



**FACULTAD DE HUMANIDADES
INSTITUTO DE SOCIOLOGÍA
CARRERA DE SOCIOLOGÍA**

**Promoción de la participación ciudadana y la transparencia
política en Internet**

Análisis de las publicaciones en redes sociales de los movimientos y partidos políticos chilenos con representación parlamentaria el periodo 2014-2018

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

NICOLÁS SEBASTIÁN CIFUENTES ESPINOSA

Profesor Guía:

Luis Henríquez Ruitor

Resumen:

Esta investigación se realiza en el marco de un debate sobre la relación entre las tecnologías de la información y la comunicación a los procesos políticos. Presentando las reflexiones teóricas existentes en el tema. Aplica una metodología de evaluación de la promoción de la participación ciudadana y la transparencia a las redes sociales de los partidos y movimientos políticos con representación parlamentaria en Chile en el periodo 2014-2018. Teniendo como base el análisis de contenido se pretende conocer la gestión que realizan estas instituciones políticas de las redes sociales, con la intención de promover la participación ciudadana en los procesos de toma de decisiones públicas y de entregar información en pos de transparentar la institución.

Palabras clave: Partidos y movimientos políticos, tecnologías de la información y la comunicación (TICs), participación ciudadana y transparencia.

ÍNDICE.

Resumen.....	2
Índice.....	3

CAPITULO I: EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1)Presentación del Problema.....	5
2) Pregunta de Investigación	8
3) Objetivos.....	8
3.1) Objetivo General.....	8
3.2) Objetivos Específicos.....	8
4) Hipótesis.....	9
5) Relevancia.....	10
5.1) Relevancia Teórica.....	10
5.2) Relevancia Practica	11

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1) Marco Conceptual	12
2) Marco Teórico.....	15
2.1) Internet, redes sociales y política.....	15
2.2) Democracia electrónica	17
2.3) Acción Política Digital.....	19
2.4) Partidos Políticos.....	21
2.5) Participación Ciudadana en internet.....	24
2.6) Transparencia en la era de internet.....	29

CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO

1) Tipo de investigación.....	33
2)Tipo de diseño	33
3) Universo.....	34
5) Muestra.....	34
6) Técnica de producción de datos	34
7)Consideraciones éticas	35

8)Matrices de observación	36
9)Técnica de análisis de datos	38
10)Calidad del diseño	39

CAPITULO IV: PRODUCCIÓN DE DATOS

1)Producción de Datos	40
2) Cuentas de los partidos y movimientos políticos en la red Social Facebook	40
3)Cuentas de los partidos y movimientos políticos en la red Social Twitter	78
4)Cuadro Comparativo.....	113

CAPITULO V: RESULTADOS Y CONCLUSIONES

1)Resultados.....	119
2)Conclusiones	125
Bibliografía.....	128

CAPITULO I: EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1) Presentación del Problema:

El desarrollo de la democracia ha estado basado en la confianza de los ciudadanos en sus instituciones públicas. Sin embargo, los bajos índices en la confianza en las instituciones públicas observado en los últimos años (Latinobarometro, 2015) ha transformado la dinámica democrática. Pasquino (2012) plantea que existe una crisis en los sistemas políticos democráticos, que no es una crisis de la democracia en cuanto a su concepto, sino, estas dificultades radican exclusivamente en el funcionamiento de las democracias. Siendo necesario distinguir que esta no es una crisis de la democracia si no una crisis dentro de la democracia.

Esta situación no es distinta en el caso de Chile, que al interior de su sistema político ha ido desarrollando una desafección con las instituciones, que no solo se observa en la baja participación en elecciones, sino que también en la alta desconfianza respecto de instituciones como el parlamento y una baja aprobación de los partidos políticos (SERVEL 2015; CEP 2015; PNUD 2016; Latinobarometro 2013). La desconfianza política alcanza niveles especialmente altos en América Latina, Paramio (2011) señala que en las diversas causas de este fenómeno podrían estar la falta de promoción hacia la participación ciudadana y la falta de transparencia desde las instituciones hacia la ciudadanía. Autores como Giraldo (2009) señalan que la mayor desconexión entre los procesos de toma de decisión y participación, podrían estar propiciando un interés creciente por las nuevas tecnologías de información y la comunicación, y su papel de posibles “reconectores” de la ciudadanía con las instituciones democráticas. Esto se produciría porque las redes digitales permitirían, a los ciudadanos informarse, ejercer opinión y votación en diversas cuestiones de interés público y a los funcionarios, informar además de rendir cuentas en la gobernanza cotidiana (Borge, 2005; Setala & Gronlund, 2006).

En este contexto con los alcances que fue adquiriendo internet en difusión y masividad no era extraño que las acciones políticas proliferaran de manera rápida en esta nueva plataforma debido a las facilidades que presentaba a la hora de comunicar. El activismo político se apropió de las herramientas tecnológicas que permitieran una mayor difusión y apoyo de sus objetivos, utilizando “estrategias que buscaban el cambio de la agenda pública mediante la difusión de un determinado mensaje por los medios de comunicación y publicación electrónica” (De Ugarte, 2007:85). Autores como Hernández (2013) indican que las redes sociales ganaron relevancia en el ejercicio de la comunicación política, principalmente por factores como: su bajo costo en comparación a los medios masivos tradicionales y la cantidad de usuarios que se están sumando rápidamente a la red. Desde las últimas campañas electorales, hasta los movimientos sociales

del último tiempo, tienen como punto común que, si bien la comunicación en red no explica estos hechos, en todos ellos está presente la acción política digital, y esto ocurre porque aquí están presentes al menos 2 aspectos, el control público del sistema político o la acción gubernamental y la construcción de una nueva forma de participación en la agenda pública.

Diversos autores como Padró & Cardenal (2007), Borge (2005), Hague & Loader (1999) plantean que las incorporaciones de las tecnologías han supuesto nuevas posibilidades de relación entre los ciudadanos y los representantes políticos, ellos indican que las TICs pueden ayudar técnicamente a la mejora de los canales de información, deliberación y participación de los ciudadanos en la toma de decisiones públicas, haciéndolos más inmediatos, sencillos y efectivos. Por otro lado, permiten minimizar las limitaciones de tiempo y distancia que pueden afectar a la participación política. Estas facilidades que hoy proporcionaría internet se fundamentan en que, como nuevo paradigma comunicativo, una mayor implicación informativa genera la posibilidad de más y mejores mecanismos de interacción entre las instituciones y los ciudadanos.

Con los elementos que entregaba internet como lo son: la inmediatez, la masividad y la eliminación de distancias físicas. La participación democrática podría extender sus alcances, con mayores posibilidades de incidencia para que más personas puedan informarse, deliberar o decidir. En términos generales, las redes cibernéticas respecto a la participación ciudadana y política, pueden facilitar la interacción y dar eficiencia a diversos mecanismos institucionalizados o por institucionalizar, como podrían ser: mecanismos electorales, de rendición de cuentas, de transparencia, de presupuestos participativos, de procesos plebiscitarios, consultas ciudadanas, referéndums, entre otros. Con internet el abrir la comunicación y participación por parte de las instituciones es una posibilidad que no tiene barreras de forma que lo dificulten. Sin embargo, surgen voces críticas que ven a internet no como una ayuda a la “reconexión” entre las instituciones y los ciudadanos, sino como un obstáculo más para potenciar la participación de la ciudadanía. Destacando que las brechas de acceso a Internet excluyen a una parte no menor de la población y que mucha de la información política en Internet proviene de medios de comunicación tradicionales, lo que la hace redundante y, por lo tanto, reduce su contribución. El discurso crítico según expone Bentivegna (2006) evolucionó hasta comprobarse en algunos estudios que las TICs no fueron suficientes para cambiar el proceso de participación política, debido a la reticencia al cambio del propio sistema político y a que como indica, Breindl (2010), a pesar de la utilización de herramientas digitales se mantuvo el incremento de la apatía del ciudadano y el alejamiento votante de la política convencional. Así los gobiernos y los parlamentos continuaron su desconexión con el ciudadano.

Durante la consolidación de sistemas de representación política, las formas en las que la ciudadanía puede participar en el sistema político han sido siempre un objeto de disputa. En este

sentido el nuevo escenario global de la participación ciudadana y transparencia, influenciado por los factores tecnológicos, no es ajeno a aquello y genera debate. Hoy hay evidencia empírica que apoya tanto a visiones optimistas como críticas de la relación entre internet y política. En este sentido, es muy probable que la realidad sea más matizada de lo que las distintas visiones sugieren (Millaleo y Velasco, 2013).

Con la emergencia de la participación ciudadana y la transparencia como parte de la nueva cotidianidad política esta investigación, intenta clarificar los usos de internet y las redes sociales como facilitador de la participación ciudadana y la transparencia por parte de las instituciones políticas; estableciendo y evaluando de qué manera se manifiesta la gestión en redes sociales en función de estos elementos.

Para trabajar los objetivos y dar respuesta a la pregunta de investigación en termino de participación ciudadana se sigue el modelo propuesto por Giraldo (2012) quien une los criterios establecidos en los trabajos de Vedel (2003), Aichholzer y Kuzeluh (2008), y que son utilizados en el informe E-Gobierno de la ONU (2010). Estableciendo la constitución de un modelo de análisis del potencial democrático de internet en relación a instituciones públicas. Este modelo está compuesto por los niveles de: información, deliberación y decisión. El autor indica que esta propuesta de evaluación define mediante la implementación de estudios, el papel que cumple internet como posible promotor de la participación ciudadana de las instituciones de representación democrática. Por el lado de la transparencia utilizamos los estándares de transparencia hacia los partidos políticos que propone el organismo Transparencia internacional (2013). Estos están constituidos a través de cuatro áreas fundamentales: Primero transparencia de la estructura básica y procedimientos internos, en segundo lugar, transparencia ideológica y programática, en tercer lugar, transparencia en el financiamiento del partido y en cuarto lugar la rendición de cuentas visto como la acción de explicar o justificar algo. Se indica que esta información debe estar a disposición permanente a través de sus sitios electrónicos, información que es propia del partido o movimiento pero que constituye un interés público para la ciudadanía. Elegimos estos modelos en función de que están respaldados y son utilizados por importantes organismos internacionales. En el modelo de promoción de la participación ciudadana por parte de las instituciones públicas, las categorías utilizadas están presentes en todos los informes de E-Gobierno de la ONU y en relación al modelo de transparencia las áreas analizadas son propuestas por Transparencia Internacional uno de los organismos con mayor relevancia que realiza en la investigación en esta temática.

2) Pregunta de Investigación

¿Cómo promueven la participación ciudadana y la transparencia política en sus redes sociales los partidos y movimientos políticos con representación parlamentaria en Chile en el periodo 2014-2018?

3) Objetivo General

Caracterizar la gestión que realizan en redes sociales los movimientos y partidos políticos con representación parlamentaria en relación a la promoción de la participación ciudadana y transparencia política en Chile en el periodo 2014-2018.

3.1) Objetivos Específicos

1. Describir las publicaciones en redes sociales que realizan los movimientos y partidos políticos con representación parlamentaria en Chile en el periodo 2014-2018.
2. Establecer los niveles de promoción a la participación ciudadana que desarrollan en redes sociales los movimientos y partidos políticos con representación parlamentaria en Chile en el periodo 2014-2018.
3. Identificar las áreas de transparencia política que ejecutan los movimientos y partidos políticos con representación parlamentaria en Chile en el periodo 2014-2018 a través de sus publicaciones en redes sociales.
4. Analizar la gestión en redes sociales en relación a promover la participación ciudadana y la transparencia política de los movimientos y partidos políticos chilenos con representación parlamentaria en el periodo 2014-2018

4) Hipótesis:

De la revisión de la literatura se desprenden algunas hipótesis que guían esta investigación. Las cuales marcan una tendencia de lo que podría ser la gestión que los partidos y movimientos desarrollan en redes sociales.

Las publicaciones de los movimientos y partidos políticos chilenos con representación parlamentaria son un amplificador de sus ideas, propuestas o candidaturas más que otra cosa. Repliar y difundir apariciones en prensa, discursos, columnas de opinión, campañas y comunicar las actividades que realizan coparían casi la totalidad de las publicaciones que los partidos y movimientos políticos desarrollan en sus cuentas de redes sociales.

En relación a la promoción de la participación ciudadana las publicaciones en su gran mayoría solamente están enfocadas a informar y difundir. Publicaciones que establezcan una interacción o cualquier espacio de deliberación y decisión como por ejemplo a través de dialogo, encuestas o consultas desde las redes sociales de los partidos y movimientos políticos hacia la ciudadanía, quedan relegados y en muy pocas ocasiones algunos movimientos o partidos lo utilizan

La promoción de la transparencia por parte de estas instituciones políticas, según el modelo empleado, cumplen con el objetivo de poner a disposición de la ciudadanía medios de contacto, en la mayoría de los casos también cumplen con transparentar sus posiciones ideológicas y programáticas a través de sus redes sociales, las áreas no publicadas son las de transparencia en el financiamiento y la rendición de cuentas hacia los ciudadanos, que están fuertemente al debe y son muy pocos los movimientos y partidos que las desarrollan.

5) Relevancia.

5.1) Relevancia Teórica

El valor teórico, por entender este nuevo contexto en que se desarrolla la actividad política, tiene relación con que gran parte de la literatura que hoy se ha escrito entorno al fenómeno de las redes sociales está referida a movimientos sociales de carácter más gremial, con causas específicas y no tanto con movimientos y partidos políticos que no defienden solo una causa particular, sino que más bien disputan la hegemonía política de un territorio. Hay un vacío de conocimiento en cuanto a entender más profundamente los nuevos elementos que hoy son parte de la esfera política. Ferrer (2014) plantea que, si durante un siglo las ciencias sociales orientaron sus cañones metodológicos hacia la sociedad de masas, en la última década no pudieron evitar quedar enredadas en las nuevas plataformas digitales de interacción social. Las ciencias sociales, hoy, bajo este nuevo contexto, se ven obligadas a incorporar esta nueva realidad en sus agendas de investigación, ya que las redes sociales trajeron nuevas prácticas de interacción, producción, consumo e información, renovando entre otras cosas las maneras de hacer política y gestionar la propia imagen e identidad pública. El aporte de esta investigación reside en su capacidad de reflejar un análisis de los movimientos y partidos políticos respecto a la utilización del uso de recursos digitales que hacen no tan solo para difundir un determinado mensaje, si no para utilizar los recursos digitales en función de promover la participación ciudadana y transparencia desde y hacia sus propias organizaciones. Entregando evidencia a un intenso debate que hoy se desarrolla al interior de las ciencias sociales, en relación a entender el rol que tienen las redes sociales e internet en la política y la sociedad.

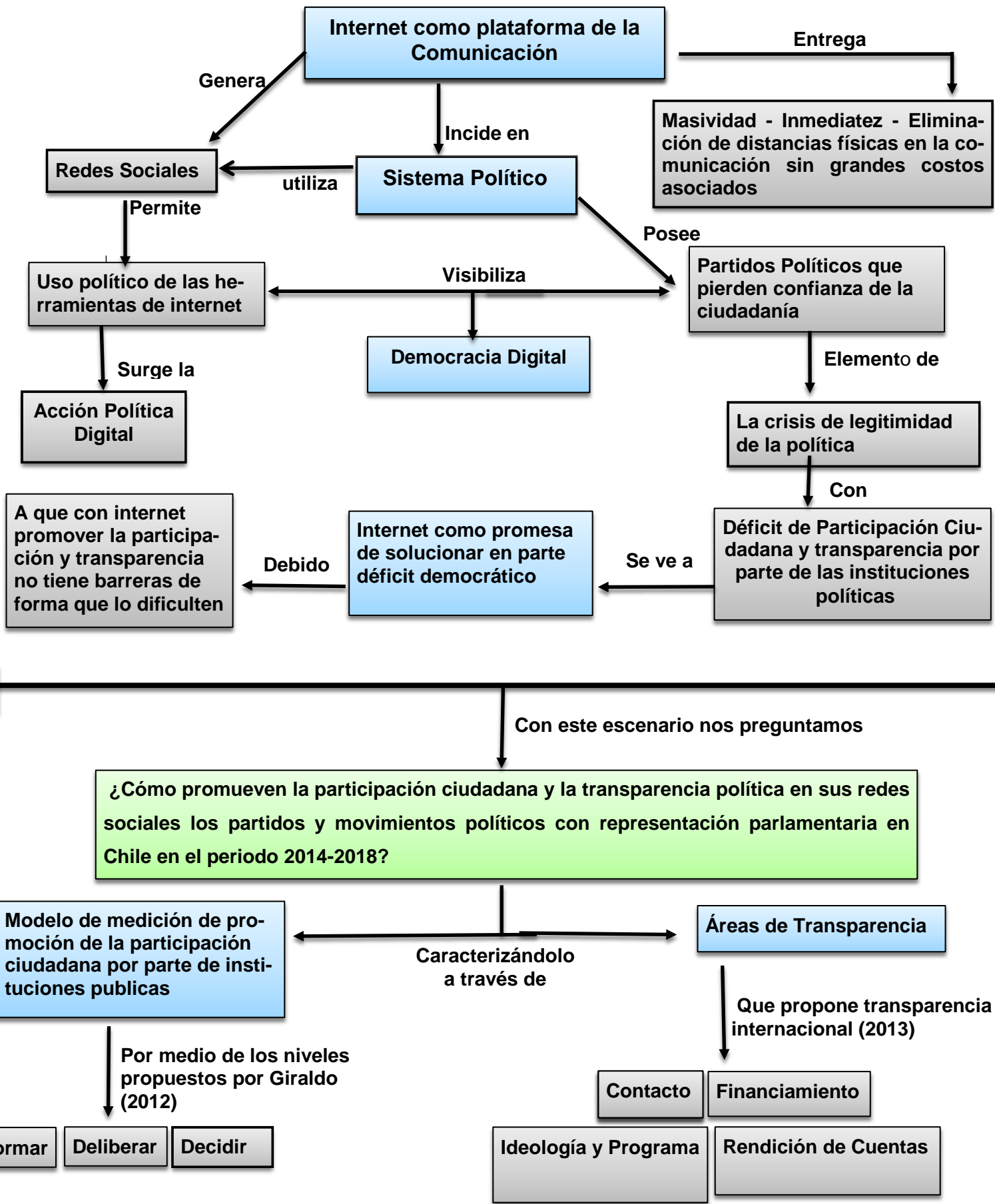
5.2) Relevancia Práctica

La incorporación de las nuevas herramientas que proporciona internet en el ámbito de la política no se ha hecho esperar. Observamos como las distintas instituciones políticas hoy cuentan con un despliegue, más o menos, planificado en el mundo de las redes virtuales. Esta investigación pretende abrir un camino en el estudio de este fenómeno en Chile, que, a pesar de ser reconocido por muchos como un elemento en fuerte crecimiento, no existen estudios acabados en relación al tema.

En nuestro país y en otras democracias, se señala que internet podría utilizarse como una herramienta que permitiría avanzar hacia un mayor diálogo entre ciudadanía y representantes, con mayores canales de información, dialogo e incluso de incidencia, sin grandes costos asociados.

El objetivo de esta investigación interroga a internet como promesa, y entrega datos concretos acerca de cómo hoy los partidos y movimientos políticos gestionan las herramientas tecnológicas en función de temas tan relevantes como lo son la participación ciudadana y la transparencia de las instituciones políticas. El desarrollo exitoso de la investigación generará información de gran valor para todas las personas que se relacionen con este medio de comunicación, tanto a nivel de usuario como de las instituciones políticas, quienes podrían utilizar las buenas experiencias como ejemplo para promover la participación ciudadana y la transparencia desde sus organizaciones a la ciudadanía en general.

CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL Y TEORICO



*) Elaboración del autor

1) Marco Conceptual

A continuación, se exponen aquellas definiciones de conceptos transversales de la investigación. Algunas de las definiciones aquí tratadas se retomarán con más profundidad en la discusión del Marco Teórico.

Participación Ciudadana:

Se entiende a la participación ciudadana como aquellas acciones tendientes a promover la participación que hacen las personas para afectar la toma de decisiones, ejecución y seguimiento de las decisiones públicas. Se diferencia de la participación política porque no está limitada por los espacios formales (Oakley, 1991). Actualmente, el término de participación es utilizado para explicar la incidencia de los individuos y grupos sociales en las diferentes etapas en las que se resuelven asuntos de interés público, es decir, en la comunicación, consulta, discusiones, planteo de propuestas, y todo tipo de actividades que en las cuales se relacionan el Estado y los ciudadanos.

Transparencia política:

Es el proceso por el cual la información de las condiciones existentes permite ser accesada para la toma de decisiones y acciones, de manera visible y entendible (De León, 2008). Aun cuando el acceso a la información es un componente indispensable de la transparencia, está no se limita a la posibilidad de la población de obtener información. Una institución transparente documenta sus acciones y procesos de toma de decisión, genera, sistematiza y maneja la información a la luz del escrutinio público como parte de una visión más amplia de construcción de confianza entre la institución y la sociedad (Pérez y Terrazas, 2010). Por último, la rendición de cuentas implica la posibilidad de que, una vez conocida la información sobre las acciones realizadas por las autoridades, éstas puedan explicar la racionalidad de dichas acciones y asumir la responsabilidad de las mismas.

Red social:

El término redes sociales se refiere a estructuras sistémicas conformadas por nodos- habitualmente individuos u organizaciones- vinculados por uno o más tipos de dependencia: Las redes

sociales proporcionan herramientas que permiten transmitir información de las personas u organizaciones, por lo que se considera en ella a los sistemas que alojan a las comunidades de personas y les entregan los servicios necesarios para la interacción (Valenzuela 2013). Se define a las redes sociales como un servicio que permite a los individuos, construir un perfil público o semi público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que publican y comparten una información, mediante texto, videos o imágenes. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. En consideración a los aspectos simbólicos y de interrelación, el término se utilizará en la investigación en referencia a las plataformas de internet donde se congregan las personas mediante la generación de una cuenta personal. Las principales redes sociales son Facebook y Twitter, que se basan en un modelo de “comunicación de doble vía, utilizando textos, fotografías y otras formas expresivas que generan mayor atracción y oportunidades para que los usuarios mantengan una comunicación” (Hernández, 2013:28). Las cuales son materia de estudio en esta investigación.

Red Social *Facebook*:

Considerada una de las redes sociales más importantes y populares de la actualidad, Facebook opera mundialmente como una red social en internet en la cual las personas u organizaciones, luego de crearse una cuenta, pueden realizar diferentes actividades con la finalidad de compartir informaciones, además de generar con los demás usuarios, redes y grupos con diversos objetivos. Una de las características más importantes de Facebook es su constante actualización y es debido a esto que uno puede, en su cuenta, observar instantáneamente las diferentes acciones, reflexiones y actividades que publican los demás usuarios de su red e interactuar con ellas.

Red social *Twitter*:

Twitter es el nombre de una red de *microblogging* que permite escribir y leer mensajes en internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como **tweets**. Cuando un usuario publica un mensaje en su página de Twitter, es enviado automáticamente a todos los usuarios que hayan escogido la opción de recibirlos. Dicho mensaje también puede ser visto de forma inmediata en el perfil del usuario. Hoy en día, muchos medios, políticos, activistas sociales, marcas y empresas tienen su propio perfil *Twitter* debido a la gran recepción y popularidad que esta red social posee, lo cual permite entonces que el mensaje a difundir por el sujeto en cuestión llegue a miles de personas en segundos, a lo que se agrega herramientas como el re tweet que permite compartir las publicaciones de otros a la propia red de contactos. De este modo, el efecto publicitario a lograr es mucho más efectivo y completamente gratuito.

2) Marco teórico:

Este marco teórico se inicia a base de explicar el fenómeno de internet y las redes sociales, como marco en que se aborda el problema de investigación. A continuación, se exponen elementos relevantes de la sociología política en relación a la democracia electrónica, la acción política digital y los partidos políticos en la era de internet. Concluyendo finalmente con una reflexión de la participación ciudadana y la transparencia indicando modelos de análisis del uso de Internet para promover estas temáticas.

2.1) Internet, redes sociales y política

Las redes digitales generan, almacenan, recuperan, procesan y difunden informaciones de acceso inmediato “en una atmósfera que permite usos múltiples y formas variadas de interactividad” (De Moraes, 2010:67). La digitalización forja la base material para la hibridación de las infraestructuras indispensables para la distribución incesante de datos, sonidos e imágenes. En este caso, una red consiste en un conjunto de nodos interconectados. Para Castells (2009) un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro solo nodos. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, si no de la capacidad para contribuir a los objetivos de la red.

Ilse Scherer-Warren (2005) postula que es necesario establecer categorías de análisis que podrán ayudar a la comprensión del escenario de las redes sociales, partiendo de la búsqueda de una relación dialógica entre lo tradicional y lo moderno, entre lo local y lo global, y entre lo individual y lo colectivo. En esa dirección se deben considerar elementos como:

- 1) *Temporalidad, es decir nuevas formas de comunicación en red en tiempo real, pero que permiten la conexión de tiempos sociales distintos;*
- 2) *espacialidad o creación de territorialidades de nuevo tipo (de lo local a lo global), presenciales y virtuales, y la conexión entre ambas;*
- 3) *sociabilidad o nuevas formas de relaciones sociales en términos de intensidad, alcance, intencionalidad y conectividad con nuevas dimensiones en la esfera pública.* (Scherer-Warren, 2005:80).

Desde la perspectiva de sociedad red, pensamos a las redes sociales como las plataformas que facilitan las tecnologías de la Información y comunicación (TICs), para crear esos grupos que tienen interacción constante y que facilitan el flujo de información hacia distintas direcciones.

Hoy en día, se hacen uso de plataformas de internet para generar una comunicación en red que además permite saltar las fronteras de tiempo y espacio; ejemplo de ello son las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, que funcionan como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público dentro de un sistema, articulando a una serie de otros usuarios con los que comparten una conexión inmediata de comunicación e información (Boy & Ellison en Flores, 2010). Por medio de Internet, tenemos una sociabilidad integrada en los medios sociales, ya que “estos permiten la convergencia de cognición, comunicación y cooperación dentro de una plataforma digital” (Fuchs, 2014:2). Así, la red social, cumple con una funcionalidad integrada de diversos papeles sociales, en ella ejercemos diferentes roles, tales como: amigos, ciudadanos, consumidores, empleados, fans, etc. En este sentido, quienes utilizan las redes sociales, pueden tener comunicación con familiares y amigos al mismo tiempo, que pueden participar en grupos de causa política o de interés personal. Para el autor las redes sociales web son espacios, en los que los roles tienden a converger y a integrarse en perfiles únicos. Se apunta a que internet permite libre acceso a la información, la posibilidad de compartir y generar nuevos contenidos a partir de una red de sujetos interconectados, que no ha podido ser totalmente controlado por los centros de poder, que para muchos podría ser un aliado importante para el cambio social. En el sentido que “la distribución en la estructura de la información podría abrir la puerta a una nueva distribución del poder” (De Ugarte, 2007:40).

-Internet como nuevo espacio publico

Jürgen Habermas (1998) indica que las tecnologías de la comunicación racionalizan los procesos de entendimiento, los liberan de las restricciones espacio-temporales facilitando su recepción en contextos múltiples y posibilitan la formación de esferas públicas. Entendiendo como esferas públicas a ese espacio social de comunicación que se establece entre la sociedad civil y el Estado. La relevancia del diálogo en Internet, no es otra que alimentar la esfera pública de esta manera se explica el potencial de dichas tecnologías por el aporte que hacen al dinamismo de esta. En nuestra sociedad, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de las esferas públicas que condicionan las decisiones políticas. Habermas (1998) reafirma la efectividad del principio de discurso deliberativo, porque considera que la sociedad civil, a través de espacios públicos autónomos con capacidad de resonancia suficiente, desarrolla la vitalidad e impulsos necesarios para que conflictos que se producen en la periferia se logren transferir al sistema político. Es decir, la participación ciudadana logra insertar sus intereses en la agenda política pública e influye en el diseño de las políticas públicas para atenderlos. Castells (2008) indica que la comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y la Web 2.0; esto se debe a que la batalla más importante que hoy se libra en la sociedad es la

batalla por la agenda pública. La emergencia de la auto comunicación de masa des-intermediada a los medios abre el abanico de influencias, permitiendo una mayor intervención de los ciudadanos, lo cual ayuda a los movimientos sociales y a las políticas alternativas; pero al mismo tiempo también a las empresas, los gobiernos y los políticos que intervienen en el espacio de internet. De ahí que las tendencias sociales contradictorias se expresan por uno y otro lado tanto en los medios de comunicación de masas, como en los nuevos medios de comunicación. Por otro lado, los medios sociales permiten eludir el filtro de los medios tradicionales, estableciendo contactos directos entre los ciudadanos y las élites políticas: “esto hace que la comunicación política retome ciertos rasgos de la política preindustrial, en la cual el intercambio es directo - aunque ahora mediatizado por los medios sociales- entre políticos y electores” (Millaleo & Velasco, 2013:36). De esta forma, el poder se decide cada vez más en un espacio de comunicación multimodal. Con las redes sociales y el avance de las tecnologías de la información, los movimientos y partidos políticos ahora pueden compartir y gestionar información a grandes audiencias, sin esperar la difusión de los medios de comunicación tradicionales; incluso podrían tener un dialogo más directo con sus electores, aunque con las limitaciones propias de internet.

2.2) Democracia electrónica

Desde los años noventa en la política y la academia se ha venido utilizando una serie de términos para referirse a la introducción de las tecnologías de la información en el ámbito de la vida democrática en los países más desarrollados. Campos (2005) indica que aún no existe un término unánimemente reconocido por los autores para referirse a esta realidad. Entre las locuciones más usuales figuran “democracia digital”, “democracia virtual”, “ciberdemocracia”, “democracia electrónica”, “e-democracia” entre otras. Todas estas expresiones están reconocidas para referirse al mismo fenómeno a o una serie de fenómenos análogos de comunicación política.

Al hablar de un concepto tan amplio como la democracia, resulta clarificador el trabajo de Robert Dahl (1992) en la cual establece cinco condiciones básicas para este sistema político: (a) igualdad política, (b) participación efectiva, (c) entendimiento fundado, (d) incidencia ciudadana en la agenda, y (e) equiparación de posibilidades de incidencia. En este sentido en sintonía con lo que expresa la coordinación de E-gobiernos de OEA (2014), podemos entender la democracia electrónica como un sistema político que utiliza herramientas electrónicas para la formación cívica, el intercambio de información y la articulación de intereses, entre otras cuestiones. Más específicamente la democracia electrónica consiste, tal como señala Macintosh (2004), en el uso de las TICs para comprometer a los ciudadanos en los procesos democráticos, apoyar la adopción de decisiones y fortalecer la democracia. En este sentido autores como Estévez, Fillotrani y Janowski (2010) señalan que la principal característica de la democracia digital reside

en la utilización de Internet y de las TIC para promover, facilitar y gestionar la participación ciudadana en la política y en la gestión pública, siendo que su principal herramienta está dada hoy por las redes sociales -como Twitter, Facebook y YouTube- que permiten tal participación con independencia de la orientación ideológica o afiliación partidaria de los ciudadanos.

A partir de sus características la democracia electrónica empieza a ser utilizada en el marco del debate acerca de la democracia representativa frente a la democracia directa, lo que ha llevado a varios autores a desarrollar modelos y clasificaciones de la democracia electrónica. La principal conclusión es que el debate sobre las posibilidades de la aplicación de las TIC ofrece a los sistemas políticos de las democracias avanzadas oscila entre dos posiciones. Por un lado, aquellos que plantean su utilización para mejorar las capacidades y el rendimiento de la democracia representativa. Por otro, los que plantean la superación de esta democracia representativa sustituyéndola, en mayor o menor medida, por mecanismos de democracia directa.

Uno de los planteamientos analíticos más profundos y originales dentro de las tipologías de la democracia electrónica es la propuesta por Van Dijk (2000), que para elaborarla se interroga por los usos que tienen las TIC en los distintos modelos de democracia existentes. El criterio utilizado para organizar estas categorías es la preferencia por la democracia representativa o la democracia directa.

-Democracia Electrónica en la Democracia Representativa

Para Harto de Vera (2006) el rol que las TICs desempeñan en el modelo de la democracia representativa es resolver el déficit de información que aqueja a las democracias contemporáneas. En esta óptica, la responsabilidad de la brecha existente entre gobernantes y gobernados es debida a la falta de canales de comunicación entre elites y ciudadanía. Aquí el rol destinado a las TIC consiste en ser un medio para eliminar el déficit de información y reforzar el sistema político mediante un uso más eficiente del procesamiento de la información, además de incrementar sus niveles de transparencia. De esta manera las TIC deben cumplir al menos dos funciones: 1) proporcionar más y mejor información a gobernantes, representantes y ciudadanos; 2) ser una herramienta que permita la interactividad para que pueda funcionar un gobierno abierto a disposición de la sociedad.

Por otra parte, en relación al uso de las TIC en las elecciones y las campañas electorales Van Dijk (2000) indica que el voto puede ser captado a través de una estrategia para dirigirse a una audiencia segmentada y permitir así la diversificación de los mensajes en función de las características del electorado, maximizando de este modo la obtención de apoyos y sufragios. Para el autor una de las características de las TIC que resulta particularmente atractivas para la democracia representativa es la multiplicación de canales y medios de comunicación que favorece la

pluralidad de la información política: cada organización y asociación puede expresar su voz sin el filtro de los medios tradicionales de comunicación.

-Democracia electrónica en la Democracia Directa

Según lo planteado por Altman (2005) “por democracia directa se entiende un grupo de mecanismos que permite a los ciudadanos decidir sobre materias específicas directamente” (204). En otras palabras, esos mecanismos son medios de decisión política por medio del sufragio directo. Para Payne (2002) su finalidad es hacer que los ciudadanos participen colectiva y directamente en el procedimiento de toma de decisión, más allá de elegir a sus representantes, para tomar sus propias decisiones.

Colombo (2006) indica que las TIC, por sus características de relaciones horizontales, multiplicidad de actores y funcionamiento no acotado geográficamente, permiten –como mínimo a nivel técnico– traspasar el sistema de representación tradicional y avanzar hacia una democracia con una fuerte participación ciudadana. Harto de Vera (2006) indica que en este ítem se centran las encuestas, referendos, y votaciones a través de las herramientas que proporcionan las TICs.

2.3) Acción política Digital

Corresponde a acción política digital al conjunto de acciones que de manera amplia llevan a cabo determinados individuos con el propósito de lograr los principios ideológicos, planes y programas de la organización a la que pertenecen en las plataformas digitales que proporciona internet. En relación al tema de investigación las teorías de la acción política que asumen este término desde el punto de vista institucional, desarrollan la importancia de las instituciones en función del intercambio racional. Para March y Olsen (1997) la acción racional depende de una percepción subjetiva de las alternativas, sus consecuencias y su evaluación. Las teorías centradas en las instituciones subordinan la lógica de la consecuencia a la de lo apropiado: sin negar la realización de cálculos y la anticipación de las consecuencias. Se considera que unas y otras ocurren en un marco más amplio de reglas, papeles e identidades. Ahora bien, las teorías modernas centradas en el intercambio suponen una racionalidad limitada, ya que la percepción de las opciones y sus consecuencias son representaciones débilmente percibidas de las realidades externas. En esta teoría, no se toma en consideración todas las opciones, ni se conocen con certeza todas las consecuencias. Como indican March y Olsen (1997) “como resultados, las teorías de la elección son teorías de la búsqueda, teorías del proceso mediante el cual los actores reducen su ignorancia sobre las opciones y sus consecuencias” (p.45). Conforme a esta teoría,

se cree que los actores políticos racionales están dotados de preferencias o intereses, coherentes, estables y exógenos al sistema político.

Las acciones políticas no existen fuera de los momentos históricos en que se desarrollan. “Los activistas deben aprender cómo escoger sus tácticas dentro de un escenario cultural e históricamente específico” (Millaleo y Velasco, 2013:8). En este sentido la acción política digital es una forma de acción política propia de su contexto, utilizando las plataformas relevantes en su escenario social, como es en este caso es el internet. Las páginas web de las organizaciones políticas contienen llamados para la acción, informaciones sobre la misma organización y sobre las campañas de la organización. Normalmente incluyen agendas o calendarios de movilización. Estas serán fundamentales para comprender la importancia de las tecnologías de la comunicación para la acción colectiva. En lugar de representar formas absolutamente nuevas de acción, estas tecnologías se integran con formas ya existentes de acción, pero posibilitando su escalamiento a bajos costos de organización y movilización, resignificando así formas de acción colectiva.

Las herramientas digitales ya forman parte de la política y en concreto de los procesos electorales. Las tesis sobre su impacto en los procesos políticos y en la calidad de la democracia, puede dividirse en las siguientes bases: “1) Revitalización de la cultura política y de los mecanismos convencionales de participación democrática. 2) Introducción de nuevos repertorios de acción y participación. 3) Cambios del nivel y calidad de participación, así como de la esfera pública resultante” (Sampedro, Sánchez y Campos, 2013, 54). En las últimas décadas y debido en parte a la desafección por la política, Chadwick (2006) indica que se han ahondado en las potencialidades de la red para aumentar el compromiso con los partidos políticos y la democracia, se destaca un intento por desarrollar acciones políticas digitales por parte de las organizaciones para ampliar la participación política y revitalizar la vida cívica. En este sentido Corval (2010) señala que la realización del potencial de la acción política en red que está considerando este desafío y objetivo político, se enfoca en tres tipos de expectativas: 1) paliar la falta de transparencia con mejor información, 2) multiplicar las formas de debate y discusión y 3) implementar procesos de deliberación y decisión por parte de los ciudadanos. A partir de esto, los resultados explícitamente esperados son mayor inclusión social, políticas públicas de mejor calidad, consolidación de la confianza que los gobernados depositan en los gobernantes y repartición de las responsabilidades.

2.4) Partidos Políticos

Haciendo un paralelo con la evolución histórica del nacimiento de los partidos Malamud (2003) señala que los partidos aparecen como la consecuencia no buscada de la masificación de las sociedades y la expansión de los estados modernos, cuyas dinámicas dan lugar a un nuevo fenómeno: el de la representación política. Continuando lo planteado por Duverger (1987) que pone el énfasis en la relación con el parlamento, indicando que los partidos se habrían desarrollado a modo de organizaciones auxiliares de las nacientes cámaras representativas, con el fin de coordinar la selección y las tareas de los miembros de la asamblea. Hoy los partidos políticos en el sentido más amplio del término, poseen como característica significativa su universalidad, en la gran mayoría de los países del mundo se posee partidos políticos en su sistema de gobierno. Lo que no implica que todos los partidos tengan la misma naturaleza ni que cumplan las mismas funciones.

Duverger (1972) define a los partidos en torno a dos factores: En primer lugar, que su principal objetivo sea el de conquistar el poder o el de compartir su ejercicio y, en segundo lugar, que cuenten con una base amplia de apoyo. Sartori (1980) sostiene que "un partido es cualquier grupo político identificado con una etiqueta oficial que se presenta a las elecciones, y puede elegir en elecciones, candidatos a cargos públicos" (p.91). También el autor señala que para considerar que partidos políticos son relevantes, se debe analizar: su posibilidad de formar gobierno, su capacidad de veto y su capacidad de coalición. Panebianco (1990) desde el marco de la sociología de las organizaciones, señala que "los partidos, al igual que cualquier otra organización, se distinguen por el ambiente en el que desarrollan una actividad específica, sólo los partidos operan en la escena electoral y compiten por los votos" (p.34). Buscando finalmente un punto de encuentro entre estas diversas definiciones Abal (2002) establece que "un partido político es una institución, que busca explícitamente influir en el Estado, generalmente tratando de ubicar a sus representantes en posiciones del gobierno, a través de la competencia electoral o procurando algún otro tipo de sustento popular" (p.37).

Las características que presentan los partidos, y que los diferencian entre sí más allá de sus funciones comunes, fueron descritas por el autor antes mencionado Panebianco (1982) que en su análisis de los modelos de partido define seis áreas de incertidumbre, cuyo mayor o menor control por parte de la dirigencia partidaria determina el perfil de la organización en las que se encuentran: a) la competencia, para cumplir una función, lo que excede el mero saber técnico; b) las relaciones con el entorno, lo que incluye la capacidad para establecer alianzas y conflictos con otras organizaciones; c) la comunicación, esto es, el control ejercido sobre los canales de

información interna y externa; d) las reglas formales, entendida como la facultad de interpretación para aplicar u omitir los estatutos; e) la financiación, o control del flujo de dinero; y f) el reclutamiento, que implica la definición de los requisitos de admisión, carrera y permanencia. Para efecto de esta investigación consideramos aquí a los partidos políticos que en el año 2015 estaban legalmente constituidos y tenían representación parlamentaria. A la vez que consideramos a los movimientos políticos que si bien tienen representación parlamentaria al momento de esta investigación no están constituidos formalmente en el sistema político.

-Partidos políticos e Internet

Los primeros estudios sobre ciber-política se centraron principalmente en los partidos políticos y sus estrategias de comunicación electrónica durante las campañas electorales a partir de sus páginas web institucionales. Para los autores, estos estudios reflejaron que internet no ha mejorado la comunicación con los votantes del partido, activistas y ciudadanos. “En el caso particular de los sitios web, serían utilizado más como instrumentos de propaganda de arriba hacia abajo que como instrumentos de debate e intercambio de ideas” (Haro, Sanpedro y Sanchez, 2013:183). Desde la primera participación de los partidos políticos en el ciberespacio, hacia mediados de los años 90, han surgido múltiples estudios intentando analizar su proceso de adaptación a este nuevo medio. Para Esteve y Borge (2013) en términos generales, dos han sido los grandes ámbitos en que se han analizado. En primer lugar, la adaptación de los partidos políticos a las TICs con el impacto interno de estas en la participación de los partidos, con las posibilidades de descentralización y democratización que se posibilitan; y, en segundo lugar, el análisis de las nuevas posibilidades de movilización y participación externas hacia la ciudadanía derivadas de la utilización de las TICs por parte de los partidos. Aquí se hace presente que el uso de las tics puede favorecer un mayor activismo entre los miembros de los partidos, así como mejorar sus capacidades de captación de nuevos seguidores.

Algunos autores han estudiado distintos factores de los partidos en el uso de las TICs para llamados a la movilización y la interacción con los ciudadanos. Romele (2003) fue uno de los primeros autores en destacar que “el uso de las TICs no sería uniforme por parte de los partidos y dependería de los fines y objetivos del partido (maximización de votos, implementación de políticas, obtención de cargo, democracia interna)” (citado en Esteve y Borge 2013, p310). Así, los partidos centrados en la maximización de votos y cargos, adoptarán una estrategia comunicativa desde la institución hacia la ciudadanía (Top-Down), mientras que los partidos que buscan implementar políticas y ampliar la democracia interna desarrollarían estrategias de comunicación desde la ciudadanía o la militancia de base a la institución (Botton-up).

La actividad política, en algunos casos, se ha enriquecido y se ha hecho más compleja a través de los medios sociales. Millaleo (2015) destaca, en primer lugar, que hoy los canales de información que tiene los militantes y simpatizantes de partidos políticos son mayores. La mayor accesibilidad a la información, acompaña la posibilidad de mayor transparencia en las decisiones de los partidos, se le pueden adicionar diversas formas de consulta y participación en distintos niveles de decisión a través de plataformas web, que son cada vez más recurrentes en la vida política de los actores establecidos. Esta es una posibilidad que puede o no concretarse dependiendo de la disposición de la organización política.

En el contexto latinoamericano Fernández y Paniagua (2013) hacen hincapié en la falta de planificación por parte de las organizaciones políticas y de los políticos a la hora de usar redes sociales para comunicarse con los diferentes grupos de interés, tanto internos (militantes) como externos (ciudadanos, medios de comunicación, colectivos profesionales y sociales, grupos de presión y lobbies, entorno financiero, otros partidos políticos, etc.) A su vez Calvache (2010) desarrolla un estudio de acción política digital y organizaciones políticas en Ecuador, donde los resultados tienen a indicar que, en el caso de los partidos y movimientos políticos los del centro hacia la izquierda, tienen mayor presencia en la web, y si bien los partidos reconocen la importancia de las redes sociales, no tienen preparación en su utilización. Finalmente, en el contexto nacional contamos con el trabajo “El rol de las redes sociales en la última campaña presidencial chilena” de González y Henríquez (2012:28) donde se indica que en la práctica las acciones políticas digitales son más una herramienta de branding (construir una marca a través de una estrategia comunicacional) que una dimensión de participación y diálogo. Donde no existe una socialización política, sino más bien una manera más artificial y elucubrada de marketing político. Finalmente, lo que podemos desprender es que si bien esta la posibilidad cierta de utilizar las plataformas de internet para promover la participación de la ciudadanía, los hechos indican que depende absolutamente de la necesidad y la voluntad de los actores. Muchos: “veían en la red la posibilidad de alcanzar una democracia más dinámica y han visto sus expectativas reducidas al marketing político” (Crespo, 2010:5).

Lo que ocurre es que los partidos políticos adecuan su presencia en el espacio público hacia una presencia poco hostil e indirecta adaptándose a la actitud impolítica del consumidor. De esta forma, tal como sostiene Habermas (1994) los partidos y sus organizaciones auxiliares se ven necesitados de influir públicamente sobre las decisiones de sus electores de un modo análogo a la presión ejercida por el reclamo publicitario sobre las decisiones de los consumidores.

Hasta ahora la lógica mediática de los tradicionales medios de comunicación facilitaba la construcción de un discurso de un relato coherente que, como comunidad, asumíamos con independencia de la conciencia o no de los fines específicos a los que obedecía. Sin embargo, en la

actualidad con internet, esa construcción simplemente queda en manos de cada uno de los sujetos que interviene en la comunicación conformando una suerte de mensajes superpuestos que no siempre permiten construir una historia. Contrariamente a lo que cabría sospechar de un escenario que abre la discusión y el debate, autores como López (2010) señalan que “no funciona tanto como vía para convencer a los ajenos, sino más bien para reforzar a los afines” (11). Donde se relata que la mayoría de los perfiles de temática política tienden a convertirse, tarde o temprano, en eficaces mecanismos de agitación, cajas de resonancia del discurso político en donde el disenso, si existe, está siempre en franca minoría. Esto último posiblemente sea lo que podríamos considerar la principal dificultad de la acción política llevada a cabo en Internet. Romper el círculo de los afines que en la práctica acaban constituyendo la mayoría de la audiencia. Evitar la fútil sensación de que estamos convenciendo a los ya convencidos.

En líneas generales, la utilización de las redes sociales como herramienta de comunicación política es aún escasa. Su uso por parte de los candidatos a las elecciones durante las campañas electorales ha sido deficiente. Martínez (2012) a partir de su investigación “Redes sociales y política” plantea que, en algunos casos, da la sensación de que el afán de los políticos por estar en Internet se debe más al deseo de sumarse a los avances tecnológicos por mera conveniencia electoral, que a la verdadera consideración de estas herramientas como un elemento fundamental de su estrategia de campaña. La mayor parte de los políticos todavía parecen mostrarse escépticos ante su uso y tienen cierto temor ante una herramienta que no pueden controlar, quizás por observar que no tienen el control de la gran e inmediata difusión que cualquier error pudiera tener a través de la red social. Por ello, aparentan confiar poco en su potencialidad como herramienta de contacto directo con el ciudadano. Sin embargo, son conscientes al mismo tiempo de la importancia de “estar”, de tener presencia en estas redes, debido al importante papel que parecen predestinadas a jugar. En este sentido los políticos utilizan redes sociales como un canal de difusión, más que de conversación o diálogo con el ciudadano. De este modo, en las investigaciones se observa que predomina el modelo de comunicación unidireccional, y que los niveles de interacción con los usuarios son bastante bajos. Pareciera que la presencia en redes sociales de políticos se limitaría a una reproducción de los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación tradicionales.

2.5) Participación ciudadana en internet

Pocos términos se usan con más frecuencia en el lenguaje político cotidiano que el *de participación*. Aludimos constantemente a la participación de la sociedad desde planos muy diversos y para propósitos muy diferentes, pero siempre como una buena forma de incluir nuevas opiniones y perspectivas. Merino (2010) indica que se invoca la participación de los ciudadanos, para dirimir problemas específicos, para encontrar soluciones comunes o para hacer confluir voluntades dispersas en relación a lo público. En términos generales, se consideran equivalentes

las actividades de la participación ciudadana y la participación política. Sin embargo, cabe precisar algunas distinciones importantes para comprender mejor el déficit participativo. Cunill (1997) distingue cuatro tipos de participaciones: social, comunitaria, política y ciudadana. La participación política la efectúan los ciudadanos mediante instituciones formales y con instrumentos reconocidos en el sistema político. Por ejemplo, constituir partidos con registro, ejercer el voto, formar parte de comisiones o cabildos, ejercer funciones públicas, entre otros. De esta manera Aguirre (2013) plantea que la participación política constituye una acción regulada en o con el Estado. En contraste, la participación ciudadana busca la interacción con el Estado en el espacio público para influir sobre él y definir las políticas públicas y, en el mejor de los casos, el reconocimiento de nuevos derechos. En este sentido, la participación política ejerce la democracia, mientras la participación ciudadana la genera y la amplía. La primera es una participación acotada en la medida en que se encuentra institucionalizada; la segunda no está acotada. Para términos de esta investigación la definimos a partir de Guillen (2009:179) esencialmente como “la participación que hacen las personas para afectar la toma de decisiones, ejecución y seguimiento de las decisiones públicas”, agregándole esta vez que se desarrollan en las plataformas de internet.

Giraldo (2012) plantea que el uso de internet se desarrollado, así como una posibilidad de reactivación de las acciones cívicas, refundando el paradigma comunicativo que vincula directamente el potencial participativo de la ciudadanía con los avances de las tecnologías sociales de la información, carácter que podría ofrecer posibilidades de “reactivación” de la participación ciudadana y política.

Modelo de análisis del uso de internet para promover la participación ciudadana.

Lo que aquí se explica es la construcción teórica respecto a una metodología de evaluación que puede aplicarse sobre estudios que pretendan valorar y comparar el uso estratégico que han tenido instituciones políticas de internet con la intención de involucrar a la ciudadanía. Santiago Giraldo (2012) plantea en su trabajo cuales pueden ser los principales niveles de análisis para constatar las prácticas de las instituciones políticas en internet, en función de promover la participación ciudadana. El autor indica que a partir de los trabajos de Vedel (2003) pasando por las propuestas de Aicholzer y Kuzeluh (2008) y las encuestas anuales E- gobierno de la ONU (2008, 2010) se observa que la participación ciudadana a través de internet se desarrolla a partir de 3 escalas o niveles. Para Vedel (2003) el análisis de los discursos sobre la participación electrónica demuestra que las trayectorias de los estudios se organizan en torno a tres temas principales: primero informar a los ciudadanos; en segundo lugar, el debate y finalmente la participación en la toma de decisiones públicas. Mientras que Georg Aichholzer y Ulrike Kuzeluh (2008), siguiendo el informe de la ONU (2008) señalan tres niveles de participación ciudadana que

pueden promoverse a través de un determinado diseño institucional de las herramientas de internet. Cada uno de los niveles de participación implica determinados procesos, que, a medida que el grado se incrementa, aumentan en proporción acumulativa: los niveles superiores contienen a los inferiores.

Giraldo aunando a los autores anteriores plantea que para cada una de las escalas, es posible encontrar evidencias de un empoderamiento basado en la apropiación de la tecnología, así como demostraciones de la forma como se plantean nuevos desafíos a los ciudadanos que buscan contribuir a la política bajo el control de la información, de tal manera que se evidencie la disponibilidad, la eficiencia y la descentralización de ésta, también, para reforzar internet como plataforma de interacción para los ciudadanos que deseen participar en el proceso político. Los niveles de participación como criterios clave en la definición de la participación electrónica preguntan “por el nivel o qué tan lejos puede llegar el ciudadano en el ejercicio de la participación electrónica” (Macintosh 2004). Se entienden como los grados que alcanza el ejercicio ciudadano cuando se hace parte del proceso de toma de decisión pública, a partir de la oferta institucional de herramientas y aplicaciones digitales de fácil acceso para el interesado

La propuesta de medición formulada en el texto presenta tres categorías básicas, que representan características fundamentales, tanto de la sociedad de la información como de la democracia.

-Niveles de promoción de la participación ciudadana en red:

Informar:

El nivel más básico de participación es la búsqueda de información política por parte de los ciudadanos. Giraldo (2012) expone que Vedel encuentra en esta dimensión un espacio de desarrollo de la democracia liberal y sitúa la información gubernamental (pública y transparente) como un prerrequisito para cualquier forma de participación política. En este sentido afirma que los nuevos medios generan un tránsito infinito de información, de acceso fácil, de tal manera que las instituciones pueden garantizar la publicidad de sus acciones a través del uso de las herramientas de Internet. La ONU (2010) en esta línea plantea que las páginas web de las instituciones políticas necesitan ofrecer información sobre los candidatos elegidos, la estructura del gobierno, sus políticas y programas, los puntos de contacto, el presupuesto, las leyes y las regulaciones y otra información de interés público. Los gobiernos ofrecen información básica a través de sus páginas web nacionales como servicio de base para la participación ciudadana. La base informativa en este sentido es un insumo necesario para el desempeño de cualquier actividad y es concebida como el elemento fundamental de la vida en el siglo XXI. Al mismo tiempo, es la base sobre la cual se asientan y se preparan las decisiones públicas. Este nivel permitiría un proceso de transferencia de medios y libertad de decidir a los ciudadanos. El nivel responde

a cómo la tecnología puede ser usada para llegar a una audiencia amplia, proporcionando herramientas que respondan a diversas habilidades técnicas y comunicativas de los ciudadanos. La tecnología debe dar la información pertinente en formatos accesibles y comprensibles. Finalmente se cumple el objetivo de informar, los nuevos medios de comunicación promueven la transferencia de información de fácil acceso. Las instituciones públicas, por medio de ellas, pueden dar a conocer sus acciones y sus productos a la ciudadanía con la intención de mejorar sus comunicaciones sociales y políticas.

Deliberar:

Un paso más se produce cuando los ciudadanos informados discuten y debaten de política dentro de su círculo cotidiano. Vedel (2003) señala que la deliberación, concentrada en la discusión online, está representada en la forma en que el ciudadano construye opiniones políticas y las confronta con el pensamiento de otros, y con sus representantes, en un escenario que se suele concebir como espacio público o ágora. La configuración de un espacio “público” *online* en el que se permite la expresión y el intercambio de opiniones de los ciudadanos (con alta, media, baja o nula incidencia en la toma de decisiones). El autor propone la democracia deliberativa como el modelo que mejor representa la segunda categoría que concentra el intercambio de ideas sobre temas y objetos, conformando así el interés público. En lo concerniente al eje deliberativo, Giraldo (2012:26) expone que se alude al proceso discursivo luego de que el ciudadano se ha informado; fomentando, de esta manera, el debate político. Para Vedel, la discusión es el punto de mayor atención de los ciudadanos hacia la democracia en Internet, ya que la Red es concebida como una nueva esfera pública. Por último, la ONU identifica la “*e-Consultation*” como la oportunidad para que el ciudadano, en las páginas de las instituciones del gobierno, encuentre las herramientas necesarias para la realización de consultas, y la intervención en debates. Métodos interactivos empleados para solicitar opinión ciudadana, atender demandas y aportes de diversos agentes, y garantizar el proceso de *feedback* con la población. El concepto de *deliberación*, por su parte, establece un escenario discursivo entre hablantes, reconocidos previamente como interlocutores válidos. Así, se articula una esfera pública que, actuando como escenario de representación política de diferentes discursos, establece las bases del consenso racional guiado por el diálogo democrático. Este nivel permite comprometer para la construcción de una obligación cívica hacia las formas de acción y decisión públicas, vía redes electrónicas. La institución garantiza herramientas de involucramiento ciudadano en procesos de consulta organizados por instituciones. Las consultas son dirigidas a públicos amplios y garantizan contribuciones y apoyo a cuestiones de política deliberativa. Permitiendo una discusión que configura de un espacio público online, en el que, bajo condiciones de accesibilidad y transparencia, se permite la expresión y el intercambio de las opiniones de los ciudadanos (con incidencia o no en la toma de decisiones públicas).

Decidir:

Expresión de un mayor grado de participación política. La dimensión es reflejada por Vedel (2003) como el espacio participativo dentro del cual los miembros de la sociedad inciden, más o menos directamente, en la toma de decisiones políticas. Para poder hacerlo, necesita la información básica y adquirir un compromiso de participación ante la esfera pública, desde la cual contribuye activamente en el proceso de la política. La toma de decisiones se sitúa como un modelo democrático bajo la concepción de la democracia. La red social se establece, así, como un pre-requisito de la participación política, a partir de un funcionamiento adecuado de esta. El eje de la participación, en último término, alude a un proceso de mayor grado de participación política. Para la ONU, el tercer eje se demuestra bajo la disposición de la institución para tomar en cuenta las demandas de los ciudadanos recibidas a través de medios digitales e incluirlas en los procesos de la formulación de políticas. La categoría *decidir* implica la necesidad de vinculación del individuo con ciertos procesos en los que pueda demostrar que su voz es escuchada y su voto, tomado en cuenta. El ejercicio individual que obliga a las personas a ser parte —o a tomar parte— de una decisión es una característica básica de los procesos de la sociedad de la información, en la que los individuos buscan continuamente canales de *autoexposición* pública. En el plano democrático, la vinculación de la voz y de los votos ciudadanos en la toma de decisiones públicas es una exigencia que hasta ahora casi no ha podido ser integrada a los sistemas tradicionales de diseño, implementación y evaluación de políticas públicas. Este nivel facilita el empoderamiento, dando concesión de poder político para que una comunidad mejore sus condiciones de vida. El ciudadano es capaz de organizarse como comunidad y de utilizar las redes electrónicas como soporte, de su organización y de sus relaciones, con instituciones estatales u organizaciones sociales. Implica apoyo a la participación activa y la incorporación de ideas ciudadanas en la agenda política. Permitiendo el impacto de la participación activa en la toma de decisiones.

Reflexiones frente a las dimensiones

Las categorías expuestas conforman un triángulo que debe cumplirse en sus tres aristas para garantizar una oferta adecuada de herramientas de participación con destino a la ciudadanía. El modelo propuesto garantiza una medición conjunta, de los tres niveles expuestos. Así, resulta factible comparar las discusiones teóricas iniciales, con un elemento observable: el uso que las entidades políticas realizan de internet como medio estratégico de comunicación, para promover la participación ciudadana en los procesos públicos. Un proceso que solo puede materializarse por medio de la oferta y de la disposición de herramientas funcionales de participación ciudadana por parte de las instituciones, como en este caso lo son los partidos políticos.

2.6) Transparencia en la era de Internet

La Transparencia es un término muy usado, ya que su invocación es mayor a la práctica de la misma. La tendencia al incremento de la transparencia viene originada por el asentamiento de la democracia en el mundo occidental, lo que ha provocado la solicitud del libre acceso y movilidad de la información por parte de la sociedad (Perramon, 2013). Las Naciones Unidas han decretado que el acceso a la información es un derecho humano básico que además permite otros derechos esenciales. No tiene sentido expresar un pensamiento u opinión cuando hay ausencia de información, creíble, veraz y a tiempo. Para De León (2008) existe un consenso fuerte en el mundo de que la transparencia es parte integral y determinante de los procesos democráticos. El aumento de demanda por información por parte de las personas y miembros de una sociedad es percibida como buena para sus derechos, pero también en la gobernanza de un país.

El comité de Transparencia de la OCDE (2015)- Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo- define a la transparencia como el proceso por el cual la información de las condiciones existentes permite ser accesada para la toma de decisiones y acciones, de manera visible y entendible. La definición no restringe el uso de la misma al tema de Gobierno Público o Corporativo, sino que da un énfasis al usuario sobre la información, mediante el reconocimiento de que debe de ser visible y entendible. En este sentido Moreira y Vinicius (2011) señalan que la búsqueda de transparencia -ya sea en el sector público o en el privado- es un objetivo que está presente en todas las democracias actuales, la transparencia pública como política pública está asociada a la profundización democrática, a la buena gobernanza y a la prevención y combate a la corrupción. Por lo tanto, tales políticas serán consideradas eficientes si contribuyen a profundizar los niveles de democracia de los países, a garantizar o mejorar la gestión de las políticas públicas y/o a prevenir y combatir la corrupción.

En la vida democrática, el principio de la publicidad de los actos de gobierno es, desde los tiempos de la Revolución francesa, una condiciona para el desempeño democrático (Hood 2006, 19). Comprendido como principio de integridad y responsabilidad en la administración. Este principio se ha sumado como parte del significado del término transparencia y ha quedado consagrado en las leyes contemporáneas del derecho de acceso a la información pública. Para Luna (2012) la transparencia –como cualidad de gobierno– de las instituciones políticas es una parte clave de la consolidación democrática de un país. Los partidos políticos, como arena de la participación política y origen articulador del poder público, tienen responsabilidades públicas concretas en el respeto y la garantía de los derechos constitucionales, por lo que sus actos deben regirse por el principio de transparencia.

En la actualidad la emergencia de la transparencia y la rendición de cuentas es parte de la cotidianidad política de la sociedad. Paniagua, Borunda y Camargo (2012) indican que esto ha dado pie a varias vertientes de investigación como lo son: la evaluación al gobierno electrónico; el impacto en la modernización de la administración pública; su relación con la gobernabilidad-gobernanza; y el acceso a la información como elemento central de la consolidación democrática. Orrego y Araya (2002) plantea que las grandes promesas de acceso a la información y de mayor transparencia de la labor gubernamental a través de internet supone la existencia de contenidos y servicios relevantes de cada grupo particular. Solo así el acceso a internet será de utilidad y la transparencia adquirirá valor. De lo contrario la tecnología termina siendo un fin en sí mismo.

Para Uvalle (2012:1) la sociedad contemporánea “se caracteriza por “desarrollarse con base en la práctica de valores democráticos, lo cual implica que la organización y el ejercicio del poder estatal se desenvuelven hoy en un marco de exigencias crecientes”. En efecto, cuando la sociedad civil está alerta, informada, organizada y participativa, los procesos del poder ingresan a un conjunto de exigencias que apuntan por la mejora de la capacidad de respuesta que han de diseñar las autoridades constituidas. La transparencia en el caso de los partidos políticos no es un objetivo per se, es más bien una herramienta para que realicen mejor sus funciones en el sistema político. En este sentido, la transparencia beneficia a los partidos en tres ámbitos: “Ayuda estrechar el vínculo con la ciudadanía y su base social. Les otorga independencia respecto a los intereses particulares de sus fuentes de financiamiento; y permite que estén bajo un constante proceso de renovación para mejorar su gestión” (Von Wolfersdorff, 2013,16).

En el capítulo chileno transparencia internacional (2013) señala que debe considerarse que el marco regulatorio chileno está atrasado en materia de transparencia en partidos políticos, al no imponer hasta ese momento ningún requisito de transparencia para estas instituciones. Cabe señalar que en ninguna parte del marco legal se hacía explícito que los partidos políticos debieran transparentar o hacer pública su información y tampoco se ahondaba en mecanismos de transparencia, rendición de cuentas y control de su gestión y de sus actividades. Debemos señalar que recientemente en el año 2016 a partir de graves hechos de corrupción que sacudieron a la política en Chile, se ha avanzado en una legislación que busca regular el financiamiento de las campañas políticas y el gasto electoral, además de poner a disposición de la ciudadanía, a través de las páginas web de los partidos informaciones que ayuden a transparentar su funcionamiento.

Áreas de Transparencia

Wolfersdorff (2013) en el marco del debate por la transparencia, en conjunto con el capítulo chileno de Transparencia internacional desarrollan una propuesta que establece áreas para determinar la transparencia de los partidos políticos las cuales ocuparemos de base en nuestro trabajo para desarrollar el ítem de transparencia.

Estructura básica del partido y procedimientos internos.

La transparencia de la estructura del partido y de sus procedimientos internos resulta vital, porque facilita la coordinación y la movilización dentro del partido, así como del partido hacia afuera. Además de transparentar la composición, el funcionamiento y las interrelaciones de todos los órganos de un partido, cabe destacar en especial el rol de los procedimientos internos, tales como: Mecanismos generales de comunicación interna y externa: Para mantener a sus afiliados cercanos a los quehaceres del partido político. De esta manera, deberá existir un canal de comunicación constante entre el partido y la ciudadanía, a través de su página web o redes sociales (Transparencia Internacional Chile, 2013).

Transparencia ideológica y programática.

Esta área busca hacer visible la ideología, el pensamiento y las propuestas programáticas del partido. El rol de los partidos políticos como institución que intermedia de forma sostenible la relación entre la esfera pública y la ciudadanía no solamente requiere atención en materia de financiamiento, sino también en materia programática. Para los partidos significa que sus ideas, programas y propuestas país sean conocidos por la ciudadanía.

Transparencia en el financiamiento del partido.

Esta área busca hacer visible como el partido se financia, lo que permite mostrar independencia de la opinión de sus financistas. Los partidos políticos ejecutan tareas de interés público, por lo que resulta importante que no estén influenciados por sus fuentes de financiamiento.

Rendición de cuentas o Accountability

Ugalde (2002) explica que “Rendición de cuentas” es un término que traduce de manera limitada el significado de la palabra anglosajona *Accountability*, que en español significa “el estado de ser sujeto a la obligación de reportar, explicar o justificar algo; a su vez *Accountability* se deriva de *account*, que significa “descripción oral o escrita de eventos o situaciones particulares”. Para los autores Peruzzotti y Smulovitz (2002) el concepto hace referencia a la capacidad para asegurar que los funcionarios públicos rindan cuentas por sus conductas, es decir, que están obligados a justificar y a informar sobre sus decisiones.

CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO

1) Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter descriptivo, porque su finalidad es establecer la gestión en redes sociales de los movimientos y partidos políticos chilenos con el fin de conocer su estructura, comportamiento y propiedades importantes en función de promover la participación ciudadana y la transparencia. El nivel descriptivo tiene relación con los objetivos de la investigación, en tanto nos permite especificar las propiedades del fenómeno que se somete al análisis (Danhke, 1989). En este caso describir, identificar y establecer sobre los diversos aspectos, dimensiones o componentes de nuestro objeto de estudio. La investigación se realiza según lo planteado por Hernández, Fernández, & Baptista (2003) para las investigaciones descriptivas, en el sentido de producir datos sobre diversos aspectos o dimensiones del fenómeno de las redes sociales en relación a la participación ciudadana y la transparencia a modo de seleccionar la información sobre cada una de ellas, para luego tratarlas independientemente y así caracterizar el fenómeno que se está investigando.

2) Tipo de diseño

La decisión de aplicar una metodología de tipo cualitativo es resultado de la construcción del objeto de investigación y su contexto, ya que, esta investigación estudia la gestión de un fenómeno social que está en constante construcción y que se define en términos de las intervenciones de las organizaciones que lo ejecutan. En este sentido, las herramientas de recolección de información y su ordenación, así como el tipo de análisis, se realizan determinadas por el carácter cualitativo de esta investigación (Junquera, 1997). En su carácter cualitativo se apostó por conocer la gestión de redes sociales, en términos de los criterios y ámbitos de la misma, en relación a la participación ciudadana y la transparencia de modo que fuera posible obtener características particulares y explicaciones potencialmente específicas y significativas del fenómeno, mientras que un enfoque cuantitativo podría dar representatividad no podría explicar detalladamente las estrategias.

En tanto esta investigación apela a la descripción precisa y puntal del fenómeno, se optó por diseñar una metodología que nos permitiera registrar durante un periodo de tiempo definido todo lo que se publica en las redes sociales de los movimientos y partidos políticos. Tal como lo plantea Corona (2013) en su propuesta metodológica para investigar desde internet, esta estrategia tiene su fundamento en los principios del hipertexto en lo referente a la posibilidad de

registrar el andar de los usuarios en la Red, y en los principales postulados de la etnografía virtual, para encontrar allí sentido a sus estrategias y los significados que construye. Los registros hipertextuales es una propuesta que conecta lo teórico con lo metodológico de modo que nos permite observar de una forma muy específica lo que hacen los partidos y movimientos en la Red en función de lo que buscamos investigar.

Se plantea que esta investigación es de tipo transversal, ya que es un estudio que recopila información en un momento único, es como fotografiar algo que sucede en un periodo de tiempo. A la vez, que es no-experimental porque en ningún caso involucra la manipulación intencional de una acción para analizar posteriormente sus posibles efectos.

3) Universo:

El universo de investigación está constituido por las publicaciones de las páginas web de redes sociales Facebook y Twitter de los partidos y movimientos políticos que tienen representación parlamentaria en el periodo 2014-2018. Los partidos son:

Unión Demócrata Independiente (UDI), Renovación Nacional(RN), Democracia Cristiana(DC), Partido Radical (PR), Partido por la Democracia(PPD), Partido Socialista (PS), Partido Comunista(PC), Partido Liberal(PL)

Y los movimientos políticos con representación parlamentaria son:

Revolución Democrática (RD), Izquierda Autónoma (IA), Amplitud y Evopoli.

4) Muestra:

En el caso de Facebook El Periodo a analizar son todas las publicaciones entre los meses de septiembre, octubre y noviembre del año 2015.

En el caso de Twitter las 3200 publicaciones más recientes. (Esto es porque la plataforma Twitter solo permite acceder a las últimas 3200 publicaciones, las anteriores se van eliminando automáticamente) desde noviembre 2015 hasta mayo 2016 en función del orden en que se realizaba el levantamiento de información.

5) Técnica de producción de datos:

La recopilación documental es una técnica de investigación, que consiste en un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. La recopilación documental para Quintana (2006) se desarrolla en acciones como rastrear y clasificar los documentos identificados, seleccionar los documentos pertinentes para la investigación y leer en profundidad el contenido de los documentos seleccionados, para identificar elementos de análisis y consignarlos en notas que registren los patrones, tendencias, convergencias y contradicciones que se vayan estableciendo.

En el caso de esta investigación los documentos son de tipo virtual, un tipo de documento para el que existe un estado no persistente y en el que algunas o todas sus instancias se generan en un lapso de tiempo. En función de hacer un registro de estos documentos utilizaremos el instrumento de *screenshot* o *screencapture* que consiste en una copia en imagen de la pantalla del navegador donde se accede a la página web, es algo semejante a fotografiar la pantalla del computador. Esto permite llevar un registro de las publicaciones en redes sociales de los movimientos y partidos políticos chilenos, para luego poder utilizarlos. Esta técnica ya ha sido utilizada por la investigadora Christine Hine (2004), en su texto “Etnografía virtual” y en investigaciones nacionales como “Publicidad e internet: el desafío del mensaje virtual” de los investigadores Illanes y Oyanedel (2001).

7) Consideraciones éticas:

El ejercicio de esta investigación es científico y el uso del conocimiento producido tiene como finalidad labores académicas. En esta investigación consideramos para la evaluación ética los aspectos de: El Valor social o científico que tiene la investigación y el tratar de hacer el levantamiento de la información de manera independiente del objeto de estudio.

8) Matrices de observación:

8.1) Promoción de Participación Ciudadana en internet

Nivel	Unidades de Contenidos	Definición
Informar	-Presencia en redes sociales abiertas	Si el movimiento o partido tiene una cuenta en la red social estudiada.
	-Disponibilidad de información on-line	Si el movimiento o partido difunde información en su red social.
	- Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización)	Si el movimiento o partido publica contenido programático u ideológico en la red social.
	-Calendario de actividades de participación	El movimiento o partido informa de actividades para que la ciudadanía o militancia pueda participar
	-Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes	Si el movimiento o partido publica intervenciones, discursos y otros de sus dirigentes o representantes
	-Rendición de cuentas online	El movimiento o partido rinde cuenta a los militantes o ciudadanos de alguna de sus acciones por medio de la red social
	-Claridad en los contenidos	El movimiento o partido publica contenidos que son entendibles por los ciudadanos
	-Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales	Si el movimiento o partido permite a usuarios de la red social publicar en sus perfiles
Deliberar	-Dialogo con usuarios de redes	El movimiento o partido dialoga con los usuarios a través de la red social
	-Dialogo con otras instituciones on-line	El movimiento o partido dialoga con perfiles de otras instituciones a través de la red social

	-Realización de encuestas de opinión	El movimiento o partido realiza encuestas de opinión en su red social
	Interactividad	Como es y con qué frecuencia la relación de interacción entre el partido o movimiento y los usuarios en la red social
	-Capacidad de respuesta	De qué manera movimiento o partido responde a los usuarios a través de la red social
Decidir	-Petición online	El movimiento o partido realiza peticiones a los ciudadanos a través de la red social
	-Consultas online en el proceso de toma de decisión	El movimiento o partido realiza consultas online, de alguna de las decisiones que debe tomar
	-Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.	El movimiento o partido muestra incorporación de resultados de participación digital a algún proceso de toma de decisión
	-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.	El movimiento o partido publica información ligada a la transparencia de la institución
	-Publicidad a las propuestas de sociedad civil	El movimiento o partido publica o difunde campañas o propuestas del mundo de la sociedad civil

*Elaboración en base a modelo propuesto por Giraldo (2010)

8.2) Promoción de la Transparencia a través de internet

Área de transparencia	Unidades de contenido	Definición
Transparencia en estructura	Publicación de algún medio de contacto con la institución partidaria.	El movimiento o partido pone a disposición medio de contacto de la institución partidaria
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática e ideológica, es decir, propuestas de políticas públicas del partido, frente a los distintos desafíos del país (por ejemplo, en el área de educación, salud, reforma constitucional, etc.).	El movimiento o partido publica información programática e ideológica de su organización en los medios digitales
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Publicación ligada con información financiera de la organización.	El movimiento o partido pone a disposición información de financiamiento de la organización
Rendición de cuentas Accountability	Justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares	El movimiento o partido publica contenidos que rinda o reporte alguna de sus acciones.

*Elaborado en base a las áreas de transparencia propuestas por Transparencia Internacional (2013)

9) Técnica de análisis de datos

Para esta investigación se utiliza análisis de Contenido como técnica de análisis de Datos. Esto se refiere a: “un conjunto de técnicas de análisis tendentes a obtener indicadores, por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/ recepción de estos mensajes” (Bardin citado en Andréu, 2000:3). Uno de los rasgos esenciales en el análisis de contenido es el uso de las categorías, que se derivarán de los modelos teóricos.

En esta investigación, los contenidos asignados son agrupados en propiedades, las propiedades relacionadas conforman dimensiones más amplias denominadas niveles para la participación ciudadana y áreas para la transparencia. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas justificadas concernientes a la fuente – el emisor y su contexto – o eventualmente a sus efectos.

10) Calidad del diseño (confiabilidad y validez)

Para asegurar un correcto diseño cualitativo que cumpla con las características de confiabilidad y validez, esta investigación se ajusta a los criterios expuestos en Valles (1999) que desarrolla una serie de estándares evocativos, y distintivos de lo cualitativo según su grado de: 1) Producción de teoría formal. 2) Consistencia con las observaciones empíricas. 3) Credibilidad Científica. 4) Producción de hallazgos generalizables o transferibles a otros contextos. 5) Reflexividad de los efectos que el investigador y estrategia de investigación genera en los resultados. 6) Cantidad de información sobre el proceso de investigación que se proporciona a los lectores.

Esto se ajusta a la investigación, puesto que, la información que se construye y analiza en esta investigación se hace por medio de métodos validados por el mundo de las ciencias sociales, con lo cual existe una producción formal de conocimiento y consistencia en las observaciones. En este sentido, la investigación produce conocimientos que son perfectamente transferibles a otros contextos similares, dejando en evidencia ante los lectores toda la información respecto al proceso de investigación.

CAPITULO IV PRODUCCIÓN DE DATOS.

Partidos Políticos:

Unión Demócrata independiente (UDI):

La unión demócrata independiente es un partido político chileno de derecha. Este partido fue fundado en 1989. Se auto define como un partido popular, libertario y con un sentido cristiano. sus posiciones ideológicas están cercanas a el neoliberalismo. Actualmente forman junto a otros partidos de derecha y centro derecha la coalición política: Chile vamos y su representación parlamentaria alcanza en número de 29 diputados y 8 senadores. (BCN.2015)

Cuenta de la Unión Demócrata Independiente en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo de la Unión Demócrata Independiente en Facebook digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/4zCx5B>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>La UDI posee una cuenta en la red social en Facebook, con lo cual existe una disponibilidad para acceder a conocer la información que publican en este medio digital. Por el lado del contenido podemos señalar que esta cuenta difunde principalmente apariciones en prensa de sus parlamentarios, comunican las actividades que como partido realizan, realizan llamados a sus adherentes a difundir vía web las campañas que realizan, a la vez que existe difusión de documentos con sus ideas mediante links que dirigen hacia su página web. Respecto a convocatoria a actividades no se observa disponibilidad de convocatorias abiertas.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En la plataforma de Facebook de la UDI si hay disponibilidad de los discursos o intervenciones de sus representantes generalmente estas extraídas de sus apariciones en prensa. Respecto a alguna rendición de cuentas online no es posible observar esta actividad. Existe claridad en los contenidos que se expresan y si bien se les permite a los usuarios intervenir en las publicaciones que ellos generan.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>En esta plataforma no se observa dialogo con los usuarios de las redes, ni con otras instituciones, tampoco se visualiza la realización de encuestas de opinión.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>No se observa interactividad, ni capacidad de respuesta.</p>

Decidir	-Peticiones online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Respecto a peticiones online se observa una publicación donde se pide apoyo a los usuarios de su página de Facebook a que entreguen su apoyo a una de sus dirigentes para ser seleccionada como una de las mujeres líderes del mercurio y se adjunta un link donde se puede respaldar su nominación. También se observa una petición a los usuarios de su red social de aportar con la campaña Teletón. No se registra consultas online en el proceso de toma de decisión de la colectividad
	-Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. Ni tampoco publicaciones respecto a la transparencia de la institución. Lo que si se observa es una Publicidad para una consulta de la ONG influyamos chile respecto a lo que llaman las urgencias sociales de Chile.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Unidades de contenido	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Publicación de algún medio de contacto con la institución partidaria.	En el Facebook de la Unión Demócrata independiente en contacto se observa el link de su página web y en la página web se almacena un mail y número telefónico de contacto, además se adjuntan cuentas en otras redes sociales web como YouTube, Twitter e Instagram.

Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Si bien no es tan explícito, se puede leer la posición programática de este partido político a partir de las declaraciones de sus parlamentarios que son expuestas además de publicaciones donde se adjuntan columnas de opinión y documentos oficiales del partido
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa información referida a la situación financiera de la institución.
Rendición de cuentas	Reportar	No se publica información respecto a ninguna justificación oral o escrita de eventos o actos específicos

Renovación Nacional:

Partido político de centro derecha que nació en la vida pública el 08 de febrero de 1988. Con el retorno de la democracia Renovación Nacional fue aumentado su apoyo popular. Formando parte de la agrupación de partidos Coalición por el Cambio, llegan al gobierno al asumir la presidencia Sebastián Piñera Echenique. Sus posiciones ideológicas son de centroderecha conservadora-liberal y su representación parlamentaria hoy alcanza una representación parlamentaria de 15 Diputados y 6 Senadores (BCN.2015)

Cuenta de Renovación Nacional en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo de Renovación Nacional digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/p8Qfac>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>Renovación Nacional está presente en la red social de Facebook, a través de la cual publican información. Es posible apreciar que hay difusión de contenido programático e ideológico, a través de las cuales se puede mencionar apariciones en prensa, columnas de opinión de sus dirigentes y declaraciones oficiales del partido. En cuanto a información de actividades es constante la convocatoria que hacen a algunas de sus actividades como debates y talleres, además se puede observar la invitación que se hace para una escuela de candidatas. Se observa que algunas de estas actividades se transmiten por internet.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En esta cuenta esta disponibles de discursos o intervenciones de sus representantes, los cuales se pueden encontrar mediante publicaciones con apariciones en la prensa de sus representantes y un noticiero online propio del partido que cubre la mayoría de sus acciones públicas. Respecto a rendición de cuentas online, encontramos un espacio de rendición de cuenta del trabajo interno que realiza renovación nacional, este espacio se llama “Cuenta Directiva” donde se difunde a la militancia y usuarios en su red social un video en el cual sus dirigentes detallan los temas tratados cada lunes en su reunión de directiva. Hay claridad en los contenidos que se publican y se permite a los usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales a través de los comentarios adjuntos en sus publicaciones</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>En esta plataforma no se observa dialogo con los usuarios de las redes, ni con otras instituciones, tampoco se visualiza la realización de encuestas de opinión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>No se observa interactividad, ni capacidad de respuesta.</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>En este perfil renovación nacional si realiza peticiónes online entre ellas podemos ver campañas donde llaman a realizar una donación de sangre para una persona particular, llamados a participar en actividades benéficas. No se observan consultas online sobre sus procesos de decisión.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	<p>No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisión. Como publicación de transparencia solo observamos las cuentas públicas que se realizan a partir de las reuniones de directiva, y no se observa publicidad de propuestas de la sociedad civil</p>

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Como medio de contacto en este perfil de Facebook está a disposición un teléfono y la página web institucional de renovación nacional
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Si es posible encontrar la posición programática de este partido político a partir de las declaraciones de sus parlamentarios que son expuestas en el perfil además de publicaciones donde se adjuntan columnas de opinión. Es posible saber su opinión, aunque no en todos los temas de la contingencia.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay información respecto al financiamiento
Rendición de cuentas	Reportar	En cuanto a rendición de cuentas como ya se mencionó anteriormente se observa un video informativo a las reuniones de la directiva que da cuenta de los temas ahí tratados.

Partido Demócrata Cristiano (PDC):

Es un partido político fundado el 28 de julio de 1957; mediante la unión de la Falange Nacional, el Partido Conservador Social Cristiano. Desde sus orígenes ha tenido un lugar importante dentro de la historia política del país, estructurándose en una posición de centro dentro del sistema de partidos políticos. Con una ideología basada en los valores del social cristianismo formó parte de muchas alianzas políticas. Actualmente alcanza una representación parlamentara de 6 senadores y 21 Diputados (BCN.2015).

Cuenta del Partido Demócrata Cristiano en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del Partido Demócrata Cristiano digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/JaC7mp>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido demócrata cristiano está presente en la red social Facebook. La disponibilidad de información hace referencia principalmente a convocatorias y cobertura de actividades como lo son encuentros, homenajes y aniversarios. No hay difusión de contenido programático u ideológico de la organización, ni siquiera a través de publicación de notas de prensa, como en otros casos.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	No están disponibles discursos o intervenciones de los representantes más allá de unos saludos en fiestas patrias, tampoco se observa algún tipo de rendición de cuenta. Se les permite a los seguidores de este perfil participar a través de los comentarios en las publicaciones.
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	No hay diálogo con usuarios, ni instituciones a través de las redes ni realización de encuestas online.
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	No se observa ni interactividad, ni capacidad de respuesta.
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	No se observan peticiónes online, ni consultas online en el proceso de toma de decisión.
	<ul style="list-style-type: none"> Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	No hay incorporación de resultados en el proceso de participación digital en el proceso de toma de decisiones, ni publicaciones en relación a la transparencia de la institución, tampoco se observa publicidad a propuestas de la sociedad civil.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Se adjunta un link con la Web del partido donde se encuentra teléfono y dirección de sede nacional
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	No se observan publicaciones con la posición programática, es decir propuestas políticas frente a ningún tema.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa información financiera de la organización
Rendición de cuentas	Reportar	No hay ninguna justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Partido por la Democracia (PPD):

Partido político de centro izquierda fundado el 15 de diciembre de 1987 en el contexto anterior al plebiscito que decidió el final de la dictadura militar encabezada por Augusto Pinochet. El partido participó en la formación de la Concertación de Partidos por la Democracia, respaldando los sucesivos gobiernos de esta coalición política entre 1990 y 2009. Su representación parlamentaria es de 6 y 15 Diputados (BCN.2015)

Cuenta del Partido por la Democracia (PPD) en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del Partido Por la Democracia (PPD) digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/kGwh53>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido por la democracia tiene presencia en la red social Facebook a través de la cual trasmite constantemente información, en cuanto a la difusión del contenido podemos encontrar un portal de noticias interno en el que se publican entrevistas a dirigentes, actividades públicas y trabajo de sus parlamentarios. También observamos apariciones en prensa de dirigentes del partido. En cuanto a la publicidad de un calendario de actividades podemos encontrar constantes convocatorias a debates, en-</p>

		cuentros con sus parlamentarios e invitaciones a encuentros de estudiantes y mujeres de esta colectividad política.
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	En este perfil están disponibles como ya mencionamos los discursos e intervenciones de los representantes, se observa rendición de cuentas, pero solo del trabajo parlamentario, hay claridad en los contenidos que se emiten y se permite intervenir a los usuarios en su página a través de los comentarios
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	En la información del perfil de Facebook es posible observar que se señala que este perfil de Facebook contesta diariamente los mensajes privados que le son enviados. No se observa realización de encuestas
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	La interactividad y la capacidad de respuesta es alta considerando que se responden los mensajes con una distancia en el tiempo no mayor a un día según se consigna en su perfil de Facebook.
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Petición online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	Las peticiones online son referidas específicamente a asistir a actividades (encuentros, debates) y algunas campañas solidarias llevadas adelante por la juventud partidaria. No se observan consultas online en el proceso de toma de decisión.
	<ul style="list-style-type: none"> -Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	En este perfil de Facebook no se observan incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones ni publicaciones respecto a la transparencia de la institución. Tampoco publicidad para propuestas de la sociedad civil.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Se cuenta con la dirección de la página web, donde hay posibilidad de envíos de mensajes. Además de un teléfono de contacto al cual dirigirse.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es fácilmente identificable la transparencia en cuanto ideología y posición programática y sus propuestas debido a las constantes publicaciones que hacen con intervenciones de sus dirigentes en materia de políticas públicas.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se encuentra publicaciones en relación a la información financiera de la organización.
Rendición de cuentas	Reportar	Se encuentran noticias con intervenciones de sus parlamentarios en relación a dar cuenta de su trabajo en el parlamento.

Partido Radical:

Partido político chileno fundado a partir de 1863. Algunos de sus miembros han formado parte de los gabinetes en los sucesivos gobiernos. En materias ideológicas, el PRSD adhiere a los postulados de la Internacional Socialista, de la cual forma parte conjuntamente con los partidos socialdemócratas, laboristas y socialistas democráticos de la comunidad de naciones. Actualmente forma parte del pacto político nueva mayoría y su representación parlamentaria es de 1 Senador y 6 Diputados. (BCN.2015)

Cuenta del Partido Radical en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del Partido Radical (PR) digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/EsxARs>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido radical tiene presencia en la red social Facebook. Donde publica información de la colectividad. Esta se expresa a través de difusión de apariciones en prensa de sus dirigentes, publicaciones acerca del trabajo y declaraciones de sus parlamentarios, resoluciones, documentos y propuestas del partido, invitaciones y cobertura a actividades realizadas. Con esto podemos señalar que a través de estas publicaciones existe una difusión de contenido programático e ideológico de la organización lo que da cuenta de cuales son algunas de sus posturas en materias de interés público. Se observan que se extienden invitaciones a la ciudadanía a participar de algunas actividades</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En este perfil de Facebook podemos encontrar gran parte de las intervenciones de los representantes del partido radical. En cuanto a rendición de cuenta podemos encontrar justificación de algunas votaciones por parte de sus parlamentarios, existe claridad en los contenidos y si se permite a usuarios intervenir en sus páginas a través de los comentarios</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>No hay dialogo con los usuarios de las redes, ni con otras instituciones, no se observan encuestas de opinión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>No se observa ni interactividad, ni capacidad de respuesta.</p>

Decidir	-Petición online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Entre las peticiones online solo está el llamado a participar de algunas actividades internas y una campaña solidaria. No se observan consultas online en el proceso de toma de decisión.
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se observa incorporación digital en el proceso de toma de decisiones, ni publicaciones entorno a la transparencia de la institución, ni publicidad para propuestas de la sociedad civil

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Se puede encontrar la página web del partido, la dirección de su sede nacional y un teléfono de contacto
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es posible identificar la posición programática de este partido es decir propuestas programáticas en distintas materias de políticas públicas de interés público.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se encuentra información respecto a estado financiero de la organización
Rendición de cuentas	Reportar	Solo podemos encontrar justificaciones respecto a votaciones específicas respecto a algunos proyectos de ley por parte de los parlamentarios

Partido Socialista de Chile:

Es un partido político fundado el 19 de abril de 1933. Fundado inicialmente como el partido que acogía a una pluralidad de corrientes de la izquierda política. Posteriormente, incorporó a su acervo ideológico los aportes de la socialdemocracia, el racionalismo laico y la doctrina de los Derechos Humanos. Es el partido en el cual milita la actual presidenta de Chile Michelle Bachelet. En términos parlamentarios el PS alcanza un número de 6 Senadores y 17 Diputados (BCN.2015)

Cuenta del Partido Socialista de Chile en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del Partido Socialista de Chile digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/rioZcU>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido socialista de Chile tiene presencia en la red social Facebook, en el cual a través de sus publicaciones difunde información y contenido referido principalmente a notas de prensa de sus parlamentarios, convocatoria y cobertura de algunas de sus actividades y referencias a la historia del partido. Es posible observar invitación a actividades abiertas a la ciudadanía</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Se registra que existen discursos e intervenciones de sus representantes, no se observan rendición de cuentas online, existe claridad en los contenidos y se permite participar a los usuarios a través de los comentarios de sus publicaciones</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>No se observa dialogo con los usuarios de esta red social, ni tampoco dialogo con otras instituciones, tampoco se registran encuestas de opinión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>No se observa interactividad, ni capacidad de respuesta</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>No se registran peticiónes online, ni consultas online en el proceso de toma de decisión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	<p>No se observa incorporación de resultados de participación digital, tampoco publicaciones respecto a la transparencia de la institución ni publicidad a las propuestas de la sociedad civil</p>

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Como medio de contacto se adjunta un link con la página web institucional del partido y la dirección de la sede nacional. En la página web del partido se encuentra mail y teléfono de contacto
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática.	A través de las notas de prensa de sus parlamentarios es posible detectar una posición programática en cuanto a temas de interés público como salud, educación, reforma constitucional, etc.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa publicaciones en cuanto a informar financiera de este partido político
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No se observa ninguna justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Partido Comunista de Chile:

Partido político fundado el 2 de enero de 1922. En abril de 2013 pasó a formar parte de la coalición política Nueva Mayoría. En noviembre, en las elecciones presidenciales apoyó la candidatura de Michelle Bachelet, presidente electa, y en los comicios parlamentarios, obtuvo la elección de seis diputados. El 11 de marzo de 2014 paso a integrar el segundo gobierno de Michelle Bachelet se define como de raigambre obrera, campesina e intelectual, inspirado por el pensamiento de Karl Marx (BCN, 2015).

Cuenta del Partido Comunista de Chile en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del Partido Comunista de Chile digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/4tRqLY>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El Partido comunista de Chile tiene presencia en la red social Facebook en la cual publica información y difunde contenido programático u ideológico de la organización. En las publicaciones podemos observar: Apariciones en prensa de sus parlamentarios, personeros de gobierno y alcaldes. Actividades tanto en su convocatoria como en su cobertura, columnas de opinión, artículos referidos a la historia del Partido. Promoción de peticiones online de la sociedad civil como la recolección de firmas por el cierre del penal punta peuco,</p>

		apoyo a las farmacias populares o a la asamblea constituyente. Gran parte de las actividades que realizan son convocadas de manera abierta en esta cuenta de Facebook.
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	Están disponible gran cantidad de discursos e intervenciones de los representantes del PC, ya sea estas apariciones en prensa, o compartiendo las noticias que publican sus dirigentes desde sus propios perfiles Facebook. En cuanto a rendición de cuentas si bien no hay publicaciones formales, podemos observar que en cuanto a labor legislativa del PC está constantemente subiendo publicaciones que dan cuenta de su trabajo parlamentario en cuanto a votaciones y proyectos de ley presentados. Existe claridad en los contenidos que publican. Y se les permite a usuarios intervenir en este perfil de Facebook a través de los comentarios que pueden hacer en las publicaciones.
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	No existe dialogo con usuarios, ni otras instituciones online. Tampoco se observa la realización de encuestas de opinión.
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	La interactividad no es más que compartir publicaciones de sus parlamentarios y funcionarios de gobierno. Tampoco capacidad de respuesta
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiones online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	Si se observan peticiones online como: la junta de firmas online para el cierre de la penal punta peuco, se pide apoyo en campañas de nueva constitución, derechos humanos y farmacias populares. No se observan consultas online en el proceso de toma de decisión

	<p>Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.</p> <p>-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.</p> <p>-Publicidad a las propuestas de sociedad civil</p>	<p>No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones ni Publicaciones respecto a la transparencia de la institución, si se observan publicidad a propuestas de la sociedad civil como las mencionadas anteriormente.</p>
--	--	---

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Como medios de contacto el PC de Chile pone a disposición la dirección de su sede partidaria, un link con la web del partido donde cuentas con un mail además de un número telefónico de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es posible identificar la posición programática del PC, ya que comunican de manera constante, su posición y propuestas de las políticas públicas en las distintas temáticas de interés público
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa informar ligada al financiamiento de la institución
Rendición de cuentas	Reportar	Solo del trabajo parlamentario y de sus funcionarios de gobierno y alcaldes en cuanto a difundir las materias que se han sacado adelante en sus gestiones

Partido Liberal de Chile

Partido Liberal de Chile es un partido político chileno, de tendencia liberal progresista, creado el 26 de enero de 2013 por antiguos miembros de Chile Primero e independientes. Su representación parlamentaria es de 1 diputado (BCN.2015)

Cuenta del Partido Liberal de Chile en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del Partido liberal de Chile digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/iz9eae>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
-------	------------------------	---------------

Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	El partido Liberal está presente en la red social Facebook, en el cual con sus publicaciones dispone de información a los usuarios de esta red social. El contenido difundido es principalmente apariciones en prensa de sus dirigentes, convocatoria y cobertura de sus actividades, además de campañas a favor de ciertos proyectos que buscan informar y concientizar a la opinión pública.
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	Existe disponibilidad de discursos e intervenciones de los representantes de este partido, no se observa rendición de cuentas online, hay claridad en los contenidos expuestos y permite a los usuarios participar en su red social a través de los comentarios en sus publicaciones.
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	No hay dialogo con los usuarios de la red, ni dialogo con otras instituciones, tampoco se observa la realización de encuestas de opinión
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	No se refleja interactividad, ni capacidad de respuesta
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Petición online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	La petición online que se observa es a apoyar la campaña “Realismo sin Privilegios” que propone una serie de ideas, para eliminar o disminuir privilegios con los cuales cuentan los parlamentarios y funcionarios públicos de alto rango, para ahorrar recursos del estado que puedan ser utilizados en reformas sociales. En este perfil a su vez no se registran consultas online.

	<p>Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.</p> <p>-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.</p> <p>-Publicidad a las propuestas de sociedad civil</p>	<p>En este perfil no se ve incorporación de resultados de participación digital, ni publicación en relación a la transparencia de la institución, publicidad a propuestas de la sociedad civil se observa la campaña “Realismo sin privilegios” anteriormente señalada.</p>
--	--	---

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Como medio de contacto ponen un link con su página web en la cual hay una dirección y mail de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es posible ver la posición programática en gran parte de los temas de interés público en este perfil de Facebook. Constantemente se suben publicaciones con posiciones respecto a áreas de la agenda pública.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observan publicaciones respecto al financiamiento de esta institución.
Rendición de cuentas	Reportar	No se observan contenidos en cuanto a alguna justificación de actuaciones o hechos particulares

Nuevos Movimientos Políticos

Amplitud

Es un partido político chileno en formación de centro y centroderecha fundado en enero de 2014. Si bien en un comienzo agrupaba a independientes de centro y derecha que habían renunciado a los partidos de la coalición política de derecha, posteriormente pasaron a definirse como de "centro liberal" y a asociarse con otros movimientos fuera de pacto.

Cuenta de Amplitud en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del movimiento Amplitud digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/mYxx5d>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
-------	------------------------	---------------

Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El movimiento político Amplitud cuenta con presencia en la red social Facebook, en esta dispone de información y contenido programático e ideológico de su organización. En las publicaciones podemos observar columnas de opinión, apariciones en la prensa de sus dirigentes, campañas de reclutamiento de nuevos adherentes y una campaña que da a conocer sus dirigentes locales. Además de activismo con ciertas leyes específicas como por ejemplo la nueva ley de partidos. Este movimiento se encuentra en el proceso de recolección de firmas por lo cual podemos observar constantemente publicaciones relacionadas con convocatorias a las notarías para que los ciudadanos acudan a firmar. En cuanto a la calendarización de actividades, encontramos convocatorias a actividades abiertas entre las cuales se encuentran “Recolecciones de firmas, encuentros con dirigentes, debates, entre otras actividades”.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Están disponibles discursos e intervenciones de sus representantes ya sea de manera escrita o en video. No se observan ninguna especie de rendición de cuentas online, existe claridad en los contenidos expresados y permite a los usuarios intervenir en su perfil de Facebook a través de los comentarios de las publicaciones que realizan.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>No hay dialogo con los usuarios de red social, ni dialogo con otras instituciones, tampoco se realizan encuestas de opinión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>No se registra mayor interactividad, ni capacidad de respuesta</p>

Decidir	-Peticiones online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Si se observan peticiones online en primera instancia llamados a inscribirse en las notarías para que este movimiento político pueda transformarse en partido político. Además de una campaña en contra de la nueva ley de partidos políticos, que informa a la ciudadanía que se suben los requisitos para constituir nuevos partidos políticos y como dice ellos “que continúen los mismos”. No se observan consultas online en el proceso de toma de alguna decisión.
	-Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se registran incorporación de participación digital en el proceso de toma de decisiones, ni publicaciones respecto a la transparencia de la institución, tampoco publicidad para propuestas de la sociedad civil.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Se registra que se encuentra disponible la página web, número de teléfono y dirección de la sede central de amplitud
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Si es posible saber la posición programática de amplitud a través de las distintas propuestas de políticas públicas frente a los temas de interés público.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa publicación ligada a información financiera

Rendición de cuentas	Reportar	No se observa o registra justificación oral o escrita de alguna situación particular.
-----------------------------	----------	---

Evolución Política

Cuyo acrónimo es Evopoli, es un partido político chileno de centroderecha en formación, fundado en 2012, que agrupa a independientes de derecha que no militan en los partidos de la coalición de derecha Chile Vamos, como lo son la Unión Demócrata Independiente y Renovación Nacional. Su representación parlamentaria es de 1 Diputado (BCN, 2016).

Cuenta de Evopoli en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del movimiento Evopoli digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/c3ejRC>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
	-Presencia en redes sociales abiertas	Evopoli está presente en la red social Facebook. En la cual dispone información y contenido pragmático e

Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>ideológico de la organización, además de cobertura y convocatoria de las actividades de la organización. Especialmente en las publicaciones observamos, llamados a firmar por Evopoli en vista que esta organización busca conformarse como un partido. Se registran convocatorias a debates, cursos de formación, encuentro con sus dirigentes. Observamos la difusión de declaraciones públicas de la organización, columnas de opinión, apariciones en la prensa de sus dirigentes y las intervenciones en el parlamento de su parlamentario. Finalmente se aprecia peticiones de difundir su red social, afiches con sus ideas o slogans en temas de interés público y un video motivacional del nacimiento de su conglomerado político Chile Vamos.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Están disponibles discursos e intervenciones de sus representantes ya sea en formato de video o escrito. No se registran rendiciones de cuentas online. Hay claridad en los contenidos que publican y se permite a los usuarios intervenir en esta red social a través de los comentarios que realizan en las publicaciones.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>Se registra dialogo con los usuarios, según consigna el perfil de Facebook el cual indica que los mensajes internos que los usuarios envían son respondidos en alrededor de una hora. No se registra dialogo con otras instituciones, ni se registran encuestas de opinión.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>La interactividad que se registra es mediante mensajes internos de los usuarios con el perfil de Facebook de Evopoli el cual señala Facebook responde en alrededor de una hora.</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiones online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>Peticiones online solo se registran en función de pedirles a los usuarios de su red que firmen por el movi-</p>

		miento político para que este se constituya como partido. No se registran consultas online en el proceso de toma de decisión
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se registra incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones, ni publicaciones respecto a la transparencia de la institución, tampoco publicidad para propuestas de la sociedad civil

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Se pone a disposición una página web en la que se encuentra un número de teléfono, un mail y dirección de la sede central de amplitud
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Se puede conocer la posición programática y las propuestas políticas de Evopoli en gran parte de los temas de interés público.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa información en cuanto a financiamiento
Rendición de cuentas	Reportar	No se observa ninguna justificación oral o escrita de eventos o hechos particulares

Izquierda Autónoma

Es un movimiento político de izquierda chileno, cuyo campo de acción mayormente son las universidades, estando presentes en varias casas de estudio de Chile, tanto públicas como privadas. Desde sus filas han surgido dirigentes como Gabriel Boric, actualmente diputado de la República (BCN, 2016)

Cuenta de Izquierda Autónoma en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del movimiento Izquierda Autónoma digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/DnRSZV>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	-Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online	El movimiento político Izquierda Autónoma tiene presencia en la red social Facebook en la cual publica información online. En estas publicaciones podemos observar declaraciones públi-

	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) - Calendario de actividades de participación 	<p>cas de sus dirigentes y parlamentario, declaraciones de federaciones de estudiantes con representantes de este movimiento. Apariciones en la prensa de sus dirigentes, convocatoria y cobertura a sus actividades especialmente a manifestaciones públicas, columnas de opinión, conmemoraciones históricas y candidaturas de sus filas a organizaciones estudiantiles.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes - Rendición de cuentas online - Claridad en los contenidos - Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Si existe la disponibilidad de acceder a los discursos e intervenciones de sus representantes. No se observa alguna rendición de cuentas, existe claridad en los contenidos expresados y se permite a los usuarios intervenir, a través de comentarios en las publicaciones que realizan</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> - Dialogo con usuarios de redes - Dialogo con otras instituciones online - Realización de encuestas de opinión 	<p>No se registra dialogo con los usuarios de la red, ni dialogo con otras instituciones, tampoco la realización de encuestas de opinión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Interactividad - Capacidad de respuesta 	<p>No se registra interactividad, ni capacidad de respuesta</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> - Peticiones online - Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>No se observan peticiones online, ni consultas online en el proceso de toma de decisión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. - Publicaciones respecto a transparencia de la institución. - Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	<p>No se registra incorporación de resultados de participación digital, ni publicación respecto a la transparencia de la institución tampoco publicidad a propuestas de la sociedad civil.</p>

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Pone a disposición su página web, donde se encuentra un mail de contacto
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática.	Es posible identificar la posición programática de izquierda autónoma a través de sus propuestas o declaraciones respecto a determinadas políticas públicas
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se registra información ligada con el financiamiento de la institución.
Rendición de cuentas	Reportar	No se registra justificación oral o escrita de situación o eventos particulares.

Revolución Democrática

Es un partido político chileno en formación, fundado el 7 de enero de 2012 por algunos de los líderes de la movilización estudiantil de 2011, entre los que destacan el actual diputado Giorgio Jackson. Se define como un movimiento de la izquierda política que busca la construcción de una democracia participativa en Chile. Su representación parlamentaria es de 1 Diputado (BCN, 2016)

Cuenta de Revolución Democrática en Facebook:



Para acceder al seguimiento completo del movimiento Revolución Democrática digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/hIIPgh>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online 	Revolución Democrática tiene presencia en la red social Facebook en la cual dispone información online, difunde contenido programático e ideológico de la organización y presenta convocatoria y cobertura a las actividades que realizan. Entre las publicaciones podemos

	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>encontrar llamados y convocatorias a firmar por el movimiento para poder constituirse en partido político, invitaciones a reuniones abiertas de la organización, jornadas de inducción para adherentes, invitación a escuelas de formación política y convocatorias a debates o conservatorios en los que participan dirigentes de este movimiento. En conjunto con esto podemos ver también publicados las apariciones en la prensa de los dirigentes de Revolución Democrática, columnas de opinión y declaraciones públicas del movimiento, publicidad para candidaturas a federaciones de estudiantes con representantes RD. Podemos registrar publicaciones de apoyo y difusión a campañas de la sociedad civil como: “Realismo sin privilegios” que busca reajuste en las altas remuneraciones de algunos funcionarios públicos de alto rango, “Chile sin TPP”, “Nueva constitución asamblea constituyente”, campaña para un memorial de DDHH en providencia. Además, que a lo largo del tiempo se mantiene una campaña llamada “Una firma un militante” petición online para que los ciudadanos firmen por RD y este movimiento logre constituirse como un movimiento político.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En este perfil de Facebook están disponibles discursos e intervenciones de los representantes de RD, como dijimos anteriormente ya sea a través de la prensa o comunicación directa hacia los usuarios. No se observan rendición de cuentas online. Hay claridad en los contenidos y se permite a los usuarios intervenir a través de comentarios en las publicaciones que realizan.</p>

Deliberar	-Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión	Respecto al dialogo con los usuarios Facebook determina que revolución democrática tiende a responder en alrededor de una hora sus inquietudes por medio de mensaje interno. No se observa dialogo con otras instituciones, ni se registran encuestas de opinión.
	-Interactividad -Capacidad de respuesta	Interactividad según Facebook RD contesta mensajes internos en un lapsus de 1 hora siendo esa su capacidad de respuesta.
Decidir	-Peticiones online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Se registran peticiones online, la principal es la campaña “Una firma un militante” que hace un llamado a la población a que firme por RD para que este movimiento se pueda constituir como partido político. No se registran consultas online en el proceso de toma de decisión.
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se registra incorporación de participación digital en el proceso de toma de decisiones, ni publicaciones respecto a la transparencia de la institución, lo que si se registra y con bastante frecuencia es la publicidad a las propuestas de la sociedad civil como los antes mencionados: “Realismo sin privilegios”, “Chile sin TPP”, “Nueva constitución asamblea constituyente” y una campaña para un memorial de DDHH en providencia.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Como medio de contacto se registra la dirección de su sede nacional y la dirección de la página web donde se encuentra nuevamente la dirección de su sede y un mail de contacto.

Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es posible fácilmente identificar la posición programática de RD a través de sus declaraciones, columnas y documentos. Se observan su postura frente temas de interés público
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observan publicaciones ligadas a la situación financiera de la institución.
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No se registra justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares.

Red Social Twitter:

Cuenta de la Unión Demócrata Independiente en Twitter:



Para acceder al seguimiento completo de la Unión Demócrata Independiente en Twitter digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/bPwsQo>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>La Unión Demócrata Independiente tiene presencia en la red social Twitter en la cual se puede acceder a la información que publican. En cuanto al contenido de esa información son principalmente Re tweet de las cuentas de sus parlamentarios. En los que se contiene en su mayoría cobertura de las acciones que realizan y apariciones en la prensa. También en esta cuenta de Twitter se pueden encontrar exposiciones de sus dirigentes en el parlamento, columnas de opinión, declara-</p>

		<p>raciones sobre temas del debate público, convocatorias para los militantes de partidos a algunos encuentros, Difusión de una encuesta presencial organizada por una ONG llamada influyamos Chile, que le pregunta la ciudadanía por las “Urgencias sociales” que tiene el país.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Con respecto a este nivel de participación la UDI a través de Twitter comunica las intervenciones de sus representantes en su mayoría en función de replicar apariciones en prensa. También podemos señalar que este partido político en esta red social no contiene información respecto a alguna rendición de cuentas de este o de sus representantes. Existe claridad en sus contenidos y se permite a usuarios que son dirigentes del partido intervenir en su red a través de re tweet.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>En cuanto a las acciones del Partido UDI. No se observan dialogo con los usuarios de redes, comentarios en sus publicaciones por Twitter no son respondidas, a su vez tampoco posee dialogo con otras instituciones, ni se realizan encuestas de opinión virtuales</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>En el tema de interactividad con los usuarios de la red, en gran parte de esta página de Twitter se hacen re tweet al trabajo de sus parlamentarios, tweets dirigidos de usuarios hacia la UDI no son contestados, no posee interactividad, no tiene una capacidad de respuesta pública.</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>En cuanto a peticiónes o consultas online respecto a alguna decisión no se registran elementos con estas características. Respecto a consultas existe la promoción de una consulta ciudadana desarrollada por la fundación influyamos chile en conjunto de uno de sus diputados, pero estas son desarrolladas en urnas instaladas en espacios públicos, no existe una forma de participación en esta consulta de manera online.</p>

	<p>Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.</p> <p>-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.</p> <p>-Publicidad a las propuestas de sociedad civil</p>	<p>No existe una incorporación de alguna forma de participación online en su toma de decisiones. y tampoco se podría hablar de alguna publicidad a propuestas de la sociedad civil</p>
--	--	--

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En el Twitter de la Unión Demócrata independiente en contacto se observa el link de su página web y en la página web se almacena un mail y número telefónico de contacto
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	A través de los re tweet a los parlamentarios es posible observar la posición programática del partido frente a distintos temas, aunque se puede apreciar que siempre es en base a la contingencia nacional.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa ninguna publicación que diga reacción con alguna información financiera del partido
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No se observa ninguna especie de rendición respecto al trabajo parlamentario o justificación de eventos o situaciones particulares

Cuenta de Renovación Nacional en Twitter:



Para acceder al seguimiento completo de Renovación Nacional digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/5fcMBH>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>Renovación Nacional está presente en la Red Social Twitter, en la cuenta se puede acceder a información de este partido. Se difunde contenido programático e ideológico a través de publicaciones que contienen: declaraciones en la prensa de sus parlamentarios, además de columnas de opinión de sus dirigentes. También se comparte información respecto a actividades que desarrollan sus parlamentarios en sus distritos. No se observa un calendario o convocatoria a actividades para que pueda participar la ciudadanía</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Este partido pone a disposición intervenciones de sus representantes ya sea replicando apariciones en prensa o difundiendo publicaciones en Twitter que hacen sus parlamentarios.</p> <p>Respecto a rendiciones de cuentas online se observan en el registro, mediante el “Cuenta directiva” que es un espacio informativo en formato de video donde el presidente de la colectividad da cuenta a la militancia de los temas tratados en las reuniones de la dirección del partido. Los contenidos que se expresan en esta cuenta tienen claridad en cuanto son entendible para cualquiera que tenga acceso sea militante o no de esta colectividad y si bien usuarios intervienen hacia su red social solo son consideradas las favorables provenientes de los dirigentes del partido</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	No se observa dialogo con los usuarios de Twitter, no se observa dialogo con otras instituciones y no se realizan encuestas de opinión
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	La interactividad de esta red es solo hacia dirigentes mediante los re tweet, por lo cual su capacidad de respuesta es solo hacia sus adherentes importantes.
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	No se observan peticiónes online, ni consultas online para sus procesos de toma de decisión.

	<p>Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.</p> <p>-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.</p> <p>-Publicidad a las propuestas de sociedad civil</p>	<p>No se observa incorporación de resultados de participación digital en la toma de decisión, ni publicaciones respecto a transparencia de la institución, tampoco publicidad para propuestas de la sociedad civil</p>
--	--	--

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En el Twitter de Rn contacto se observa el link de su página web y en la página web se almacena un mail y número telefónico de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Si es posible encontrar la posición programática de este partido política a partir de las declaraciones de sus parlamentarios además de las publicaciones donde se adjuntan columnas de opinión.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay información del financiamiento
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	En cuanto a rendición de cuentas se destaca el video informativo respecto a las reuniones de la directiva que da cuenta de los temas ahí tratados.

Cuenta del Partido Demócrata Cristiano en Twitter:



Para acceder al seguimiento completo del partido Demócrata Cristiano digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/3ceugk>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido Demócrata Cristiano tiene presencia en la red social Twitter. Hay disponibilidad de información online. En esta información podemos encontrar cobertura y convocatoria a actividades, como homenajes, reuniones con dirigentes, actividades de sus dirigentes. Respecto a la difusión de contenido programático u ideológico de la organización no se registra en este perfil de Twitter.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	En esta cuenta de Twitter no se observan publicaciones ligadas con discursos o intervenciones de sus representantes, tampoco rendición de cuentas. Existe claridad en los contenidos que se transmiten y se permite intervenir a otros usuarios en esta cuenta a través de re tweet que son de sus propios dirigentes o usuarios afines.
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	No se observa dialogo ni con usuarios, ni instituciones. No se observan realización de encuestas de opinión.
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	La interactividad de esta red es solo hacia algunos dirigentes y representantes por lo cual su capacidad de interacción es a usuarios pertenecientes a la institución.
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	No se observan peticiónes online, ni consultas online en el proceso de toma de decisión.
	<ul style="list-style-type: none"> Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	No se registra incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones, tampoco publicaciones ligada a la transparencia de la institución, tampoco publicidad a propuestas de la sociedad civil

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En esta cuenta de Twitter podemos observar como medio de contacto la página web de esta institución, en la que se puede encontrar un mail un teléfono y la dirección de la sede nacional.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	No se observan publicación ligada a la posición programática o ideológica del partido.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se registra publicaciones ligadas a la información financiera de la institución.
Rendición de cuentas	Reportar	No se registra rendiciones de cuenta oral o escrita de ninguna tipa.

Cuenta del Partido Radical en Twitter:

The screenshot displays the Twitter profile for the Partido Radical (@PRRadicalcl). The profile includes the party's logo, a bio stating it is the official account of the Partido Radical de Chile, and statistics showing 1,694 tweets, 1,449 followers, and 1,237 accounts being followed. The main content area shows two tweets, both retweeted by the account, discussing political events and movements.

Para acceder al seguimiento completo del partido Radical digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/h9TW0n>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido radical está presente en la red social Twitter, en la difunde informaciones y contenido programático de la organización, además de hacer convocatoria y cobertura a las actividades que realizan. En estas publicaciones vemos reflejadas: Declaraciones, comunicados y propuestas del partido, dirigentes y parlamentarios. Apariciones en prensa de sus representantes, conmemoraciones históricas, invitaciones a paneles y debates en lo que participan como expositores. Manifestaciones de apoyo al gobierno, cobertura a las actividades de sus parlamentarios y Campaña gráfica “#Arecuperarlopublico” en el marco de la reforma educacional.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En esta cuenta de Twitter si están disponibles los discursos e intervenciones de los representantes del Partido Radical. No se observan rendiciones de cuenta online. Existe claridad en los contenidos. Y si bien usuarios intervienen hacia su red social solo son consideradas las favorables provenientes de los dirigentes del partido, las cuales se pueden apreciar a través de los re tweet.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>Dialogo que se tiene a través de re tweet, pero solo es con las cuentas de Twitter de sus representantes. No hay dialogo con otras instituciones y no hay realización de cuentas opinión.</p>

	-Interactividad -Capacidad de respuesta	La interacción y capacidad de respuesta solo se observa compartiendo publicaciones de sus parlamentarios y dirigentes.
Decidir	-Petición online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Se observa una petición online la campaña “#Arecuperarlopublico” en la búsqueda del apoyo a la reforma educativa que está llevando adelante el gobierno. No se observan consultas online en el proceso de toma de decisión
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones, tampoco publicaciones respecto a la transparencia de la institución, ni publicidad para propuestas de la sociedad civil.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En cuanto a contacto esta cuenta de Twitter proporciona una página web y dirección de la sede nacional del partido radical. En su página web encontramos además disponible un teléfono y mail de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Actualidad del país	Es fácil distinguir la posición programática del partido radical, ya que en esta cuenta de Twitter podemos encontrar ya sea en comunicados oficiales o declaraciones de sus parlamentarios, la posición del partido en los distintos temas de la agenda pública

Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay publicaciones ligadas con información financiera de la institución
Rendición de cuentas	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Cuenta del Partido por la Democracia en Twitter:



Para acceder al seguimiento completo del partido Por la Democracia digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/k4hvu3>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
-------	------------------------	---------------

Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido por la democracia (PPD) tiene presencia en la red social Twitter en la cual dispone de información online difundiendo contenido programático e ideológico de la organización, además de la cobertura y convocatoria a sus actividades. Entre las publicaciones encontramos: declaraciones de sus dirigentes, difusión de informaciones del gobierno, ministerios y municipalidades que dirigen. Publicaciones a través de re tweet con información de organizaciones afines como: agrupación la brújula e instituto igualdad. Hay difusión de campañas electorales internas y externas del partido.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En esta cuenta de Twitter están disponibles los discursos e intervenciones de sus representantes, ya sea, de manera directa en Twitter o de la difusión de las apariciones en prensa. No se observa rendición de cuentas. Existe claridad en los contenidos emitidos y los usuarios de esta red social tienen interacción hacia esta cuenta, la cual responde incluso comentarios que no son favorables, pero lo hace en muy pocas ocasiones</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>Se tiene Dialogo a través de re tweet con las cuentas de Twitter de sus representantes y con organizaciones afines. También hay respuesta para usuarios. No hay dialogo con otras instituciones y no hay realización de cuentas opinión.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>Tiene interactividad y capacidad de respuesta con los demás usuarios de la red, incluso a veces con quienes no le son favorables. Aunque al igual que el resto de los partidos la interacción sigue siendo baja</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>No se registran peticiónes online, ni consultas online en el proceso de toma de decisión</p>

	<p>Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.</p> <p>-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.</p> <p>-Publicidad a las propuestas de sociedad civil</p>	<p>No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. Tampoco publicaciones respecto a la transparencia de la institución. Y se observa apoyo a una propuesta de la sociedad civil, de la organización ciudadana Marca AC a través de la difusión de sus propuestas.</p>
--	--	---

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En cuanto a contacto esta cuenta de Twitter proporciona una página web en la que se encuentran la dirección de la sede nacional, teléfonos y mail de contacto como medio de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Actualidad del país	Es posible identificar la posición programática e ideológica del PPD en cuanto publica sus posturas y propuestas de los distintos temas de la agenda pública.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa publicación ligadas con información financiera de la institución.
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Cuenta del Partido Socialista de Chile en Twitter:



Para acceder al seguimiento completo del Partido Socialista digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/m9NPur>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido Socialista está presente en la red social Twitter en la cual publica información difundiendo contenido programático e ideológico de la organización, además de dar convocatoria y cobertura a algunas de sus actividades.</p> <p>En esta cuenta podemos encontrar: declaraciones de sus representantes y parlamentarios ya sea directamente o a través de apariciones en la prensa. Conmemoraciones históricas, registro de las actividades de sus parlamentarios, entre ellos foros y debates en los que participan. Apoyos al gobierno del que son parte, informaciones del proceso constituyente y comunicados de partido.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>El partido socialista si pone a disposición los discursos e intervenciones de sus representantes. No se observa rendición de cuentas online. Existe claridad en los contenidos que se exponen. Y si se permite a usuarios intervenir en su red social a través de re tweet, pero solo es a sus parlamentarios y usuarios favorables.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>Dialogo que se tiene a través de re tweet, pero solo es con las cuentas de Twitter de sus representantes y adherentes favorables. No hay dialogo con otras instituciones y no hay realización de cuentas opinión.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>La interacción y capacidad de respuesta solo se observa compartiendo publicaciones de sus parlamentarios, dirigentes y algunos adherentes en su mayoría a través de re tweet.</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>No se observan peticiónes online, ni consultas online en proceso de toma de decisión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil 	<p>No hay incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones, no se observan publicaciones respecto a la transparencia de la institución, ni publicidad a las propuestas de la sociedad civil.</p>

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	El PS pone como medio de contacto su página web, donde existe un mail y teléfono de contacto, además de la dirección de su sede nacional.
Transparencia en ideología y posición programática	Actualidad del país	Es posible identificar claramente la posición programática e ideológica del PS en cuanto publica constantemente sus posturas y propuestas de los distintos temas de la agenda pública.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No se observa publicación ligadas con información financiera de la institución.
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Cuenta del Partido Comunista de Chile en Twitter:

The image shows a screenshot of the Twitter profile for the Partido Comunista de Chile (@PCdeChile). The profile header includes the party's name, bio, location (Chile), website (pccchile.cl), and join date (January 2013). The profile statistics show 20,400 tweets, 559 followers, 6,479 accounts followed, and 36 likes. A recent tweet from teleSUR TV is displayed, which has been retweeted by the PC de Chile. The tweet text reads: "Derecha brasileña se reúne en #EEUU luego de pedir el #Impeachment a @dilmabr | bit.ly/1VyLaQ7". The tweet includes a video thumbnail showing a man speaking at a podium.

Para acceder al seguimiento completo del Partido Comunista de Chile digitar en su navegador el siguiente link:<https://goo.gl/n9eUMy>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido comunista de Chile está presente en la red social Twitter. En la cual hay disponibilidad de información, a través de las publicaciones que realizan con contenido programático o ideológico de la organización. En estas publicaciones encontramos: Declaraciones públicas del partido y sus dirigentes, apariciones en prensa, cobertura y convocatoria de algunas de sus actividades: llamados a manifestaciones, lanzamiento de libros, reuniones de sus dirigentes (parlamentarios, alcaldes, dirigentes sociales) con la ciudadanía. Cobertura de acciones de los dirigentes. Re tweets para organizaciones como: La Cut-anef, sus parlamentarios y personas afines. Difusión de acciones de organizaciones en las que participan: Gobiernos, ministerios, servicios públicos, municipalidades, CUT, ANEF, entre otros. Difusión de noticias importantes desde los medios de comunicación propios (Diario el siglo-radio nuevo mundo) y externos (telesur). Campañas temáticas: contra la violencia de género., Y conmemoraciones historias de sus más importantes dirigentes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos 	<p>Están disponibles discursos e intervenciones de los parlamentarios y representantes del partido, no hay rendición de cuentas online, existe claridad en los contenidos expresados y se permite a los usuarios intervenir en su red social a través de re tweet, pero</p>

	-Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales	solo a quienes son adherentes, representantes u organizaciones con quienes tienen coincidencia programática.
Deliberar	-Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión	Dialogo que se tiene a través de re tweet, pero solo es con las cuentas de Twitter de sus representantes. No hay dialogo con otras instituciones y no hay realización de cuentas opinión.
	-Interactividad -Capacidad de respuesta	La interactividad de esta red es solo hacia algunos adherentes y representantes por lo cual su capacidad de respuesta e interacción es a usuarios favorables.
Decidir	-Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	En esta cuenta si se observan peticiónes online: adherir a campañas por la no discriminación, de apoyo a la reforma laboral y para Marchas estudiantiles, no se registran consultas online en el proceso de toma de decisión
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se observa incorporación de resultados en la participación digital en el proceso de toma de decisiones, ni publicaciones respecto a la transparencia de la institución. Si se observan publicidad a propuestas de la sociedad civil. como lo son organizaciones de trabajadores y de agrupaciones de familiares de DD.DD.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En la cuenta de Twitter del Partido Comunista de Chile está disponible como contacto una página web, en la cual se encuentra un mail de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	En esta cuenta podemos identificar claramente la posición de programática del Partido Comunista, la cual se puede apreciar a través de columnas de opinión, apariciones en prensa y campañas gráficas.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay publicaciones ligadas con información financiera de la institución
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Cuenta del Partido Liberal de Chile en Twitter:

Partido Liberal de Chile
@Liberales_Chile

Cuenta oficial del Partido Liberal de Chile: centro, laico y reformista. Inspirados en los liberales visionarios del siglo XIX asumimos las causas del siglo XXI

Chile
losliberales.cl
Se unió en febrero de 2008

54 Seguidores que conoces

Tweets Tweets y respuestas Medios

Partido Liberal retweeted **Red Liberal** @RedLiberal_cl · 20 abr.
@luisfeliperoman también! #AbajoLosCaudillos @vladomirosevic @Liberales_Chile

Ciudad Liberal @CiudadLiberal
ACTUALIDAD| Partido Liberal apoya a Espíndola como candidato a alcalde por Arica ▶ ciudadliberal.cl/?p=17136

Para acceder al seguimiento completo del Partido Liberal digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/gdJl0d>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El partido liberal tiene presencia en la red social Twitter en la pública información, difundiendo contenido ideológico o programático además de convocar y registrar las actividades que realizan. En sus publicaciones encontramos apariciones en prensa de sus representantes, declaraciones públicas del partido, publicidad para el trabajo de ONG motivaChile.cl y llamados a marchas ligadas al cambio climático. También se publican columnas de opinión, conmemoraciones históricas y consultas online, además de una campaña gráfica en torno a la nueva ley de partidos.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Esta disponibles en esta cuenta los discursos e intervenciones de sus representantes. No se observa rendición de cuentas. Existe claridad en los contenidos que se expresan y se permite a los usuarios intervenir en su red social a través de re tweet, pero solo a quienes son adherentes, representantes u organizaciones con quienes tienen coincidencia programática.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>No se tiene dialogo con usuarios, ni con otras instituciones las únicas interacciones son con sus propios adherentes e instituciones con coincidencia programática a través del Re tweet. Por primera vez en esta investigación observamos la realización de encuestas las que están referida a captar la opinión de la ciudadanía en los temas de: la paralización del registro civil y el reajuste del sector público.</p>

	-Interactividad -Capacidad de respuesta	La interacción y capacidad de respuesta se observa como ya mencionamos compartiendo publicaciones de sus parlamentarios, dirigentes y algunos adherentes, además de otras organizaciones políticas con las que se tiene coincidencia programática
Decidir	-Petición online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Se observa como petición online una campaña gráfica en que llama a la ciudadanía a oponerse a la nueva ley de partidos. Si se observan consultas online referidas a la paralización y reajuste del sector público.
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	En cuanto a la incorporación de resultados de estas consultas online en el proceso de toma de decisiones no es registrado, no se observa una acción política referida a los temas consultados. No se observa tampoco publicaciones respecto a la transparencia de la institución. Lo que si se observa es publicidad a propuestas de la sociedad civil, referidas específicamente a la ONG Motiva Chile que se preocupa de hacer acciones para que los jóvenes se sigan formando profesionalmente superando las dificultades socioeconómicas y marchas referidas a la temática del cambio climático.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	El partido Liberal en su cuenta de Twitter, para contacto pone a disposición un link con su página web, en la cual podemos encontrar una dirección de su sede y un mail de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es fácilmente identificar la posición programática del partido liberal, ya que, constante suben propuestas columnas de opinión y declaraciones en prensa donde se aprecian sus

		posturas en distintos temas de la agenda pública.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay publicaciones ligadas con información financiera de la institución
Rendición de cuentas	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Nuevos Movimientos Políticos

Cuenta de Amplitud en Twitter:

Partido Amplitud
@AmplitudChile
Partido Político de Centro Liberal. Defendemos la libertad política, económica y socialcultural. Somos parte de @SentidoFuturo
Chile
amplitudchile.cl
Se unió en enero de 2014

TWEETS 14,8 K | SIGUIENDO 2.145 | SEGUIDORES 10,9 K | ME GUSTA 4.132 | LISTAS 5

Tweets | Tweets y respuestas | Medios

Tweet fijado
Partido Amplitud @AmplitudChile · 23 jun.
Lanzamos video de apoyo #MatrimonioIgualitario con historia de @RoxanaOrtizJ @VirGomezMtnez youtube.com/watch?v=Jk908v...

Para acceder al seguimiento completo del Movimiento Amplitud digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/3uf7Tb>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>Amplitud tiene presencia en la red social Twitter en la cual publica información y difunde contenido programático o ideológico de su organización. Además de realizar convocatorias y cobertura de alguna de sus actividades.</p> <p>Entre las publicaciones encontramos: Columnas de opinión, declaraciones y apariciones en prensa de sus dirigentes, llamados a firmar por amplitud para que se convierta en partido político, diversas campañas entre ellas una para adherir a amplitud: "Todos somos amplitud" y campañas gráficas que difunden propuestas programáticas del movimiento (sistema político y de salud). También registramos difusión de campañas ciudadanas contra la homofobia y por la ley de donante universal.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Están disponibles los discursos e intervenciones de sus representantes. No se observa rendición de cuentas. Existe claridad en el contenido que se emiten y se les permite a sus usuarios intervenir en su página de red social, con re tweet a dirigentes y usuarios adherentes y a organizaciones con coincidencia programática.</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>Se tiene Dialogo con usuarios favorables y críticos. También se registra resolución de dudas para ciudadanos que quieren firmar por Amplitud. No hay dialogo con otras instituciones y no hay realización de cuentas opinión.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>Tiene interactividad y capacidad de respuesta con los demás usuarios de la red, incluso a veces con quienes no le son favorables... A su vez tiene interacción con sus dirigentes y parlamentarios difundiendo lo que ellos publican a través de los re tweet</p>

Decidir	-Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Se registran diversas peticiones online entre ellas la más recurrente la de firmar por amplitud “Todos somos amplitud” para que este movimiento se convierta en partido político. También encontramos campañas gráficas en las que se difunden y piden apoyar propuestas programáticas del movimiento y difusión de campañas ciudadanas como la de la ley del donante universal y campañas para izar la bandera de la diversidad en el día contra la homofobia. No existen consultas online en proceso de toma de decisión
	-Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se observa incorporación de resultados de participación digital ni publicaciones referidas a la transparencia de la institución. Si se observa publicidad en cuanto a propuestas de la sociedad civil en cuanto a la difusión de la campaña por el donante universal, para la donación de órganos.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	Amplitud en su cuenta de Twitter, para contacto pone a disposición un link con su página web, en la cual podemos encontrar una dirección de su sede, un mail y número de teléfono de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Se puede observar fácilmente la posición programática de Amplitud a través de sus diversas publicaciones de los distintos temas presentes en la agenda pública.

Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay publicaciones ligadas con información financiera de la institución
Rendición de cuentas	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Cuenta de Evopoli en Twitter:



Para acceder al seguimiento completo del movimiento Evopoli digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/DBsWRh>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El movimiento político Evopoli tiene una cuenta en la red social Twitter. En esta es posible acceder a información, contenidos y convocatorias que difunden. En sus publicaciones podemos encontrar declaraciones y discursos de sus dirigentes, columnas de opinión, apariciones en prensa, cobertura y convocatorias de actividades que realizan (Encuentros-debates). También podemos observar difusión de diversas campañas gráficas: Conmemoración de la mujer, defensa de los logros del gobierno de Sebastián Piñera, campaña para postular como candidato a concejal por Evopoli,</p> <p>Campañas de reclutamiento de firmas y nuevos adherentes para conformarse en partido político, además de llamados a votar por sus candidatos en una encuesta presidencial online.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En esta cuenta se puede acceder a los discursos e intervenciones de los representantes de esta organización. No se observa rendición de cuentas. Hay claridad en los contenidos que se expresan y se permite a otros usuarios intervenir en su red social a través de los re tweet que se hacen a usuarios favorables y dirigentes</p>

Deliberar	-Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión	Evopoli tiene Dialogo con los usuarios de la red la mayoría favorables y algunos divergentes. No hay dialogo con otras instituciones y no hay realización de encuestas opinión.
	-Interactividad -Capacidad de respuesta	La interacción y capacidad de respuesta se observa como ya mencionamos compartiendo publicaciones de sus parlamentarios, dirigentes y algunos adherentes. Además de responder a usuarios de la red social en su mayoría usuarios que no son críticos a esta organización, aunque de igual manera se observa respuesta a algunas publicaciones en Twitter con críticas.
Decidir	-Peticiones online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	Como petición online encontramos la de sumarse como candidato a concejal de esta organización. No se registran consultas online en el proceso de toma de decisión
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisión. Ni publicaciones respecto a la transparencia de la institución, tampoco publicidad a propuestas de la sociedad civil.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
-----------------------	-----------	---------------------------

Transparencia en estructura	Contacto	Evopoli pone como medio de contacto su página web en la cual encontramos teléfono, mail y dirección de su sede nacional como medio de contactos
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Es posible identificar la posición programática de Evopoli, puesto que, están disponibles columnas de opinión y declaraciones en prensa donde se aprecian sus posturas en distintos temas de la agenda pública.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay publicaciones ligadas con información financiera de la institución
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	No hay justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

Cuenta de Izquierda Autónoma en Twitter:

The image shows a screenshot of the Twitter profile for 'Izquierda Autónoma' (@izqautonoma). The profile picture is a large group of diverse people. The bio states: 'Construyendo fuerza estudiantil para cambiar Chile: mientras no sea un país justo y feliz, nada nos parecerá suficiente.' The statistics show 4,732 tweets, 1,772 accounts followed, and 20,800 followers. A recent tweet from 'Profes Autonomistas' is highlighted, featuring a graphic with the text 'ÚNETE AL COLEGIO' and illustrations of people's faces.

Para acceder al seguimiento completo de Izquierda Autónoma digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/CNgNoH>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El movimiento izquierda autónoma tiene presencia en la red social Twitter en la cual publica y difunde información ya sea este de contenido programático u ideológico de la organización además de cobertura y convocatoria para las actividades que realizan. En estas publicaciones podemos encontrar: Apariciones en prensa, declaraciones públicas, columnas de opinión, llamados a movilizaciones (marchas), campañas gráficas como: “a conquistar la democracia” y “Profesores somos fuerza transformadora”. Convocatorias a foros, paneles, Retweet a federaciones de estudiantes con dirigentes de su colectividad, re tweet a movilizaciones como la de los trabajadores honorarios u de Chile, los estudiantes movilizados UNAB, además de re tweet a su centro de pensamiento “NODO XXI”. También registramos Conmemoraciones historias</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>En esta cuenta se encuentran a disposición los discursos e intervenciones de los representantes. No se observa rendición de cuentas online. Hay claridad en los contenidos. Y se permite a usuarios intervenir en su red social a través de re tweet el cual solo es hacia usuarios adherentes, representantes o dirigentes de esta organización además de otras organizaciones con conciencia programática.</p>

Deliberar	-Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión	Dialogo que se tiene a través de re tweet, pero solo es con las cuentas de Twitter de sus representantes. En cuanto a dialogo con instituciones se tiene dialogo a través de los re tweet que se dan con instituciones que promueven movilización social con la que izquierda autónoma este de acuerdo como algunas federaciones de estudiantes y los trabajadores honorarios de la Universidad de Chile. No se observa la realización de encuestas de opinión
	-Interactividad -Capacidad de respuesta	La interacción y capacidad de respuesta se observa como ya mencionamos compartiendo publicaciones de sus dirigentes además de otras instituciones políticas con las que se tiene coincidencia programática
Decidir	-Peticiónes online -Consultas online en el proceso de toma de decisión	En cuanto a peticiónes online se encuentran llamados a movilizaciones en especial marchas y una campaña para que profesores se sumen a izquierda autónoma y se colegien profesionalmente. En cuanto a consultas online en el proceso de toma de decisión, no están presentes en su cuenta de Twitter.
	Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones. -Publicaciones respecto a transparencia de la institución. -Publicidad a las propuestas de sociedad civil	No hay incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones, no se observan publicaciones respecto a la transparencia de la institución, ni publicidad a las propuestas de la sociedad civil.

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
-----------------------	-----------	---------------------------

Transparencia en estructura	Contacto	Izquierda Autónoma en su cuenta de Twitter dispone como medio de contacto una página web donde podemos encontrar un mail de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	En esta cuenta podemos identificar claramente la posición de programática de este movimiento, la cual esperamos a través de columnas de opinión, apariciones en prensa y campañas gráficas.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	No hay información referida al financiamiento de la institución
Rendición de cuentas	Reportar	No se observa rendición de cuentas en cuanto de su acción política.

Cuenta de Revolución Democrática en Twitter:

The screenshot shows the Twitter profile of 'Revolución Democrática' (@RDemocratica). The profile header includes the name, handle, and a bio: 'Partido Político en formación. Buscamos construir una Democracia Participativa y una Sociedad de Derechos en Chile. #CrearParaCrear #CambiemosLaHistoria'. It also shows the location as Chile, the website 'revoluciondemocratica.cl', and that the account was created in December 2011. The profile statistics are: 16,2 K tweets, 4,030 following, 38,3 K followers, 4,661 likes, and 2 lists. A recent tweet from 5 minutes ago reads: 'HOY #FirmarRD en Compañía con Ahumada y en Serrano con Alameda desde las 19 h. Participa! y #CambiemosLaHistoria'. Below the tweet are two promotional images for a signing event on April 19th in Santiago Centro, one for Serrano con Alameda and one for Ahumada.

Para acceder al seguimiento completo Revolución Democrática digitar en su navegador el siguiente link: <https://goo.gl/Ju7ioM>



Promoción de la Participación Ciudadana en la red social:

Nivel	Unidades de Contenidos	Observaciones
Informar	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia en redes sociales abiertas -Disponibilidad de información online - Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización) -Calendario de actividades de participación 	<p>El movimiento político Revolución Democrática tiene presencia en la red social Twitter en ella dispone de información y difunde contenido a los demás usuarios de la red. Entre las publicaciones que realiza encontramos convocatorias y coberturas de sus actividades, apariciones en la prensa y declaraciones de sus dirigentes además de columnas de opinión. Aquí encontramos constantes invitaciones a participar de los distintos espacios del movimiento como son bases territoriales, frentes de acción y comisiones de contenido, reuniones abiertas con sus dirigentes, inserciones (un espacio donde la ciudadanía puede conocer a RD) y escuelas de formación. Observamos al mismo tiempo constantes campañas audiovisuales y gráficas para que las personas firmen por el movimiento en las notarías y así el movimiento pueda transformarse en partido político. Registramos campañas de recolección de fondos “fondeadora” para que los ciudadanos puedan financiar a revolución democrática, financiamiento al cual se le puede hacer seguimiento y es rendido públicamente... Finalmente observamos llamados a marchas y manifestaciones públicas, además de publicidad a las campañas ciudadanas “Fin a la justicia militar” y “Chile sin TPP”.</p>

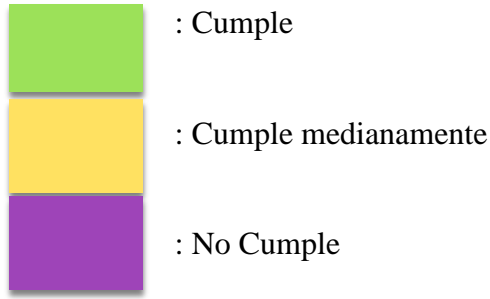
	<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de discursos o intervenciones de sus representantes -Rendición de cuentas online -Claridad en los contenidos -Permitir a usuarios intervenir en sus páginas de redes sociales 	<p>Están disponibles los discursos e intervenciones de sus representantes. Se observa rendición de cuentas en ámbitos financieros de a través de la campaña “Fondeadora” donde los ciudadanos a través de internet pueden donar dinero a la organización, el cual se rinde públicamente. Existe claridad en los contenidos que se expresan. Y se permite a los usuarios intervenir en su red social a través de los re tweet con usuarios adherentes o de coincidencia programática</p>
Deliberar	<ul style="list-style-type: none"> -Dialogo con usuarios de redes -Dialogo con otras instituciones online -Realización de encuestas de opinión 	<p>Dialogo que se tiene a través de re tweet con las cuentas de Twitter de sus representantes y adherentes favorables. Además de respuestas a consultas de los usuarios de la red social, sobre todo en relación al proceso de recolección de firmas. En cuanto a dialogo con instituciones se tiene dialogo a través de los re tweet (compartir publicaciones de otro) aunque esto ocurre pocas veces y con instituciones políticas que se tiene coincidencia programática. No se observan realización de encuestas de opinión</p>
	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad -Capacidad de respuesta 	<p>La interacción y capacidad de respuesta se observa como ya mencionamos compartiendo publicaciones de sus parlamentarios, dirigentes y algunos adherentes, además de otras organizaciones políticas con las que se tiene coincidencia programática, además de contestar las dudas y consultas que los usuarios hacen. Pero en su mayoría el dialogo es con usuarios favorables y no crítico.</p>
Decidir	<ul style="list-style-type: none"> -Petición online -Consultas online en el proceso de toma de decisión 	<p>Respecto a peticiones online, se registra una petición constante a la ciudadanía para que firme por RD y así constituirse como partido político, además de llamados participar en actividades del movimiento. No se observan consultas online en el proceso de toma de decisión</p>

	<p>Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones.</p> <p>-Publicaciones respecto a transparencia de la institución.</p> <p>-Publicidad a las propuestas de sociedad civil</p>	<p>No se observa incorporación de resultados de participación digital en el proceso de toma de decisión. Respecto a transparencia de la institución se promueve un modelo de financiamiento, en que la ciudadanía puede aportar financieramente al funcionamiento de la institución y se rinde de manera pública en que se utilizan esos recursos. Respecto a publicidad a propuestas de la sociedad civil se encuentran apoyos y difusión de las campañas de “Fin a la justicia militar” y “Chile sin tpp”</p>
--	--	---

Promoción de la Transparencia en la red social:

Área de transparencia	Indicador	Contenido y Accesibilidad
Transparencia en estructura	Contacto	En la cuenta de Twitter de Revolución Democrática está disponible como contacto una página web, en la cual se encuentra un mail y una dirección de contacto.
Transparencia en ideología y posición programática	Publicación de la posición programática	Se puede observar fácilmente la posición programática a través de sus diversas publicaciones con su posición y propuestas en los distintos temas presentes en la agenda pública.
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Financiamiento	Campaña abierta de recolección de fondos donde la ciudadanía puede financiar públicamente al movimiento, financiamiento al cual se le puede hacer seguimiento y es rendido públicamente.
Rendición de cuentas Accountability	Reportar	Solo ligada al financiamiento

Cuadro comparativo:



Red Social: Facebook

Promoción de la Participación Ciudadana

Partido Politico		U D I	R N	D C	P P D	P R	P C	P S	P L	AM PLI- TUD	EV OP OLI	I A	R D
Niveles	Indicador:												
Informar	Presencia en la red Social												
	Disponibilidad de informaciónn online												
	Difusión de contenido (Programático u ideológico)												
	Calendarización de actividades												
	Disponibilidad de discursos e intervenciones												
	Rendición de cuentas online												

Promoción de la Transparencia a través de internet

Partido Politico		U D I	R N	D C	P P D	P R	P C	P S	P L	AM- PLI- TUD	EV OP OLI	IA	R D
Área de Transparencia	Indicador:												
Transparencia en es- tructura	Contacto												
Transparencia en posi- ción programática e ideológica	Actualidad País												
Transparencia en finan- ciamiento	Situación financiera de la organización												
Rendición de Cuentas	Justificación												

Red social: Twitter

Cuadro comparativo:

Promoción de la Participación Ciudadana

Partido Político		U D I	R N	D C	P R	P P D	P S	P C	P L	AM- PLI- TUD	EVO POLI	I A	R D
Nivel:	Indicador:												
Informar:	Presencia en la red Social												
	Disponibilidad de información online												
	Difusión de contenido (Programático u ideológico)												
	Calendarización de actividades												
	Disponibilidad de discursos e intervenciones												
	Rendición de cuentas online												
	Claridad en los contenidos												
	Permitir a otros usuarios intervenir en sus redes sociales												
Nivel: Deliberar.	Dialogo con los usuarios de las redes												

Promoción de la Transparencia a través de internet

Partido Político		U D I	R N	D C	P R	P P D	P S	P C	P L	AM PLI TU D	EV OP OLI	I A	R D
Área de Transparencia	Indicador:												
Transparencia en es- tructura	Contacto												
Transparencia en posi- ción programática e ideológica	Actualidad País												
Transparencia en fi- nanciamiento	Situación financiera de la organización												
Rendición de Cuentas	Justificación												

CAPITULO V: RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Resultados:

Caracterización de los resultados a partir de la gestión que realizan en redes sociales los movimientos y partidos políticos con representación parlamentaria en relación a la promoción de la participación ciudadana y transparencia política en Chile en el periodo 2014-2018.

Participación Ciudadana

Nivel: Informar

Indicadores: Presencia en la red Social, Disponibilidad de información online, Difusión de contenido (Programático u ideológico) y Calendarización de actividades.

En las redes sociales de los partidos y movimientos políticos analizados en su mayoría desarrollan este nivel de acción política en internet., podemos observar que todos los partidos y movimientos políticos están presentes en las redes sociales de Facebook y Twitter. Estos publican información con mayor o menor frecuencia, difundiendo contenidos ideológicos, programáticos que se suman a la cobertura y convocatoria de las actividades que realizan. De todos los partidos solo la Democracia Cristiana en ambas redes sociales (Facebook y Twitter) no difunde contenido programático e ideológico y solo difunde actividades. Las publicaciones que se realizan en su gran mayoría son apariciones en prensa, columnas de opinión, declaraciones del partido y sus representantes, además de campañas gráficas y cobertura a sus actividades. En cuanto a la calendarización de actividades si bien no se publica un calendario específico con todas las actividades donde se puede asistir en la gran mayoría de los perfiles podemos encontrar diversas convocatorias o llamados a actividades específicas en las cuales, la militancia, los simpatizantes o la ciudadanía en general puede de manera presencial participar.

Indicadores: Disponibilidad de discursos e intervenciones, Rendición de cuentas online Claridad en los contenidos, Permitir a otros usuarios intervenir en sus redes sociales.

La mayoría de los partidos políticos tienen desarrollada esta área en cuanto a poner a disposición de la ciudadanía en general discursos o intervenciones de sus representantes y publican con claridad sus contenidos. Aquí se repite la excepción de la Democracia Cristiana que en su Facebook no podemos registrar ninguna intervención de alguno de sus representantes.

En el caso de la claridad de los contenidos que se expresan se cumple por todos en cuanto a que cualquier usuario sea militante, simpatizante o simplemente un ciudadano común puede entender los enunciados que ahí se expresan. El nivel de participación se muestra poco desarrollado en cuanto a las unidades de rendición de cuentas y permitir a los usuarios intervenir en sus redes sociales. En términos de rendición son muy pocos los partidos que expresan una cierta preocupación de rendir cuentas y lo hacen en espacios muy específicos y no en la generalidad de sus acciones políticas solo una pequeña minoría de las instituciones realiza esfuerzos en materia de rendición. Entre los espacios que realizan en algún área rendición de cuentas están: Renovación Nacional con un espacio que rinde cuenta de lo que son las reuniones de directiva de su colectividad contando el presidente del partido a través de un video publicado en YouTube los temas tratados y las resoluciones alcanzadas en cada reunión de la directiva del partido. El Partido por la democracia, el Partido Radical y el Partido Comunista muestra atisbos de rendición en cuanto al trabajo parlamentario, es decir votaciones y proyectos presentados por sus parlamentarios y el movimiento Revolución Democrática con rendición financiera de la institución a través de la campaña “Fondeadora” en la que los ciudadanos a través de internet pueden donar dinero a la organización, el que se rinde públicamente a través de su página web.

Finalmente, en términos de permitir a los usuarios intervenir en las cuentas en redes sociales de los partidos, existen 2 dinámicas dependiendo de la red social. En Facebook, todos los movimientos y partidos permiten a los usuarios hacer comentarios a las publicaciones que se realizan. Aunque casi nunca los comentarios son contestados por las instituciones. En el caso de la red social Twitter otros usuarios pueden intervenir en su cuenta a través de la herramienta de Retweet, la cual permite compartir publicaciones, tweets y demás, que se encuentran en la red social. Es algo así como replicar lo que otra persona ha dicho para mostrarlo a sus seguidores. Esta se utiliza principalmente con las cuentas de los dirigentes, parlamentarios y usuarios afines o con coincidencia programática.

Nivel: Deliberar

Indicadores: Dialogo con los usuarios de las redes, Dialogo con otras instituciones online, Realización de encuestas de opinión. Interacción con los usuarios y Capacidad de respuesta a los usuarios

En el dialogo con los usuarios de las redes, en la plataforma Facebook podemos mencionar que: Si bien los usuarios pueden escribir en las publicaciones de los partidos, en su gran mayoría esas intervenciones no son contestadas por parte de las instituciones. Lo que si podemos observar en cuanto al dialogo en Facebook son los mensajes internos los cuales Facebook determina en la

información que entrega a quien visita el perfil la capacidad de respuesta que posee en cuanto a si responde en algunos minutos u horas los mensajes internos que le llegan, este fenómeno se registra en los perfiles de Facebook del Partido por la Democracia y los nuevos movimientos Evopoli y Revolución Democrática.

En el caso de Twitter si bien los usuarios tienen la posibilidad de tener un dialogo o de comunicar sus inquietudes, reclamos e indicaciones estos muy pocas veces son respondidas por esta plataforma de red social. Se muestra respuesta en gran medida solo a usuarios que son favorables y en muy pocos casos a usuarios críticos. Tenemos a destacar al PPD, Evopoli y Amplitud que responde mensajes incluidos muchas veces los críticos. Y el caso de Amplitud y Revolución Democrática en su propia coyuntura responden dudas a los usuarios de las redes sociales que quieren firmar para que sus movimientos se constituyan en partido político.

Respecto al dialogo con las instituciones en Facebook no se registra con ningún partido y movimiento político, en el caso de Twitter tampoco hay dialogo la única forma de interacción que se observa con otras instituciones es a través del Re tweet con instituciones que se tiene coincidencia programática. En el caso de realización de encuestas de opinión solo se registra el caso del partido liberal que, en su cuenta de Twitter, las cuales se realizan de manera online y están referidas a captar la opinión de la ciudadanía en los temas de: la paralización del registro civil y el reajuste del sector público.

En el ítem de interactividad (entendida como la relación recíproca entre dos o más personas o instituciones) y capacidad de respuesta por parte de los partidos y movimientos políticos podemos señalar que: En el caso de Facebook en la mayoría de los casos no hay ninguna interacción de las cuentas de las instituciones políticas con los demás usuarios de la red, no se observa dialogo con los usuarios de red social. Los usuarios pueden comentar las publicaciones de los partidos, pero estos no tienen respuesta. Lo que, si podemos señalar de interacción, es que Facebook en la sección de información de la cuenta, indica si es que responden mensajes internos (Que solo conoce el usuario que envía y la cuenta que recibe) y cuanto es el tiempo de respuesta. Aquí podemos indicar que esto está presente en las cuentas del Partido por la Democracia, Evopoli y Revolución Democrática en los cuales Facebook destaca que contestan los mensajes internos en un lapsus que van desde algunas horas hasta alrededor de un día.

En este punto en la red social Twitter podemos identificar que en todos los partidos la interacción y capacidad de respuesta se observa compartiendo constantemente publicaciones de sus parlamentarios, dirigentes y algunos adherentes, además de otras organizaciones políticas con las que se tiene coincidencia programática. Capacidad de Respuesta hacia los usuarios destacan el partido por la democracia, Amplitud, Evopoli y Revolución democrática, En cuanto los tres

primeros tienen capacidad de respuesta incluso para usuarios que realizan críticas a sus instituciones y los tres últimos como nuevos movimientos políticos responden dudas de usuarios que quieren firmar por sus movimientos para que estos se constituyan en partido político

Nivel: Decidir

Indicadores: Peticiones online, Consultas online en el proceso de toma de decisión, Incorporar resultados de participación digital en el proceso de toma de decisiones, Publicaciones respecto a transparencia de la institución y Publicidad a las propuestas de sociedad civil

En el punto de las peticiones online a lo largo del espectro político casi transversalmente encontramos peticiones con llamados a asistir a actividades o apoyos a diversas campañas (candidatos, temáticas, solidarias, marchas entre otras). En el caso de los movimientos que están en el proceso de constitución de partido se observan recurrentes llamados, a través de campañas gráficas y en algunos casos audiovisuales invitando a la ciudadanía a firmar por ellos en las notarías para que se puedan constituir como partido político.

No se observan en ningún partido ni movimiento político consultas online en torno a algún proceso de toma de decisión. Lo que si se observa son peticiones online en un caso es el partido liberal de quien se registra en su cuenta de Twitter 2 consultas referidas a la paralización y reajuste del sector público. Pero que según se puede observar las consultas no expresan ninguna acción dependiente de su resultado.

En esta Nivel no se registra en ningún caso incorporación de resultados de participación digital en algún proceso de toma de decisión. Publicaciones respecto a la transparencia de la institución es posible ver algunas señales muy bajas pero en la mayoría de los casos no existe publicaciones con información ligada a la transparencia de la institución. En los casos que encontramos intenciones de avanzar hacia la transparencia están: Renovación Nacional y su espacio de rendición de cuentas de lo que son las reuniones de la directiva a través de un video en YouTube “Cuenta Directiva” y Revolución Democrática” y su propuesta de la “fondeadora” donde los ciudadanos vía internet pueden donar dinero a la organización y este se rinde públicamente.

Finalmente en relación a publicidad para propuestas de la sociedad civil observamos que algunos movimientos y partidos, publican y difunden campañas o propuestas de la sociedad civil con las que tienen coincidencias programáticas, esto lo podemos ver reflejado en Facebook con : La UDI y promoción para una consulta que realiza la ONG influyamos Chile respecto a lo que llaman las urgencias sociales de Chile, el Partido Comunista donde se observa la publicidad para

propuestas de organizaciones civiles como :la junta de firmas online por el cierre del penal punta peuco y difusión de campañas de nueva constitución por asamblea constituyente, derechos humanos y farmacias populares. El partido Liberal difunde la campaña “Realismo sin Privilegios” que propone una serie de ideas, para eliminar o disminuir privilegios con los cuales cuentan los parlamentarios y funcionarios públicos de alto rango. Y Revolución Democrática publica y promociona desde el mundo de la sociedad civil propuestas como: “Realismo sin privilegios”, “Chile sin TPP”, “Nueva constitución asamblea constituyente” y una campaña para un memorial de DDHH en providencia. En el caso de Twitter observamos al Partido por la democracia difundiendo las propuestas de la organización ciudadana “Marca AC”. El partido comunista difunde propuestas de organizaciones civiles como: organizaciones de trabajadores (CUT-ANEF) y de agrupaciones de familiares de DD.DD. El partido Liberal promueve específicamente propuestas de la a ONG Motiva Chile que se preocupa de hacer acciones para que los jóvenes se sigan formando profesionalmente superando las dificultades socioeconómicas y difunde acciones de organizaciones referidas al cambio climático. En amplitud la propuesta que se difunde es la campaña por el donante universal, para una ley de donación de órganos en Chile. Finalmente, Revolución Democrática difunde campañas de organizaciones de la sociedad civil como: “Fin a la justicia militar” y “Chile sin TPP”

Transparencia

Área:

Transparencia en la estructura

Indicador: Contacto:

Esta área de transparencia en la mayoría de los casos es bien desarrollada por los partidos y movimientos políticos, En la red social Facebook todos ponen un link con la página web del partido o movimiento donde en la mayoría de los casos se encuentran mail y teléfono de contacto además de la dirección de su sede nacional. En algunas cuentas de Facebook es posible encontrar directamente la dirección de la organización política. En el caso de Twitter las organizaciones de la misma manera ponen a disposición algún medio de contacto para los usuarios generalmente es un link que dirige a la página web del partido

Área:

Transparencia en ideología y posición programática:

La transparencia ideológica y posición programática en la mayoría de los partidos y movimientos es fácilmente apreciable y se expresan mediante apariciones en prensa, columnas de opinión, campañas temáticas, comunicados, presentación de propuestas, entre otras variadas formas. En ellas expresan su posición en relación a distintas las políticas públicas que se están llevando a cabo y los distintos temas de la agenda pública. En la red social Facebook y en la red social

todos los partidos en mayor o menor medida permiten identificar de alguna manera cuáles son sus posiciones programáticas e ideológicas, solo la Democracia Cristiana esta al debe en esta área, ya que, en las redes sociales estudiadas, publica principalmente cobertura de actividades (Fotografías de reuniones de dirigentes con militantes) y no temáticas referidas a la defensa o promoción de alguna idea en particular.

Financiamiento:

En cuanto a información del financiamiento los partidos políticos y movimientos están al debe. Se registra solo una institución con información ligada a la situación financiera de la organización en estas redes sociales. En el caso de Facebook ningún movimiento o partido tiene entre sus publicaciones información ligada al financiamiento de su institución. Y en la red social Twitter encontramos la única referencia de transparencia ligada a el funcionamiento financiero en el movimiento revolución democrática, quienes presentan la campaña de recolección abierta de recolección de fondos “La fondeadora” donde los ciudadanos puedan financiar a revolución democrática, financiamiento al cual se le puede hacer seguimiento y es rendido públicamente.

Rendición de cuentas:

La rendición de cuentas por parte de los partidos y movimientos es bastante deficiente a lo largo del espectro político, solo encontramos algunos casos con atisbos de rendición y en áreas muy específicas por parte de muy pocos partidos y movimientos. Para la red social Facebook observamos esto en el caso de: Renovación Nacional con el espacio que mencionamos de “Cuenta Directiva” videos de la plataforma “YouTube” donde el presidente de partido da cuenta a la militancia y ciudadanía los temas tratados en las reuniones de directiva. El Partido por la Democracia, Partido Radical y Partido Comunista donde se vislumbra algo de rendición en cuenta en relación a el trabajo parlamentario, es decir votaciones y proyectos presentados por sus legisladores. En el caso de la red social Twitter se registra nuevamente el caso de RN y su contenido audiovisual “Cuenta Directiva” y Revolución Democrática con la plataforma “La fondeadora” donde se rinde el financiamiento que pueden entregar los ciudadanos a este movimiento.

Conclusiones:

En relación a la pregunta de cómo promueven la participación ciudadana y la transparencia en sus redes sociales digitales los movimientos y partidos políticos chilenos con representación parlamentaria en el periodo 2014-2018. Podemos determinar lo siguiente: Para empezar hoy todos los partidos y movimientos políticos chilenos con mayor o menor frecuencia, de distintas maneras utilizan las redes sociales Facebook y Twitter. Podemos establecer como una generalidad que las redes sociales para los partidos políticos cumplen un rol de amplificador de sus ideas, propuestas o candidaturas más que otra cosa. Replicar y difundir apariciones en prensa, discursos, columnas de opinión, campañas y algunas actividades pareciera copar casi la totalidad de las acciones que los partidos y movimientos políticos desarrollan en internet. La capacidad de reproducción auto-multiplicadora y la capacidad de llegar a miles de personas en una fracción infima de tiempo han fomentado las acciones de difusión de ideas, propuestas, actividades, además de aportar la defensa de intereses, movilizaciones, el reclutamiento de simpatizantes y actualmente incluso en un caso la recolección de fondos.

El planteamiento de nuestros objetivos permite distinguir la promoción de la participación ciudadana en 3 niveles: uno en una relación vertical, en la cual la ciudadanía se limita a recibir información de alguna de las distintas organizaciones; y los otros dos en una relación horizontal, donde puede existir dialogo y decisión por parte de la ciudadanía en el entendido que la que la promoción de la participación no se limita sólo a informar, si no incentivar la práctica del dialogo y empoderar en decisión. En el primer nivel de informar, las redes sociales de los partidos políticos cumplen en su mayoría muy bien este rol en cuanto todos están presentes en las redes, todos publican en distintas frecuencias alguna información, como señalamos en los resultados solo un partido no difunde contenido programático, a la vez que solo encontramos un par de excepciones para la convocatoria de actividades a través de la red social. Para este nivel están disponibles discursos e intervenciones y los contenidos que se expresan son entendibles para todo quien accede a ellos, sea o no militante o simpatizante de la organización.

En relación con los niveles de deliberar y decidir, en las redes sociales los partidos y movimientos están absolutamente al debe son solo algunos movimientos y partidos los que muestran atisbos de avanzar en estas áreas. En el nivel deliberar la mayoría en la mayoría de los casos tenemos partidos políticos que no tienen dialogo con los usuarios, con otras instituciones o con grupos de interés a través de internet, en este ítem encontramos un solo caso de realización de encuesta de opinión, la interacción con los usuarios es bajísima y en su mayoría son con usuarios que son adherentes o dirigentes de la misma organización. Al mismo tiempo en la Nivel decidir la mayoría los partidos y movimientos están al debe, en este punto no hay consultas online en procesos

de decisión ni incorporación de participación digital, tampoco publicaciones respecto a la transparencia de las instituciones, lo que sí podemos ver mayormente son las peticiones online y en algunos casos publicidad a propuestas de la sociedad civil. En definitiva, los partidos utilizan las herramientas que proporcionan las tecnologías de la comunicación en su mayoría solo para informar, no para escuchar, ni relacionarse, no utilizando una de las principales herramientas que entrega internet como lo es la interacción inmediata.

En términos de transparencia la investigación registra que tanto en las áreas transparencia de contacto y posiciones programáticas, los partidos y movimientos en su gran mayoría cumplen con estas en cuanto ponen esta información a disposición de la sociedad civil en sus redes sociales. El contacto de forma explícita y la posición programática de manera implícita a través de apariciones en prensa, columnas de opinión y declaraciones de sus dirigentes y representantes. Las áreas de transparencia en cuanto al financiamiento y rendición de cuentas se encuentran al debe solo se registran un par de intentos de desarrollar transparencia en estas áreas, pero en la gran parte del espectro político se encuentran ausente.

En este sentido los resultados expresados por la investigación son concordantes con la hipótesis planteada la cual indica que la gestión de los movimientos y partidos políticos chilenos con representación parlamentaria son principalmente para difundir información. Con mayor o menor frecuencia, publican contenidos ideológicos, programáticos, de campañas, que se suman a la cobertura y convocatoria de algunas de las actividades que realizan o apoyan. La gestión de los partidos y movimientos en redes sociales se transforma en una especie de amplificador para que los contenidos y acciones que realizan tengan una mayor difusión. Se registra que, con la utilización de las redes sociales mayormente como herramienta de difusión, la promoción hacia la participación de en los los niveles de deliberación y decisión quedan relegados y muy pocas veces algunos movimientos y partidos lo utilizan. En esta investigación también se cumple lo planteado por la hipótesis en materia de transparencia, los partidos y movimientos cumplen en las áreas de contacto y posición programática, en cuanto ponen a disposición de la ciudadanía información referida a estos ítems, sin embargo, en las áreas de transparencia en el financiamiento y la rendición de cuentas, en su gran mayoría no publican información estando absolutamente al debe.

La promoción de la participación ciudadana en las redes sociales cibernéticas no es tan acelerada como los cambios en éstas. En algunos partidos y movimientos políticos se aprecia una falta de planificación a la hora de usar redes sociales para comunicarse con los diferentes grupos de interés, tanto internos (militantes) como externos (ciudadanos, medios de comunicación, colectivos profesionales y sociales, etc.). En la actualidad, un partido político sin presencia en las redes se pierde de mucho, las sociedades cambian y los electorados se renuevan. No acompañar

este cambio presenta un costo elevado para todo partido que busca alcanzar el poder. Un partido político se diferencia entre otros aspectos, en estas cuestiones, lo que antes era un portal institucional en internet ahora debe ser asumido como una plataforma de comunicación interactiva que produzca información propia de manera permanente y actualizada, que integre distintas plataformas y que logre recibir y responder los mensajes de sus seguidores y de la ciudadanía en general. El concepto de gobierno abierto debe recalar en las organizaciones partidarias. La reforma a ley de partidos del 2016 es una gran oportunidad para construir partidos políticos más abiertos. Así en la era de la personalización de la política, el desafío pasa por dotar de personalidad a las organizaciones partidarias. El partido que se no adapte a este proceso de cambio quedará al margen. Será incapaz de representar al nuevo electorado.

Conviene tener presente que la aplicación de las TIC a los sistemas políticos democráticos se produce en el marco de un debate acerca de la crisis de participación que se vive en las democracias occidentales. En esta línea plantear abordar el uso de las TIC en la política a partir de la premisa de que su generalización puede contribuir al incremento de la participación y, por tanto, a solucionar los problemas de desafección democrática, no es un planteamiento acertado. Las razones de la desafección y la falta de interés de los ciudadanos por la política son complejas y profundas y las TIC, por sí mismas, no tienen una incidencia directa significativa en el incremento de los niveles de participación. El déficit democrático en este sentido exige mayor dinamismo en las estrategias de relación entre los partidos y la ciudadanía, es por esto que herramientas como: la transferencia de la información significativa, la consulta, el diálogo, las encuestas, entre otros elementos que podamos realizar de manera directa por medio de internet, si son bien utilizados implican una nueva relación entre los representantes electos y sus respectivos electores. La necesidad de una participación ciudadana no reducida a la reacción electoral como evaluación de sus gobernantes, sino elevada en la anticipación de la definición de las políticas públicas. Las TICs por si solas no generan una nueva relación si solo se utilizan como canal de entrega de información, de las herramientas que seamos capaces de emplear en ellas dependerá que se constituya una nueva relación entre representantes y sociedad civil. Nos hallamos en los comienzos de la aplicación de las TIC a la política, no obstante, lo que ya es indudable es que su impacto sobre los sistemas políticos es una realidad que nos obliga a repensar el funcionamiento de nuestras democracias. En esta misma línea otra de las tendencias fuertes es que la transparencia alcanzara a los partidos políticos, especialmente en materias relativas al financiamiento electoral y al esclarecimiento del origen de los aportes, muestra de ello es la nueva ley de partidos políticos en Chile que se promulgo mientras se finalizaba esta investigación.; la tendencia a transparentar actos públicos es mundial, sigue vigente y con bastante proyección.

Bibliografía:

- Abal, J. (2002). Elementos teóricos para el análisis contemporáneo de los partidos políticos: Un reordenamiento del campo semántico. En el asedio a la política. Los partidos latinoamericanos tras la década del neoliberalismo. (33-54). Rosario: Homo Sapiens.
- Aguirre J. (2013). Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. *Culturales*, 1(2), 119-150. Recuperado en 11 de agosto de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912013000200004
- Aicholzer G. y Kuzeluh U. (2008). Dimensions and approaches for the evaluation of e-democracy. Estrasburgo: Document CAHDE
- Altman, D. (2005). Democracia directa en el continente americano: ¿auto legitimación gubernamental o censura ciudadana? *Política y Gobierno*, Vol. XII, núm. 2, pp. 203-232.
- Bentivegna S. (2006). Repensar la política en el mundo de las TIC. *European Journal of Communication*, 21, 337-343.
- BCN (Biblioteca Congreso Nacional de Chile). (2015). Partidos políticos 1990-2018. 20/2/2015, de BCN (Biblioteca Congreso Nacional de Chile) Sitio web: http://historiapolitica.bcn.cl/partidos_politicos/periodo?per=1990-2018#p=2,pr=7
- Borge, R. (2005). La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación. *Internet, Derecho y Política* (1). Recuperado de <http://www.uoc.edu>
- Breindl, Y. (2010). Crítica de las potencialidades democráticas de internet: una revisión de la teoría y la práctica actual. *Triple C: Cognición, Comunicación, Cooperación*. 8 (1), 43-59.
- Campos, E. (2005). Ciberdemocracia: presupuestos teóricos y estado en cuestión según revisión bibliográfica. *TRIPODOS*, 856.
- Castells M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid. Alianza Editorial.
- Castells M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Revista Telos*, 74, 2-13.
- Calvache, M. (2010). Ciberactivismo de movimientos políticos y sociales en Ecuador. Informe de estudio. 11/04/2015, de CIESPAL Sitio web: http://www.fes-ecuador.org/media/pdf/FES_ILDIS-informe%20final%20Ciberpolitica.pdf
- Centro de estudios públicos (CEP).(2015). Estudio Nacional de Opinión Pública N° 73 Abril 2015. 22/03/2015 Sitio web: http://www.cepchile.cl/dms/archivo_5916_3714/EncuestaCEP_Abril2015.pdf
- Chadwick A. (2006). *Política e Internet: Los Estados, ciudadanos y nuevas tecnologías de comunicación*. New York: Oxford University Press.

- Colombo, C. (2006). Innovación democrática y TIC, ¿hacia una democracia participativa?. Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC, N.º 3, 28-40.
- Corona, J. (2013). Etnografía de lo virtual: Experiencias y aprendizajes de una propuesta mitológica para investigar internet. Razón y palabra, 82, 1-16.
- Corval X.(2010) Desafíos y logros de la democracia electrónica . Democracia Electrónica ¿Que desafíos para America Latina. Editorial Aun creemos en los sueños. Santiago de Chile.
- Crespo I. (diciembre 2010). Comunicación política 2.0. Más poder local, 3, 2-6.
- Cunill N. (1997). Repensando lo público a través de la sociedad. Nuevas formas de gestión pública y representación social. Caracas: CLAD y Nueva Sociedad.
- Dahl R. (1992). La democracia y sus críticos. Barcelona: Paidós.
- Danhke, G. L. (1989). Investigación y Comunicación. En C. Fernández – Collado y G. L. Danhke (EDS). La comunicación humana: Ciencia social (pp.385-454). México: MacGraw- Hill. Barcelona.
- De León, P. (2008). Hacia un Concepto de Transparencia: Orígenes e Importancia”. 2/08/2015, de MSc Sitio web: <http://ca-bi.com/blackbox/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Transparencia1.pdf>
- De Moraes D. (2010). Comunicación virtual, activismo político y ciudadanía*. 21/03/2015, de Congreso de Comunicación y realidad Sitio web: http://info.nodo50.org/IMG/pdf/DE_MORAES_Denis_Roberto.pdf
- De Ugarte D. (2007). El poder de las redes. 27/03/2015, de Grupo Cooperación de las indias Sitio web: <http://lasindias.com/indianopedia/el-poder-de-las-redes>
- Duverger, M. (1987). Los partidos políticos (versión original de1951). Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Duverger, M. (1972). Sociología Política. Barcelona: Editorial Ariel.
- Esteve M, Borge R. (2013) Centralización de las decisiones e interacción online en las paginas web y Facebook de CIU,ERC y el PSC
- Estévez E., Fillotrani, P. y Janowski, T. (2010). El intercambio de información en el Modelo de Gobierno - conceptual para la formulación de políticas. Irlanda: Conferencia Europea sobre e- Gobierno.
- Fernández y Paniagua. (2013). El poder de las redes sociales n la política y los movimientos sociales . 25/04/2015, de Asociación Latinoamericana de investigadores de Campañas electorales Sitio web: <http://www.alicecomunicacionpolitica.com/fi-les/ponencias/240-F500009ce2401342179790-ponencia-1.pdf>
- Flores J. (2010). Las redes sociales. 2/01/2015, de Universidad de San Martín Sitio web: <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>

- Fuchs, C. (2014). Retos para la democracia Medios sociales y esfera pública. 8-1-2015, de TELOS Sitio web: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2014062614030004&idioma=es>
- Giraldo L. (2009). Democracia Electrónica: El estado de la cuestión. Barcelona. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Giraldo L. (2012) Modelo de análisis del uso de internet para promover la participación ciudadana en los procesos de toma de decisión publica (Poderes Ejecutivo y Legislativo). Bogotá Colombia. Pontificia Universidad Javierana.
- González B y Henríquez G. (2012). El rol de las redes sociales en la última campaña presidencial chilena. 22/03/2015, de Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales Sitio web: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=233-F5000097a2331342179706-ponencia-1.pdf>
- Guillen A. (2009). Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. 20/07/2015, de Daena Journal Sitio web: [http://www.spentamexico.org/v4-n1/4\(1\)%20179-193.pdf](http://www.spentamexico.org/v4-n1/4(1)%20179-193.pdf)
- Habermas J (1994). Historia y Critica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. G. Gill. Barcelona
- Habermas, J. (1998). Facticidad y validez Madrid: Trotta.
- Hague, B. & Loader, B. D. (1999). Digital Democracy. Discourse and Decision Making in the Information Age. Londres: Routledge.
- Haro C, Sampedro V, Sanchez J. (2013) Activismo digital en campaña electoral: del movimiento por la vivienda digna al movimiento 15M. En Democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales . Centro de estudios políticos y constitucionales . Madrid España.
- Harto de Vera F. (2006). Tipologías y modelos de democracia electrónica. Revista de internet, derecho y política, 2, 32-44.
- Hernández M. (2013). Comunicación política en redes sociales caso: Páginas en Facebook y Twitter de Norman Quijano, Óscar Ortiz y Will Salgado como candidatos a alcaldes durante la campaña electoral 2012 en el Salvador. 28/04/2015, de Universidad Centroamericana —José Simeón Cañas| Sitio web: http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/8c0e69_tesisirmahernandez.pdf
- Hernández, Fernández y Baptista. (2003). Metodología de la Investigación. (3a ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Hine C. (2004). Etnografía virtual. Barcelona: Editorial UOC.
- Hood, C. (2006). Transparency in a Historical Perspective. Estados Unidos de América: Oxford university Press.
- Honores J. (2014). Entrevista a Jaime Alejandro Honores Coronado, ex jefe de la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática de la Presidencia del Consejo de Ministros de Perú., 10-11.

- Illanes R y Oyanedel S. (2001). *Publicidad e Internet: El desafío del mensaje virtual*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- Junquera, C. (1997): “Los informantes”, en Aguirre Baztán, Ángel (1997): *Etnografía, metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. México, Alfa omega mar-combo.
- LATINOBAROMETRO. (2013). Informe 2013. 20/10/2015, de Latinobarometro Sitio web:http://www.latinobarometro.org/documentos/LATBD_IN-FORME_LB_2013.pdfLópez G. (2010). Nuevas herramientas para hacer política en internet. *Más poder local*, 3, 10-11.
- LATINOBAROMETRO. (2015). La confianza en América Latina 1995-2015 20 años de opinión pública Latinoamericana. 2/08/2015, de Latinobarometro Sitio web: <http://www.latinobarometro.org/latNewsShow.jsp>
- Luna, I. (2012). *Transparencia política, acceso a la información y consolidación democrática : el papel del TEPJF* . Ciudad de Mexico: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Macintosh A. (2004). *Caracterización de e- Participación en la decisión de políticas*. Scotland: Universidad Napier.
- Alamud A. (2003). Partidos políticos. En *Introducción a la Ciencia Política* (321-350). Buenos Aires: Eudeba
- March J. y Olsen J. (1997) *El ejercicio del poder desde una perspectiva institucional* .Revista *Gestión y Política Publica*, Volumen IV, NUM 1
- Martínez M. (2012). *Redes Sociales y Política 2.0: Presencia en Twitter de los candidatos a las elecciones andaluzas de 2012*. Sevilla : Universidad de Sevilla.
- Merino M.. (2010). *La participación ciudadana en democracia*. 03/22/2015, de Gobierno de Mexico Sitio web: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2010/CDParticipacion/pdf/DOC05.pdf>
- Millaleo S. (2015). *Medios sociales y nuevas posibilidades de participación ciudadana:Innovaciones e Ilusiones*. Santiago de Chile.Chile 21
- Millaleo S. & Velasco P. (2013). *Activismo digital en Chile*. Santiago de Chile. Editorial Fundación Democracia y Desarrollo
- Moreira I. y Vinicius M. (2011). *Políticas de transparencia en la administración pública brasileña*. CLAD *Reforma y Democracia*, 51, 1-13
- Oakley, P. (1991). *Projects with People. The practice of participation in rural development*. London: International Labour Office.
- OEA Comité de E-Gobiernos. (2014). *Boletín e-Gobierno Red GEALC*. 12/12/2015, de OEA Sitio web: <http://portal.oas.org/LinkClick.aspx?fileticket=4nYi75IzOfA%3d&tabid=1729>

- OECD. (2015). Global fórum on Transparency annual report 2015. 12/12/2015, de OECD Sitio web: <http://www.oecd.org/tax/transparency/global-forum-annual-report-2015.pdf>
- ONU. (2008). Encuesta E-gobierno 2008. Desde el e-gobierno a la gobernanza conectada. Nueva York: Naciones Unidas.
- ONU. (2010). Encuesta E-gobierno 2010. Nivelando el gobierno electrónico en tiempos de crisis financiera y económica. Nueva York: Naciones Unidas.
- Orrego C. y Araya R. (2002). Internet en Chile: Oportunidad para la participación ciudadana. Santiago de Chile: PNUD.
- Paniagua A. Borunda J. Camargo I. (2012). Transparencia, participación ciudadana y gobierno electrónico: el caso del Gobierno Local de Ciudad Juárez, México. Sociedad de Cultura, 15-1, 99-107.
- Padró A. y Cardenal A.. (2007). Partidos y política en Internet: Un análisis de los websites de los partidos políticos catalanes. Internet, derecho y política, 6, 46-64.
- Panebianco A. (1982). Modelos de Partido . Madrid : Alianza Universidad Editorial.
- Paramio L. (2011). Partidos y democracia. Controversia, 196, 15-33.
- Pasquino, G. (2012). Conferencia “Democracia, Participación y Crisis de Representación”. Escuela de Ciencia Política de la Universidad Diego Portales y la Asociación de Ciencia Política de Chile
- Payne, M. (2002). La política importa. Democracia y desarrollo en América Latina. Washington: IDEA-BID.
- Pérez, H y Terrazas, R. (2010). Acceso a la información, la transparencia en Mexico. 22/10/2015, de Fundación Razones Sitio web: <http://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/transparencyacceso.pdf>
- Perramon, J. (2013). La transparencia: concepto, evolución y retos actuales. 2/08/2015, de Barcelona School of Management - Universitat Pompeu Fabra Sitio web: http://www.accid.org/revista/documents/La_transparencia._Concepto,_evolucio_n_y_retos_actuales.pdf
- Peruzzotti, E. y Smulovitz C.. (2002). .Accountability social: La otra cara del control. Controlando la Política. Ciudadanos y Medios en las Democracias Latinoamericanas. . Buenos Aires.: Grupo Editorial Temas.
- PNUD. (2016). Auditoría a la democracia . 20/12/2016, de PNUD Sitio web: http://www.cl.undp.org/content/dam/chile/docs/gobernabilidad/undp_cl_gobernabilidad_PPTencuesta_final_2016.pdf.pdf
- Quintana A. (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa. 21/06/2015, de Universidad del Bio-Bio Sitio web: <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/3634305-Metodologia-de-Investigacion-Cualitativa-A-Quintana.pdf>

- Sampedro V, Sánchez J, Campos E. (2013). Participación ciudadana en las ciber campañas electorales. Debates teóricos y una aproximación tipológica. En Democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales . Centro de estudios políticos y constitucionales . Madrid España.
- Sartori, G. (1980). Partidos y sistemas de partidos. Madrid: Alianza Editorial.
- Scherer-Warren I. (2005). Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información. Nueva Sociedad, 196, 77-92.
- SERVEL. (2015). Participación electoral (Estadísticas). 20/12/2015, de SERVEL Sitio web: <https://www.servel.cl/participacion-electoral/>
- Setälä, M. & Gronlund, K. (2006). Parliamentary Websites: Theoretical and Comparative Perspectives. *Information Polity*, (11), 149-162.
- Transparencia Internacional Chile (2013). Transparencia en los Partidos Políticos: Revisión de experiencia internacional y propuesta de estándares de transparencia. Santiago de Chile. Transparencia internacional.
- Ugalde L. (2002). Rendición de cuentas y Democracia. El caso de Mexico. D.F Mexico: Instituto federal electoral.
- Uvalle R. (2012). Democracia, administración pública y transparencia en las políticas públicas. XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 1, 1-11.
- Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. Digital Universitaria, Volumen 14- Numero 4, 2-14.
- Valdivieso P. (2003). Capital social, crisis de la democracia y educación ciudadana. La experiencia chilena. *Revista de Sociología Política*, 21, 13-34.
- Valles M. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social. Madrid: Síntesis Sociología
- Van Dijk J. (2000). Modelos de democracia y conceptos de comunicación. Madrid: Síntesis.
- Vedel, T. (2003). “The idea of electronic democracy: origins, visions and questions”. *The Parliamentary Affairs*, Vol. 59 N^o2, 226-235.
- Von Wolfersdorff (2013). Transparencia en los Partidos Políticos: Revisión de experiencia internacional y propuesta de estándares de transparencia. 21/08/2015, de Transparencia internacional, Chile transparente Sitio web: <http://docplayer.es/13827845-Transparencia-en-los-partidos-politicos-revision-de-experiencia-internacional-y-propuesta-de-estandares-de-transparencia.html>

