuantos amigos se deseara enviar.

Ambos casos muestran, en primer lugar, que la participación ciudadana puede ser rápidamente encauzada usando las herramientas que la Web 2.0 entrega; y como segundo punto proponen un uso de Internet por parte de organizaciones ya existentes, una validación de este espacio (relativamente nuevo aún). Este uso es el que logra darle mayor peso al uso de Internet en el ámbito político: lo trae a la discusión pública, al noticiario de cada noche y desde allí a la discusión coloquial.

7.3 Espacio Público y Democratización Electrónica

La llegada de Internet a la discusión coloquial, el considerarla como una tecnología necesaria[69]; no son más que pruebas de su constitución efectiva en un Espacio Público habermasiano.

El mayor potencial de la nueva tecnología de la información (aplicándola a mejorar la situación de la representatividad política y, en definitiva, de la democracia) se encuentra en su capacidad de recuperar la cercanía entre dirigente

[68] http://www.tratojustoparatodos.cl/
[69] Como el mismo gobierno deja en claro con su uso de ella.

y dirigido; que como indicaban Malamud (2002), Conway (1989) y Castells (2000) es la principal causa de la crisis de representatividad. El primer objetivo de la Democratización Electrónica es lograr un aumento en las dimensiones de los canales y vías destinados a la provisión de información. La meta a perseguir es el realce de la democracia a través de las nuevas tecnologías de manera que pueda incrementarse el poder político de aquellos que no poseen (que han perdido, que nunca han tenido) un rol en los procesos políticos fundamentales. Se pretende por lo tanto, aumentar el número de ciudadanos en las esferas de discusión política, aumentando su participación e inclusión, empoderando a diferentes actores para que se encuentren en una mejor posición frente a los demás actores político-civiles (Hacker, Todino 1996).

La Democratización Electrónica puede aprovechar la actual crisis de representatividad y utilizar la pérdida de hegemonía de la información sufrida por los partidos (como lo expresaba Giddens (1996)) para generar una situación de "igualación de la información"; es decir para acercar a representantes y representados en camino a reconstruir el vínculo de identificación entre ambos. Sin embargo esta nueva identificación no puede venir dada por el modelo de comunicación corporativa, debe ser fruto de un nuevo nivel de acceso a las diversas ventajas informativas que nos ofrece Internet.

La principal complicación a la que se ve enfrentada la Democratización Electrónica es la del acceso, el cómo extender a la población en general las ventajas informativas que Internet ha otorgado a los miembros de las élites; ventajas que toman provecho de dos tópicos en particular: la brecha digital y el analfabetismo digital (Hacker, Todino 1996). El concepto de brecha digital y el de analfabetismo digital son distintos. La brecha digital apunta al acceso a la tecnología, mientras que el analfabetismo digital se refiere al uso de la misma. Ambos son, también, de distinta dificultad de superación; es decir, no es tan difícil de superar el tema del acceso (brecha) como el del uso (analfabetismo).

Ambos problemas involucran demandas económicas y políticas, requieren de planes coordinados y ejecutados por múltiples organizaciones. El tema de los costos debe verse al mismo tiempo que el de la voluntad política requerida para llevar a cabo transformaciones importantes en distintos niveles de la vida nacional (educacional, institucional, etc).

Se requiere un modelo de gobernanza que permita estas acciones, un modelo que haciendo uso de las nuevas tecnologías, les brinde más espacio y un mayor uso.

Únicamente la provisión pública en infraestructura de la información y el subsidio público para los servicios de información pueden asegurar que los beneficios de acceder a la información serán distribuidos de una manera equitativa y democrática (Schiller 1984), promoviendo la disminución de la creciente disparidad entre los que tienen acceso a la información y los que no.

7.4 Democratización Electrónica y Gobernanza en Red

Debemos tener en cuenta que todas las nuevas tecnologías cambian sus precios constantemente de modo que la disminución del costo a invertir por cualquier entidad de tipo gubernamental (en términos de tiempo, esfuerzo y dinero) para generar transparencia, participación o responsabilidad permiten que dichos principios se tornen esenciales y inexcusablemente necesarios (*Ibid*). Sin duda, se trata de una razonamiento teórico que requiere de más estudios y de acciones investigativas más amplias, pero que considero razonable dada la facilidad con que las nuevas tecnologías captan, procesan y difunden la información.

Por ejemplo, a partir de un determinado nivel tecnológico, el costo de la transparencia en relación a su potencial alcance irá disminuyendo progresivamente en función del acceso, ya que un mayor acceso incrementa el alcance potencial de la transparencia y, por tanto, el valor de la misma (Hacker, Todino 1996). Es en este caso esencial el considerar el acceso como la clave del cambio.

Cuando el desarrollo tecnológico (no tan solo en soporte, sino también en la infraestructura y en la regulación legal de su aplicación) sea capaz de reducir los costes de la transparencia, de participación o de responsabilidad política, éstos principios resultan más fácilmente integrables en el sistema político; dado que convergerán en un medio, las redes digitales, y forjan una estructura de gobernanza interdependiente y dinámica capaz de garantizar el logro de sus objetivos (*Ibid*).

El aparato gubernamental debe observar que Internet ha colocado un nuevo poder en manos de los ciudadanos (Prats 2001). Los gobiernos no pueden permanecer más como simples dispensadores de información (Riley 2000). Así, las nuevas tecnologías están empezando a ser usadas no sólo para entregar servicios a la población sino para reforzar algunos aspectos como la administración gubernamental. También, algunos de estos gobiernos están empezando a desplazarse hacia postulados de gobernanza en red. En este contexto, la gobernanza puede ser vista como uno de los medios a través de los que proveer

servicios a la ciudadanía y mejorar los mecanismos de eficiencia administrativa en el interior de los gobiernos (*Ibid*).

Recordemos que al hablar de gobernanza nos referimos al sistema institucional que enmarca la acción de actores sociales relevantes para la determinación y asignación autoritaria de los bienes y recursos públicos (Hacker, Todino 1996). Por otra parte la Gobernanza en Red requiere de una interdependencia entre organizaciones, interacciones continuas entre actores, interacciones basadas en la confianza y reguladas por reglas negociadas y acordadas por las partes de antemano y, por último, la Gobernanza en Red implica una significativa autonomía respecto de un gobierno central (*Ibid*); es decir que plantea una necesaria desconcentración y descentralización del Estado.

La Gobernanza en Red entrega y requiere más participación de parte de los actores, vinculándose directamente con la noción de Democratización Electrónica y Participación ciudadana. Sin embargo, la interrelación entre todos estos factores resulta complejo y es mi intención el sólo postular plausibles interpretaciones de un fenómeno todavía poco estudiado en profundidad por las ciencias sociales.

7.5 Posibilidades, limitaciones y proyecciones

Puede resultar extraño que existiendo los medios técnicos, la capacidad económica, pruebas de su potencial y la urgencia por reencantar a los votantes, los Partidos Políticos estudiados no hagan un uso masivo de Internet y de las características (considerándolas como ventajas) de la Web 2.0. Sin embargo es necesario considerar que sin importar cuan veloces sean las innovaciones que la tecnología nos entregue cada día, los cambios de un paradigma tecnológico tardan tiempo en establecerse de forma hegemónica (Sádaba 2005) y es un proceso de rupturas, de errores y de acomodos (Adell 1997).

El por qué los Partidos Políticos estudiados no usan Internet ni las características de la Web 2.0 no debe responder, a mi parecer al menos, a un factor único. Resulta más plausible creer que se deba a una combinación de dos elementos: la Perdida de la Hegemonía de la Información y la No-Identificación entre Representante y Representado. Ambos factores se pueden traducir en situaciones específicas como son:

1. **Perdida de la Hegemonía de la Información:**

    a) <u>Velocidad de los Cambios:</u> la velocidad que implica Internet puede resultar en un ambiente hostil para que una organización como un Partido Político se adapte. Recordemos que todas las organizaciones se resisten al

cambio (Krieger 2001) en especial aquellas que se encuentran bien posicionadas y que cuentan con una tradición que las respalde.

b) Desconocimiento: los partidos políticos desconocen las herramientas de la Web 2.0 y los usos que se pueden dar a Internet.

c) Webmaster o Mediador Tecnológico: su presencia genera una distancia entre el empleador (en este caso el Partido Político) y el producto entregado (el sitio web), limitando el potencial de su trabajo a aquellas labores por las que ha sido contratado; en especial si consideramos que (por lo general) no existe un vínculo ideológico entre ambas partes.

2. No-Identificación entre Representante y Representado:

a) Desinterés: los partidos políticos no están interesados en usar Internet ni la Web 2.0, prefieren seguir usando los medios tradicionales, con nichos de público bien establecidos. Una mirada más extremista podría decir que realmente no les interesa integrar a los representados en sus campañas y que el sentido que dan a la representación sea solamente gobernar el aparato estatal.

b) Edad: los partidos políticos estarían compuestos por sujetos que debido a su edad no usan Internet o bien se dirigen a un público que por brecha etaria no hace uso de ella.

c) Lógica de Comunicación Corporativa: los partidos manejan sus sitios web siguiendo la lógica de la comunicación corporativa; esto es estableciendo canales unidireccionales de comunicación, considerando a su público por nichos (etarios, socioeconómicos, geográficos, etc.) y entregando un volumen y calidad de información que busca grajearse la simpatía del lector, esto último resulta difícil si consideramos que el lector-ciudadano suele tener acceso a más información que sólo la entregada por el Partido (volvemos al punto de la perdida de la hegemonía de la información).

Debo hacer notar que los puntos antes nombrados no pretenden cerrar la discusión, ni explicar a totalidad el fenómeno observado y registrado en ésta Tesis de Grado; pero considero que son los factores que me permiten explicar el uso dado a la Web 2.0 y a Internet por parte de los partidos políticos estudiados.

En este punto debemos tener la suficiente delicadeza intelectual para evitar un discurso tecnofílico. El sólo uso de redes sociales, Web 2.0 o de cualquier tipo de avance tecnológico no constituyen garantía suficiente para lograr una mayor Participación Ciudadana ni para aliviar la crisis de representatividad. Es necesario cambiar el centro de atención de los partidos políticos, de los representantes y de los representados. Los Partidos Políticos, y el aparato estatal, deben usar Internet como una herramienta para escuchar a la ciudadanía más que para hablarle; de lo contrario se corre el riesgo de repetir los modelos de aislamiento en que actualmente se encuentran los representantes políticos.

Estás ideas no son para nada nuevas; son las mismas que el máximo exponente de esta forma de hacer política, Ravi Singh, propone. Ravi Singh[70] es considerado el *gurú* de la campaña de Barack Obama por Internet, a él se debe el modelo adoptado por éste[71]. Entre sus preceptos de esta nueva forma de hacer campaña política destacan[72]:

a) Uso Constante: los políticos deben hacer uso constante de Internet y las redes sociales, no solamente en tiempo de campaña.

b) Escuchar más que hablar: los políticos deben usar Internet y la Web 2.0 para recoger las demandas de la ciudadania, tratando de hacer su discurso lo más ajustado posible a las necesidades locales.

c) Proponer, no atacar: es necesario que usen Internet como una herramienta de proposición, no para destacar lo erróneo ni las falencias de sus opositores.

d) Incentivar, no ordenar: es necesario incentivar la participación de los ciudadanos en la política (en periodo de campaña o no), dejar que sean ellos mismo los que se decidan a realizar campaña; esta campaña será más amplia, más efectiva y más económica que cualquier campaña organizada o dirigida por el comando del candidato.

e) Conjunción de medios: Internet y las herramientas de la Web 2.0 deben ser usadas en armonía con los medios de prensa tradicionales

[70] http://www.ravisingh.com/
[71] http://www.electionmall.com/
[72] http://alt1040.com/2009/06/guru-de-la-campana-en-internet-de-obama-critica-el-uso-del-medio-en-el-proceso-electoral-de-mexico

(radio, televisión, periódicos, afiches, etc), dando de esta forma una continuidad al mensaje que el candidato pretende entregar.

f) Plataformas de participación: las herramientas de la Web 2.0 permiten entregar plataformas en Internet que faciliten la tarea de coordinación de los simpatizantes, hacerlos sentir participes del desarrollo de la campaña: permitirles realizar donaciones directas, abrir espacios de discusión, generar mesas redondas virtuales, etc.

g) Plataformas de Interacción: el ciudadano/votante se siente distante de los partidos políticos, es necesario crear un medio de comunicación directo entre representante y representado, una forma de integrar al representado a la vida cotidiana del representante, hacerlo sentir cercano.

Los elementos recientemente descritos apuntan a la idea básica de que no basta usar la tecnología, no es simplemente cosa de "armar" un sitio web y con eso creer que se ha hecho ingreso a una nueva forma de hacer política; es necesario ajustar los patrones de conducta actualmente presentes en los Partidos Políticos para poder aprovechar al máximo Internet y la Web 2.0, y de esta forma renovar y sanar el rol de los Partidos Políticos como representantes de la ciudadanía.

A nivel global son pocos los gobiernos que han sido capaces de involucrar a su ciudadanía en los procesos democráticos por vía electrónica; el que más destaca es el proyecto Qualeg de la Unión Europea[73]. Otros gobiernos han usado Internet como un nuevo dispensador de información y que se constituye en un refuerzo del proceso democrático[74], pero esto no es suficiente y deben buscarse nuevas pautas basadas en el uso de las nuevas tecnologías. Existen algunas iniciativas gubernamentales que tratan de incorporar a los ciudadanos a la red[75], buscando consolidar un proceso de retroalimentación a través de diversos reportes y desarrollando listas de distribución así como grupos de discusión para extraer las perspectivas de los ciudadanos. No obstante este tipo de iniciativas constituyen la excepción a la regla, la mayor parte de los gobiernos están lejos de las actividades que los propios ciudadanos desarrollan a través de la red en todo el mundo. Estas actividades suponen sustanciales cambios en la esfera política y social considerando la Internet como un medio para fomentar, reforzar y cambiar la manera en la que la población se ha involucrado en los procesos democráticos.

---

[73] Para mayor información visite http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/research/projects/qualeg/index_en.htm

[74] Recordemos los discursos de Barack Obama vía *Youtube*.

[75] Como los proyectos *e-Parliament* o *e-Representative*, ambos de la Unión Europea. Para Mayor información visite http://www.fayerwayer.com/2010/04/proyectos-europeos-buscan-acercar-a-los-ciudadanos-con-sus-gobiernos/

La tecnología constituye un fruto de la acción humana, y por tanto se encuentra en constante cambio y evolución; pensar que ya se ha alcanzado la cúspide implica obviar la naturaleza inventiva y la capacidad para resolver problemas de nuestra especie. Por ello podemos afirmar que aún no sabemos cuales serán todas las potenciales aplicaciones de Internet, ni los límites de su desarrollo; pero, sean cuales sean estas, es necesario tener en mente que nos enfrentamos a un cambio en nuestras lógicas de comunicación (Adell 1997) y que estamos frente a una herramienta que nos permite reducir drásticamente las barreras de tiempo y espacio (Prince 2006).

Resulta imposible escindir a la sociedad de la tecnología que desarrolla. Ambas se estimulan y moldean, cambiando y modificando las interacciones sociales de forma más o menos dramáticas (Prince 2006).

La política tampoco se escapa de dicha relación con la tecnología y ya en la década del ’70 en los países desarrollados se pensaban que era posible usar la televisión como herramienta democratizadora[76].

En la actualidad ciertos países han hecho de Internet una política nacional[77], en nuestro país el gobierno ha realizado una serie de transformaciones a sus sitios web, logrando hacerlos más dinámicos. Sin embargo los Partidos políticos estudiados no han hecho eco de dicha actitud.

La trascendencia que los partidos políticos han tomado se debe en gran medida a su rol como mediadores entre el poder político gobernante y la ciudadanía que delega en ellos un rol de control, una expresión de demandas y un poder de decisión (tal como lo expresan las definiciones propuestas por Sartori (1980) y Easton (1969)). El observar los sitios web de los Partidos políticos debería ser suficiente para obtener información con respecto a un partido en especial. De esta forma el rol de los Partidos políticos se prolongaría y se fortalecería, posibilitando el refundar la democracia representativa, el motivar el espíritu democrático y acercar el gobierno al grueso de la ciudadanía, sean estos votantes o no.

Una de las fundamentales debilidades de los sitios web de los partidos políticos estudiados es la poca información. Información tan relevante como sus postulados ideológicos, su desarrollo histórico, sus dirigentes y las diversas sedes a

[76] Como proponían Becker (1981), Toffler (1980) o Etzioni (1983).
[77] Corea del Sur planifica llegar a un ancho de banda de 1 Gbps (en Chile el máximo es de 10 Mbps, cerca de un 1% del máximo esperado coreano) para el año 2012. El gobierno de Australia se encuentra discutiendo la factibilidad de crear un *firewall* a nivel nacional, que controle todo el contenido de Internet que entra en el país. En China se limita el acceso a ciertos contenidos de Internet y sus buscadores no registran resultados para tópicos como, por ejemplo, el de la plaza de Tian’anmen.

lo largo del país constituyen información básica, necesaria y obligatoria. Por otra parte se podría ir un paso más allá y presentar medios de contacto digitales, participación directa en el partido, organización mediante el sitio web o el desarrollo de una base de datos para generar grupos de acción junto con militantes que se encuentren geográficamente cerca.

Sin embargo los sitios web de los partidos políticos chilenos carecen de muchos de estos aspectos que harían del sitio una herramienta más de campaña, promoción y organización. En la mayoría de los casos el sitio es tratado siguiendo la lógica de la Comunicación Corporativa: sin apelar a nuevas aplicaciones tecnológicas, ni a las posibilidades de transparencia, economía (al momento de permitir y estimular que los partidarios se organicen para realizar campañas), exposición mediática (una campaña desarrollada de esta forma puede atraer la atención de la prensa) y rapidez (al usar Internet como medio de comunicación se puede aprovechar la instantaneidad que brinda) que sin lugar a dudas se pueden convertir en beneficios electorales y en sentar un precedente histórico.

Se torna necesario pues, que los partidos rompan con el aislamiento al que el tiempo y las prácticas los han acostumbrado. Es necesario, para enriquecer la experiencia de la democracia representativa, fortalecer los valores que la democracia trae consigo y revitalizar el rol de los partidos como transmisores de las demandas de la ciudadanía; que los partidos se abran a la ciudadanía usando cuanta herramienta puedan.

En este aspecto la economía, sencillez y velocidad que la Web 2.0 trae consigo, la hacen perfilarse como un buen candidato. Sin embargo tampoco se debe caer en el simplismo que creer que existe una correlación directa y unidireccional entre Web 2.0 y mayor democracia y Participación ciudadana.

Si bien la Web 2.0 resulta una buena herramienta, no es la única herramienta, ni es condición *sine qua non*. Debemos considerar que hace falta más que un grupo de herramientas nuevas para lograr reactivar la democracia representativa. Se necesita la participación activa de los ciudadanos, se necesita resignificar los antiguos roles políticos y los antiguos conceptos socio-históricos (Touraine 1992).

Son muchos los factores que hacen falta para lograr una mayor Participación e inclusión ciudadana, las nuevas herramientas entregadas en la Web 2.0 se prestan para realizar la difícil labor de refundar la Democracia Representativa. Hace falta comenzar, hace falta el pensar en los caminos a recorrer y construir un punto de inflexión desde el cual comenzar a construir una Democracia más rica y una ciudadanía más plena.

7.6 Post Scriptum

La creación de un corpus para realizar análisis de contenido siempre presenta dificultades. El investigador debe decidir que parte de la realidad dejar fuera de su selección, debe poseer la sutileza técnica para discernir que ámbitos de la realidad es lo suficiente relevante y representativa como para integrarla a su corpus.

Al trabajar un tema vinculado a Internet la dificultad técnica es mayor: Internet es un campo en desarrollo, que experimenta cambios rápidos y muchas veces de enorme profundidad, el surgimiento o desaparición de medios[78] en Internet se puede dar sin un previo aviso, etc.

El no incorporar las Redes Sociales en mi corpus fue sin duda un error, motivado tanto por mi inexperiencia como por el escaso peso que en el momento de la creación del corpus tenían. Al momento de generar mi corpus las Redes Sociales no habían aún "madurado" su presencia y utilización, resultando, desde mi inexperiencia, como poco relevantes.

El análisis de las Redes Sociales hubiese aportado una capa importante a mi estudio, al ser herramientas que vinculan directamente a los representantes con los representados.

Por otra parte considero que falto de mi parte un trabajo critico más de fondo, mi trabajo carece de la profundidad que proyecté en un principio. Esta falta de profundidad se debe, una vez más, a la construcción de mi corpus y al momento en que este fue levantado. Al momento de iniciar mi trabajo de campo los Partidos Políticos se estaban preparando para la campaña presidencial, restableciendo vínculos internos, planificando modificaciones en sus portales web y planificando nuevas estrategias de acercamiento a los votantes.

Considero sin embargo que mi trabajo no carece de merito ni de riqueza, al menos en lo que al plano personal se refiere. Me fue posible acercarme a un campo de investigación relativamente nuevo, luchando por generar un corpus coherente y manejable. Si bien es cierto que mi análisis careció de la riqueza deseada si hace presente tópicos relacionados con la forma en que los Partidos Políticos se acercan a la ciudadanía, el modo en que usaban Internet, la discusión de las nuevas formas de enriquecer la democracia, los planteamientos de la crisis de representación y la discusión en torno al valor de Internet como Espacio Público.

Puedo decir que para un trabajo a futuro queda pendiente la construcción de un corpus más amplio: el analizar los sitios web, las Redes Sociales y la

[78] Entendiendo la idea de Medio como sitio web, medio de prensa, red social, etc.

vinculación entre ambos. Queda pendiente la discusión en torno a la lógica de funcionamiento de las Redes Sociales, su vinculación con la política, con la generación de “lideres de opinión”, etc.

REFERENCIAS

Libros

- Barber, B. (1984). *Strong democracy. Participatory politics for a New Age*. Berkeley: University of California Press.
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: AKAL.
- Bartolini, S. (1991), *Partidos y sistemas de partidos*, en *Manual de ciencia política*, Gianfranco Pasquino y otros. Santiago: Alianza Editorial.
- Bartolini, S. & Mair, P. (1990), *Identity, Competition and Electoral Availability: The Stabilization of European Electorates, 1885-1985*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berelson, B. (1952), *Content Analysis in Communications Research*. New York: Hafner Press.
- Bobbio, N. (1995). *Derecha e Izquierda. Razones y significados de una distinción política*. Madrid: Taurus.
- Bobbio, N., Matteucci, N. & Pasquino, G. (2002), *Diccionario de Política.* Buenos Aires: Siglo XXI
- Bogdan, R. & Taylor, S. (1986) *Introducción a los métodos Cualitativos de Investigación.* México DF: Piadós.
- Blondel, J. & Cotta, M. (eds.) (1996), *Party and Government. An Inquiry into the Relationship between Governments and Supporting Parties in Liberal Democracies*. London: Macmillan Press Ltd.
- Castells, M. (2000), *La era de la Información: economía, sociedad y cultura; Vol.2: El Poder de la Identidad*. México DF: Siglo XXI
- Conway, M. (1986), *La Participación Política en los Estados Unidos*. México DF: Ediciones Gernika
- Dahl, R. (1989). *Democracy and its Critics*. London: Yale University Press.
- Dahl, R. & Lindblom, C. (1971), *Política, economía y bienestar*. Buenos Aires: Piados.
- Downs, A. (1973), *Teoría económica de la democracia*. Madrid: Aguilar.
- Duverger, M. (1987), *Los Partidos políticos*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Easton, D. (1969) *Esquema para el análisis político*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- León, R. (1971) *Evolución Histórica de los Partidos políticos chilenos.*

Santiago: Francisco Aguirre

- Giddens, A. (1996), *Más allá de la Izquierda y la Derecha*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Gramsci, A. (1984), *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado moderno*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Hagen, M. (1997) *A typology of Electronic Democracy*. Giessen: University of Giessen Press.
- Held, D. (1987). *Models of Democracy*. Cambridge: Polity Press
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2003) *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw-Hill
- Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona. Editorial UOC
- Hoff, J., Horrocks, I. and Tops, P. (eds). (2000). *Democratic Governance and New Technology.* London: Routledge/ECPR Studies in European Political Science.
- Hostil, O. (1969) *Content analysis for the social sciences and humanities.* Massachusset: Addison Wesley.
- Krieger, M. (2001). *Sociología de las Organizaciones. Una introducción al comportamiento organizacional.* Buenos Aires: Pearson Education.
- Krippendorff, K.(1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica.* Barcelona: Piados Comunicación.
- La Palombara, J. & Weiner, M. (eds.) (1966), *Political parties and political development*. Princeton: Princeton University Press.
- Lipset, S. & Rokkan, S. (1992), *Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales*. En: *Diez textos básicos de Ciencia Política*. Barcelona: Ariel.
- MacPherson, C.B (1982) *La democracia liberal y su época*. Madrid: Alianza.
- Manin, B. (1993), *Metamorfosis de la representación*. En: *¿Qué queda de la representación?*, Mario Dos Santos (coord.). Caracas: Editorial Nueva Sociedad.
- Mattelart, M. (2000), *Pensar sobre los medios: comunicación y crítica social*. Santiago: LOM Ediciones.
- Michels, R. (1979), *Los* Partidos políticos. Buenos Aires: Amorrortu.
- Naisbitt, J. (1982) *Megatrends*. New York: Warner Books.
- Noelle-Neumann, E. (1995), *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidos
- Offe, C. (1988), *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Madrid: Editorial Sistema.

- Oppo, A. (1982), *Partidos políticos*, en *Diccionario de Política*. México DF: Siglo XXI.
- Ostrogorski, M. (1902), *La démocratie et l'organisation des partis politiques*. París: Calman-Levy.
- Panebianco, A. (1990), *Modelos de Partido*. Madrid: Alianza Universidad
- Pizzorno, A. (2002), *El poder Político en la sociedad en vías de Globalización*. En: *Nueva Economía, Nueva Sociedad*, Francisco Jarauta (coord.). Madrid: Fundación Marcelino Botín
- Prats Cátala, J. (2001), *Gobernabilidad democrática en América Latina Finisecular*. *Instituciones, gobiernos y liderazgos*. En: *BID 2001: Democracia en déficit: gobernabilidad y desarrollo democrático en América Latina y el Caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo
- Rheingold, H. (1993) *The Virtual Community*. New York: Harper Collins.
- Rodríguez, G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Editorial Aljibe.
- Sartori, G. (1980), *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial
- Sartori, G. (1998) *Teoría de la Democracia, vol. I: El debate contemporáneo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Schiller, H. (1984) *Information and the Crisis Economy*. Norwood: Ablex.
- Schmitt, C. (1984), *El concepto de lo político*. Buenos Aires: Folios Ediciones
- Schumpeter, J. (1984), *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Folio.
- Slaton, C. (1993) *Televote: expanding citizen participation in the quantum age*. New York: Praeger.
- Toffler, A. (1980) *The third way*. New York: Bantam.
- Tonelli, L. (1992), *Partidos políticos y modelos de democracia*. Buenos Aires: Secretaría de Publicaciones CECSo, UBA.
- Touranie, A. (1992), *Comunicación política y la crisis de la representatividad* en *El nuevo Espacio Público*, Ferry, J., Wolton, D. Barcelona: Gedisa
- Urzúa, G. (1992), *Historia Política de Chile y su evolución electoral. Desde 1810 a 1992*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile.
- Von Beyme, K. (1986), *Los Partidos políticos en las democracias occidentales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Ware, A. (1996), *Political Parties and Party Systems*. Oxford: Oxford University Press.
- Weber, M. (1984), *Economía y Sociedad*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Wolton, D. (2001), *Pensar la Comunicación*. Buenos Aires: Editorial Docencia.

Documentos en Línea

- Andréu, Jaime. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. En http://www.fundacion-centra.org/pdfs/S200103.PDF [Revisado el 30 de Octubre de 2008]
- Creative Commons Chile, Tipos de Licencias http://www.creativecommons.cl/tipos-de-licencias/ [Revisado el 22 de Junio de 2009]
- ElectionMall.com, where everyday is a campaign. En http://www.electionmall.com/ [Revisado el 30 de Julio de 2009]
- Encuesta LAPOP – CHILE 2008. 2008. http://www.puc.cl/cienciapolitica/html/lapop2008.html o http://www.vanderbilt.edu/lapop/ [Revisado el 15 de Marzo de 2009]
- Escobar, J. (2001) *La Comunicación Corporativa* http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/comucorp.htm [Revisado el 10 de Abril de 2010]
- *Internet World Stats: usage and population stats*, del sitio: http://www.internetworldstats.com/south.htm#cl [Revisado el 20 de Julio de 2009]
- Goycoolea, L. (2008) *Partidos políticos reprueban en Internet* http://rie.cl/?a=158963 [Revisado el 18 de Enero de 2009]
- *Herramientas de Comunicación on-line: las Redes Sociales.* The Cocktail Analysis, Madrid: 2008. En http://tcanalysis.com [Revisado el 10 de Febrero de 2010]
- Lorica, Ben (2008) *Where does Facebook grows from here* http://radar.oreilly.com/archives/2008/05/*Facebook*-demographics-age-and.html [Revisado el 20 de Febrero de 2009]
- *Monitoreando el futuro digital: resultados de la encuesta WIP-Chile 2006* http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20080418/asocfile/20080418230431/wip_chile_2006_informe_final_en_pdf_ok.pdf [Revisado el 18 de Mayo de 2009]

- O'Reilly, T. (2005) *What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* http://oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1 [Revisado el 20 de Febrero de 2009]
- RaviSingh.com. En http://www.ravisingh.com/
- Riley, T. (2000) *Electronic governance and electronic democracy*. http://www.rileyis.com/report/mar00.htm [Revisado el 30 de Julio de 2009]
- Sádaba, I. (2005) *Del Cambio Tecnológico al Cambio Social. Conflictos y protestas Globales en Red*. http://www.edicionessimbioticas.info/Del-cambio-tecnologico-al-cambio [Revisado 10 de Marzo de 2010]
- Trato Justo para Todos. En http://www.tratojustoparatodos.cl/ [Revisado el 22 de Julio de 2009]
- Vicente, J.L. (2005) *Inteligencia Colectiva en la Web 2.0 . Por qué 2005 puede ser tan importante para la Red como 1995* http://www.zemos98.org/festivales/zemos987/pack/pdf/joseluisdevicente.pdf [Revisado el 30 de Junio de 2009]

Ponencias, discursos y similares

- Aliaga, K., Arellano, F., Casanova, M., Díaz, T., Guzmán, R. (2009). Representaciones Sociales acerca de Internet que poseen los jóvenes estudiantes que lo utilizan. Tesis para optar al titulo de Psicólogo (aún no publicada). Valparaíso: Universidad de Valparaíso
- Bonchek, M. (1995) Grassroots in Cyberspace: recruiting members on the Internet or do computers facilitate collective action? A transaction cost analysis. Ponencia realizada en la Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago.
- Illanes, R. & Oyanedel, S. (2001). Publicidad e Internet: el desafío del mensaje Virtual. Tesis para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Malamud A. (2002) Partidos Políticos. Buenos Aires.
- Prince, A. (2006). Nosotros y las TIC's: una reflexión desde la Protohistoria de la Sociedad del Conocimiento. Buenos Aires.

Publicaciones Periódicas

- Are, G. & Bassani, L. (1992), El sistema de partidos en Estados Unidos. *Leviatán, 47.*
- Becker, T. (1981). Teledemocracy. Bringing power back to the people. *The Futurist*, Diciembre 1981, pp. 6-9.

- Etzioni, A. (1983). Teledemocracy. The electronic Town Meeting. *Current*, Febrero 1983
- Iñiguez, L. (2004). El debate sobre metodología cualitativa versus cuantitativa. *Revista de psicología social aplicada*, vol 5 n° ½, pp 57-82
- Katz, R. & Mair, P. (1995), Changing models of party organization and party democracy: the emergence of the cartel party. *Party Politics Nº 1 Vol. 1*; pp 5-28.
- Kitschelt, H. (2000), Citizens, politicians, and party cartellization: Political representation and state failure in post-industrial democracies. *European Journal of Political Research, 37.* pp 149-179.
- Hutter, M. (2001) Efficiency, Viability and the New Rules of the Internet. *European journal of law and economics, Vol. 11, Nº 1*, pp. 5-22
- Pizzorno, A. (2006) La naturaleza de la desigualdad: Poder político y Poder privado en la sociedad en vías de la Globalización, *Estudios de Política y Sociedad Nº1*, pp. 73-107.
- Rhodes, R. (1996) The new governance: governing without government, *Political Studies 44*, pp. 652-667
- Snider, J. (1994). Democracy On-line. Tomorrow´s Electronic Electorate. *The Futurist*. Octubre 1994, pp 15-19.

Publicaciones Periódicas en Línea

- Adell, J. (1997). Tendencias en Educación en la Sociedad de las Tecnologías de la Información. *Edutec*, Nº 7 http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html [Revisado el 10 de Marzo de 2010]
- Del Alamo, Ó. & Prats, J. (2003). Democracia Electrónica: Conceptos, tipos y Posicionamientos. *Futuros*, Vol. 1 Nº 4 en http://www.revistafuturos.info/futuros_4/democr_elect_1.htm [Revisado el 15 de Mayo de 2009]
- Hacker, K. & Todino, M. (1996) Virtual Democracy at the Clinton White House: an experiment in Electronic Democratization. *Electronic Journal of Communication/La Revue Electronique de Communication*, Vol. 6, Nº 2 en http://www.cios.org/www/ejcmain.htm [Revisado el 20 de Marzo de 2009]
- Ojeda, F. 2009. Gurú de la campaña en Internet de Obama critica el uso del medio en el proceso electoral de México. *Alt1040* en http://alt1040.com/2009/06/guru-de-la-campana-en-internet-de-obama-critica-el-uso-del-medio-en-el-proceso-electoral-de-mexico [Revisado el 20 de Septiembre de 2009]

- Peña, I.& Córcoles, C (2006). Web 2.0 y difusión de la investigación: reseña del seminario. *Revista de Internet, derecho y política* en http://www.uoc.edu/idp/3/dt/esp/pena_corcoles.pdf [Revisado el 30 de Junio de 2009]
- Ruiz, C. 2008. El Gobierno de Chile acuerda las pautas de la SCD y acepta una ley abusiva para todos. *FayerWayer* en http://www.fayerwayer.com/2008/10/el-gobierno-acuerda-las-pautas-de-la-scd-y-acepta-una-ley-abusiva-para-todos [Revisado el 20 de Febrero de 2009]
- Ruiz, C. 2009. Semana del delincuente: 4 días infringiendo la ley. *FayerWayer* en http://www.fayerwayer.com/2009/06/semana-del-delincuente-4-dias-infringiendo-la-ley/#more-30069 [Revisado el 22 de Septiembre de 2009]
- Stirland, S. 2008. Propelled by Internet, Barack Obama wins Presidency. *Wired* en http://www.wired.com/threatlevel/2008/11/propelled-by-i [Revisado el 20 de Septiembre de 2009]

ANEXOS

Anexo 1

PARTIDOS POLÍTICOS LEGALMENTE CONSTITUIDOS

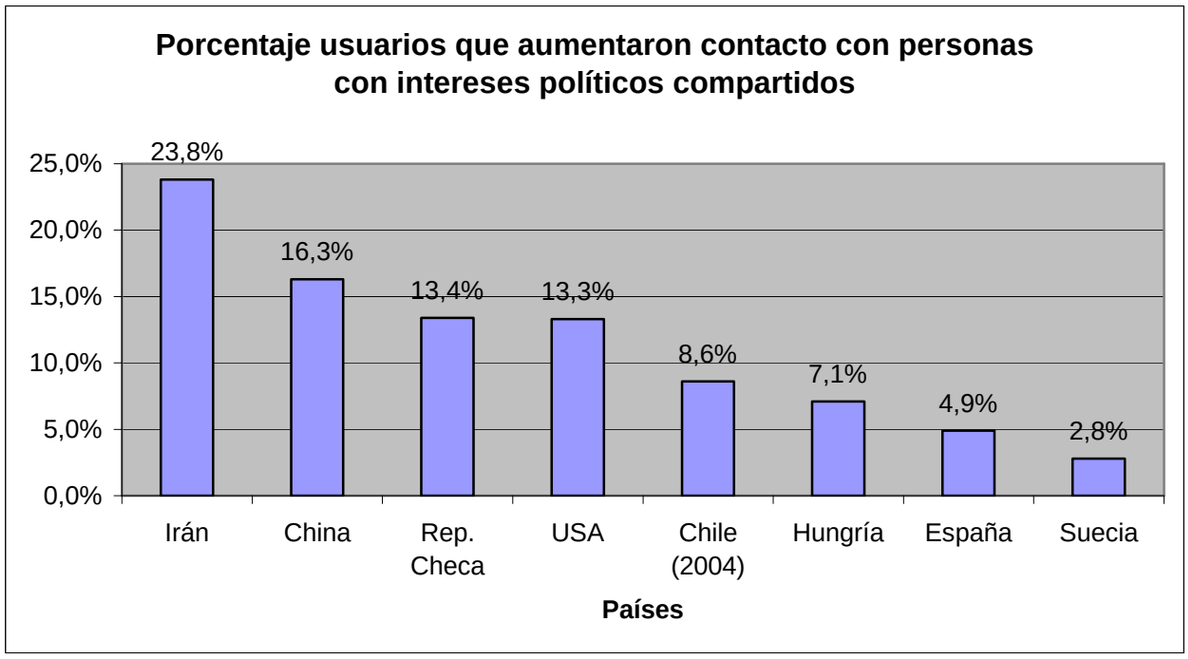
FECHA DE CONSTITUCIÓN EN CADA REGIÓN

Fecha de actualización de la información: 27 de octubre de 2008

PARTIDOS	REGIONES												
	XV	I	II	III	IV	V	RM	VI	VII	VIII	IX	XIV	X	XI	XII
RENOVACION NACIONAL	09.06.03	08.02.88	08.02.88	08.02.88	08.02.88	08.02.88	08.02.88	22.01.96	08.02.88	13.05.96	08.02.88	09.06.09	03.02.88	18.06.96	08.02.88
PARTIDO DEMOCRATA CRISTIANO	09.06.03	02.05.88	02.05.88	02.05.88	02.05.88	02.05.88	02.05.88	02.05.88	02.05.88	02.05.88	09.06.09	09.06.09	02.05.88	02.05.88	20.01.92
PARTIDO POR LA DEMOCRACIA	09.06.03	09.05.88	26.02.96	05.02.96	09.05.88	27.05.88	09.05.88	22.01.96	09.05.88	27.05.88	04.12.91	09.06.09	09.05.88	12.03.92	27.03.96
UNION DEMOCRATA INDEPENDIENTE	09.06.03	15.01.96	03.05.89	18.10.91	04.06.96	03.05.89	03.05.89	03.05.89	03.05.89	03.05.89	27.05.96	09.06.09	02.12.91	27.05.96	15.01.96
PARTIDO SOCIALISTA DE CHILE	09.06.03	13.09.96	24.04.91	26.02.91	24.04.91	09.09.96	31.07.91	31.07.91	31.07.91	31.07.91	31.07.91	09.06.09	19.12.90	13.03.95	19.12.90
PARTIDO COMUNISTA DE CHILE	09.06.03	07.02.96	07.02.96	31.12.90	31.12.90	31.12.90	12.01.96	15.07.96	07.02.96	29.07.96	20.06.96	09.06.09	19.07.96	31.12.90	10.04.97
PARTIDO RADICAL SOCIALDEMOCRATA	09.06.03	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	18.06.94	09.06.09	18.03.94	18.06.94	18.06.94
PARTIDO HUMANISTA	09.06.03	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06	01.06.06				01.06.06
PARTIDO REGIONALISTA DE LOS INDEPENDIENTES	09.06.03	04.07.06	04.07.06	04.07.06	02.07.08	21.07.08	21.07.08	20.06.08	14.07.08	21.07.08	04.07.08	09.06.09	04.07.06	04.07.06	14.07.08
PARTIDO ECOLOGISTA		21.01.08	21.01.08	21.01.08											
FUERZA PAIS	13.06.03	13.06.08	13.06.08												
PARTIDO IZQUIERDA CRISTIANA DE CHILE	04.07.03	04.07.06	04.07.06												
CHILE PRIMERO	27.10.03		27.10.08	27.10.08	27.10.08			27.10.08				27.10.09			

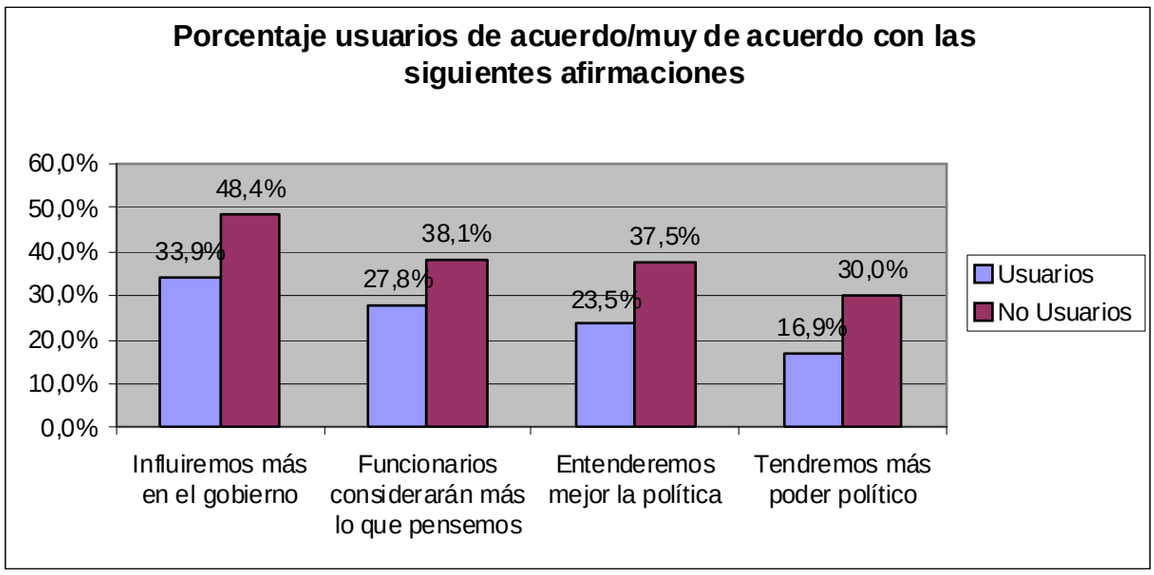
Fuente: SERVEL

Anexo 2



Fuente: Encuesta WIP-Chile 2006

Anexo 3



Fuente: Encuesta WIP-Chile 2006

Anexo 4

CONCEPTO					PARTIDOS
Aspectos colaborativos y sociales de la red	***Indicador***	***Renovación Nacional***	***Partido Demócrata Cristiano***	***Partido por la Democracia***	***Unión Demócrata Independiente***
	Integración con redes sociales (*Facebook*, Flickr, Hi5, etc)	Si. *Facebook*, *Twitter* y Flickr. Además de RSS y blog	No	No	No
	Integración con medios de prensa	No	Si. Posee links a las versiones digitales de medios de prensa escritos	No	Si. Poseen una sección aparte en que publican links a las versiones electrónicas de diversos medios (radio, televisión y periódicos; todos nacionales)
	Creación de grupos de acción coordinados mediante la página web	No	No	No	No

CONCEPTO				PARTIDOS	
Aspectos colaborativos y sociales de la red	***Indicador***	***Partido Socialista de Chile***	***Partido Comunista de Chile***	***Partido Radical Socialdemócrata***	***Partido Regionalista de los Independientes***
	Integración con redes sociales (*Facebook*, Flickr, Hi5, etc)	No	No	No	Si. *Facebook*
	Integración con medios de prensa	No. Sin embargo poseen una sección en que aparecen las menciones que la prensa ha hecho acerca del partido	No	Si. Poseen una sección aparte en que publican links a las versiones electrónicas de diversos medios (radio, televisión y periódicos; todos nacionales)	No
	Creación de grupos de acción coordinados mediante la página web	No	No	No	No

Anexo 5

CONCEPTO					PARTIDOS
Fomenta la participación	***Indicador***	***Renovación Nacional***	***Partido Demócrata Cristiano***	***Partido por la Democracia***	***Unión Demócrata Independiente***
	Capacidad de publicación por parte de los usuarios	Si. Mediante un blog; para poseer uno es necesario ser militante y solicitarlo al partido	No	No	No
	Existencia de foros o salas de opinión	No	No	No	No

CONCEPTO				PARTIDOS	
Fomenta la participación	***Indicador***	***Partido Socialista de Chile***	***Partido Comunista de Chile***	***Partido Radical Socialdemócrata***	***Partido Regionalista de los Independientes***
	Capacidad de publicación por parte de los usuarios	Si. Existe un link para ello, se debe enviar un correo electrónico con la información, documento, imagén, etc. que se desea aportar.	No	No	No
	Existencia de foros o salas de opinión	No	No	No	No

Anexo 6

CONCEPTO					PARTIDOS
Sitios fáciles, usables y ágiles para localizar la información	***Indicador***	***Renovación Nacional***	***Partido Demócrata Cristiano***	***Partido por la Democracia***	***Unión Demócrata Independiente***
	Presencia de una barra de busqueda	Si	No	Si	Si.
	Presencia de un mapa del sitio web o un menú principal	Si	Si	Si	Si. Sin embargo muchos de sus links no funcionan
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de la historia del partido	No	Si	Si	Si
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los lineamientos (éticos, póliticos; una visión y misión) del partido	Si	Si	Si	Si
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los dirigentes del partido	Si. Carece de medios de contacto pero presenta una reseña biográfica de los individuos	Si. Pero solamente aparecen sus nombres: sin medios de contactos	Si. Pero solamente aparecen sus nombres: sin medios de contactos	Si. Pero solamente aparecen sus nombres: sin medios de contactos
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de las oficinas del partido en cada región y sus respectivos medios de contacto	Si. Pero no aparecen direcciones, sólo nombres y un mecanismos para contactarse con cada una de las directivas regionales	No	Si. Pero no aparecen direcciones, sólo nombres y correos electrónicos	Si. Pero solamente aparecen sus nombres: sin medios de contactos

CONCEPTO			PARTIDOS		
Sitios fáciles, usables y ágiles para localizar la información	***Indicador***	***Partido Socialista de Chile***	***Partido Comunista de Chile***	***Partido Radical Socialdemócrata***	***Partido Regionalista de los Independientes***
	Presencia de una barra de busqueda	No	Si	No	No
	Presencia de un mapa del sitio web o un menú principal	Si	Si	Si, posee un menú principal. El mapa del sitio no funciona, el link es inoperante	Si. Menú
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de la historia del partido	Si	Si	Si	No
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los lineamientos (éticos, póliticos; una visión y misión) del partido	Si	Si	Si	No
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de los dirigentes del partido	Si. Se entregan medios de contacto y una reseña biográfica del individuo	Si. Pero solamente aparecen sus nombres: sin medios de contactos	Si. Pero solamente aparecen sus nombres: sin medios de contactos	Si. Los nombra
	Presencia de una sección (y/o link) con información acerca de las oficinas del partido en cada región y sus respectivos medios de contacto	No. Sólo figuran los números telefónicos de diversas secciones del partido; pero todas ellas ubicadas en Santiago	Si. Incluye dirección y número telefónico	No	No

Anexo 7

CONCEPTO					PARTIDOS
Los usuarios controlan su propia información	***Indicador***	***Renovación Nacional***	***Partido Demócrata Cristiano***	***Partido por la Democracia***	***Unión Demócrata Independiente***
	Incorporación de contenidos tipo wiki, o bien contenido de libre modificación (eliminar, incorporar o simplemente cambiar) por parte de los usuarios	No	No	No	No
	Posibilidad de comentar y/o evaluar la información presente en la página	Si. Es posible comentar las noticias	No	No	No

CONCEPTO				PARTIDO	
Los usuarios controlan su propia información	***Indicador***	***Partido Socialista de Chile***	***Partido Comunista de Chile***	***Partido Radical Socialdemócrata***	***Partido Regionalista de los Independientes***
	Incorporación de contenidos tipo wiki, o bien contenido de libre modificación (eliminar, incorporar o simplemente cambiar) por parte de los usuarios	No	No	No	No
	Posibilidad de comentar y/o evaluar la información presente en la página	No	No	No	No

Anexo 8

CONCEPTO					PARTIDOS
Capacidad de la "cultura del remix"	***Indicador***	***Renovación Nacional***	***Partido Demócrata Cristiano***	***Partido por la Democracia***	***Unión Demócrata Independiente***
	Tipo de licencia de propiedad bajo la que se encuentra el contenido de la página	Creative Commons, se debe mencionar la fuente	No especifica	Todos los derechos reservados	Todos los derechos reservados
	Existencia de textos u otro tipo de material para el uso de los visitantes	Si	Si	Si	No

CONCEPTO					PARTIDOS
Capacidad de la "cultura del remix"	***Indicador***	***Partido Socialista de Chile***	***Partido Comunista de Chile***	***Partido Radical Socialdemócrata***	***Partido Regionalista de los Independientes***
	Tipo de licencia de propiedad bajo la que se encuentra el contenido de la página	Todos los derechos reservados. Sin embargo autoriza la reproducción mencionando la fuente	Todos los derechos reservados.	Todos los derechos reservados	No especifica
	Existencia de textos u otro tipo de material para el uso de los visitantes	Si	Si	No	No

Anexo 9

Ley 18.603, art. 1º

“ARTICULO 1º Los Partidos políticos son asociaciones voluntarias, dotadas de personalidad jurídica, formadas por ciudadanos que comparten una misma doctrina política de gobierno, cuya finalidad es contribuir al funcionamiento del régimen democrático constitucional y ejercer una legítima influencia en la conducción del Estado, para alcanzar el bien común y servir al interés nacional.”

Anexo 10

Ley 18.603, art. 4º y 5º
“ARTICULO 4º Los Partidos políticos quedarán legalmente constituidos una vez practicada su inscripción en el Registro de Partidos políticos y gozarán de personalidad jurídica desde la fecha de esa inscripción.
ARTICULO 5º Para constituir un partido político, sus organizadores, que deberán ser a lo menos cien ciudadanos inscritos en los Registros Electorales y que no pertenezcan a otro partido existente o en formación, procederán a extender una escritura pública que contendrá las siguientes menciones:
a) Individualización completa de los comparecientes;
b) Declaración de la voluntad de constituir un partido político;
c) Nombre del partido y, si los tuviere, sigla, lema y descripción literal del símbolo;
d) Declaración de principios del partido;
e) Estatuto del mismo,
f) Nombres y apellidos de las personas que integran la Directiva Central y el Tribunal Supremo provisionales, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 24 y 28, respectivamente; constitución de un domicilio común para todas esas personas y normas para reemplazarlas o subrogarlas en caso de fallecimiento, renuncia o imposibilidad definitiva o transitoria que se produzcan antes de la inscripción del partido. Las personas que integren la Directiva Central y el Tribunal Supremo provisionales deberán concurrir al otorgamiento de la escritura pública a que se refiere este inciso.
Simultáneamente con el otorgamiento de la escritura pública, se procederá a protocolizar el facsímil del símbolo, la sigla y el lema que distinguirán al partido, si los tuviere.
Dentro de tercer día hábil de otorgada la escritura, una copia autorizada de ella, de la protocolización señalada en el inciso anterior, si la hubiere, y un proyecto de extracto con las menciones a que alude este inciso, deberán ser entregados por la Directiva Central provisional del partido al Director del Servicio Electoral. Si la escritura contiene todas las menciones indicadas en el inciso primero de este artículo, el Director dispondrá publicar en el Diario Oficial, dentro de quinto día hábil de haber rec*Ibid*o los antecedentes, un extracto de la misma que contá las menciones de las letras c) y f), un resumen de la declaración de principios del partido y el lugar, fecha y notaría de su otorgamiento. En caso contrario, ordenará que se subsanen los reparos que formule. La publicación se realizará a costa de la Directiva Central provisional.
Desde la fecha de la publicación se entenderá que el partido se encuentra en formación, pudiendo divulgar a través de los medios de comunicación social los postulados doctrinarios y programáticos de la entidad y llamar a los ciudadanos a afiliarse a ella, indicando la forma y plazo en que han hacerlo.”

Anexo 11

“Poner sus obras bajo una licencia Creative Commons no significa que no tengan derecho de autor. Este tipo de licencias ofrecen algunos derechos a terceras personas bajo ciertas condiciones.
¿Qué condiciones? Esta web ofrece escoger o unir las condiciones de la siguiente lista. Hay un total de seis licencias Creative Commons para escoger:

1. Reconocimiento (Attribution): El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceras personas si se muestra en los créditos.
2. No Comercial (Non commercial): El material original y los trabajos derivados pueden ser distribuidos, copiados y exh*Ibid*os mientras su uso no sea comercial.
3. Sin Derivar (No Derivate Works): El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o pero no se puede utilizar para crear un trabajo derivado del original.
4. Licenciar Igual (Share alike): El material creado por un artista puede ser modificado y distribuido pero bajo la misma licencia que el material original.

Con estas cuatro condiciones combinadas se pueden generar las seis licencias que se pueden escoger:
1. Reconocimiento: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceros si se muestra en los créditos.
2. Reconocimiento - Sin Derivar: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceros si se muestra en los créditos. No se pueden realizar obras derivadas.
3. Reconocimiento - Sin Derivar - No comercial: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial. No se pueden realizar obras derivadas.
4. Reconocimiento - No comercial: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial.
5. Reconocimiento - No comercial - Compartir igual: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.
6. Reconocimiento - Compartir igual: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exh*Ibid*o por terceros si se muestra en los créditos. Las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.”
(Tomado del sitio web Creative Commons Chile, http://www.creativecommons.cl/)