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

Nicolás Cifuentes Espinosa [1]

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.

[1] Universidad de Valparaíso

PALABRAS CLAVE

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

ABSTRACT

This research was done during a debate about the relationship between information technology and communications with political processes. Presenting current theoretical reflections on the subject. It applies a method of evaluation of promotion of citizen participation and transparency of social networks of the parties and political movements with parliamentary representation in Chile in the period of 2014-2018. Having the content analysis as a foundation, the purpose is to find what efforts these political institutions' social networks perform. All of this with the intention of promoting a civic participation in the processes of public decisions and of providing information in order to make the institutions more transparent to the public.

KEYWORDS

Political parties and movements, information and communication technologies (ICTs), citizen participation and transparency.

PROBLEMATIZACIÓN

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.

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?

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.

ANTECEDENTES TEÓRICOS

Internet y redes sociales

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) 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).

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.

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).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). 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.

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. 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.

MODELO DE ANÁLISIS DEL USO DE INTERNET PARA PROMOVER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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.

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 está, 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.

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).

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.

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.

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.

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.

Transparencia ideológica y programática

Está área busca hacer visible la ideología, el pensamiento y las propuestas programáticas del partido. Para los partidos significa que sus ideas, programas y propuestas país sean conocidos por la ciudadanía.

Trasparencia en el financiamiento del partido

Está 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 Accontability

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.

METODOLOGÍA

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. 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, 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.

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. La muestra de la investigación 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 desde noviembre 2015 hasta mayo 2016 en función del orden en que se realizaba el levantamiento de información.

Como técnica de producción de datos se utiliza la recopilación documental que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. En el caso de esta investigación los documentos son de tipo virtual, un tipo de documento para el que existe un estado no persistente. 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.

MATRICES DE OBSERVACIÓN

Promoción de Participación Ciudadana en internet

Nivel	Unidades de Contenidos
Informar	-Presencia en redes sociales abiertas
	-Disponibilidad de información online
	- Difusión de contenido (programático u ideológico de la organización)
	-Calendario de actividades de participación
	-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
	-Dialogo con usuarios de redes
	-Dialogo con otras instituciones online

Deliberar	-Realización de encuestas de opinión
	Interactividad
	-Capacidad de respuesta
Decidir	-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.
	-Publicidad a las propuestas de sociedad civil

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

Promoción de la Transparencia a través de internet

Área de transparencia	Unidades de contenido
Transparencia en estructura	Publicación de algún medio de contacto con 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.).
Transparencia en financiamiento y vínculos con terceros	Publicación ligada con información financiera de la organización.
Rendición de cuentas Accontability	Justificación oral o escrita de eventos o situaciones particulares

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

CONCLUSIONES

En relación a la pregunta de cómo promueven la participación ciudadana y la transparencia en sus redes sociales digitales los movimientos y partidos politicos 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 infamia 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 si 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 politicos 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 politicas 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.

Recebido em 12/09/2018

Aprovado em 28/12/2018

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, J. **Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales**. *Culturales*, *1*(2), 2013. 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. **Dimensions and approaches for the evaluation of e-democracy.** Estrasburgo: Document CAHDE, 2008.

BENTIVEGNA, S. **Repensar la política en el mundo de las TIC**. European Journal of Communication, 21, 2006 337-343.

BORGE, R. **La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación**. *Internet, Derecho y Política* (1). 2005. Recuperado de http://www.uoc.edu

BREINDL, Y. **Crítica de las potencialidades democráticas de internet: una revisión de la teoría y la práctica actual**. Triple C: Cognición, Comunicación, Cooperación. 8 (1), 2010, 43-59.

CALVACHE, M. **Ciberactivismo de movimientos políticos y sociales en Ecuador**. Informe de estudio. 2010. 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). **Estudio Nacional de Opinión Pública**, N° 73 Abril 2015. Sitio web: http://www.cepchile.cl/dms/archivo_5916_3714/EncuestaCEP_Abril2015.pdf. 2015. 22/03/2015.

CORONA, J. **Etnografía de lo virtual: Experiencias y aprendizajes de una propuesta mitológica para investigar internet**. Razón y palabra, 82, 1-16. 2013.

CRESPO, I. Comunicación política 2.0. **Más poder local**, 3, 2010.

DE UGARTE, D. **El poder de las redes**. Grupo Cooperación de las indias. 2007. Sitio web: http://lasindias.com/indianopedia/el-poder-de-las-redes. 27/03/2015

ESTEVE, M; BORGE, R. **Centralización de las decisiones e interacción online en las paginas web y Facebook**. CIU, ERC y el PSC. 2013.

FERNANDEZ Y PANIAGUA. **Poder de las redes sociales n la política y los movimientos sociales** . 2013. 25/04/2015, de Asociación Latinoamericana de investigadores de Campañas electorales Sitio web: http://www.alicecomunicacionpolitica.com/files/ponencias/240-F500009ce2401342179790-ponencia-1.pdf

FLORES, J**. Las redes sociales**. Universidad de San Martin 2010. Sitio web: http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf. 2/01/2015.

FUCHS, C. **Retos para la democracia Medios sociales y esfera pública**. TELOS. 2014 Sitio web: https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2014062614030004&idioma=es. 8-1-2015.

GIRALDO, L. **Democracia Electrónica: El estado de la cuestión**. Barcelona. España: Universidad Autónoma de Barcelona. 2009

_____ 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. 2012.

GONZÁLEZ, B y HENRÍQUEZ, G. **El rol de las redes sociales en la última campaña presidencial chilena**. 2012, de Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales Sitio web: http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=233-F5000097a2331342179706-ponencia-1.pdf. 22/03/2015.

HARO, C; SAMPEDRO, V; SANCHEZ, J. **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. 2013.

HERNÁNDEZ, M. **Comunicación política en redes sociales caso: Paginas 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: https://goo.gl/WXXgvm. 2013.

ILLANES, R y OYANEDEL S**. Publicidad e Internet: El desafío del mensaje virtual.** Santiago de Chile: Universidad Diego Portales. 2001.

LATINOBAROMETRO. Informe 2013. 20/10/2015, de Latinobarometro Sitio web:http://www.latinobarometro.org/documentos/LATBD_INFORME_LB_2013 .pdfLópez G. (2010). Nuevas herramientas para hacer política en internet. Más poder local, 3, 10-11. 2013. Copiado: 20/10/2015.

LATINOBAROMETRO. **La confianza en América Latina 1995-2015 20 años de opinión pública Latinoamericana.** Latinobarometro, Sitio web: http://www.latinobarometro.org/latNewsShow.jsp. 2015. 2/08/2015.

MACINTOSH, A. **Caracterización de e- Participación en la decisión de políticas**. Scotland: Universidad Napier. 2004.

ONU. **Encuesta E-gobierno 2008. Desde el e-gobierno a la gobernanza conectada.** Nueva York: Naciones Unidas. 2008.

ONU. **Encuesta E-gobierno 2010. Nivelando el gobierno electrónico en tiempos de crisis financiera y económica.** Nueva York: Naciones Unidas. 2010.

PARAMIO, L. **Partidos y democracia**. Controversia, 196, 2011.

PASQUINO, G. Conferencia "Democracia, Participación y Crisis de Representación". Escuela de Ciencia Política de la Universidad Diego Portales y la Asociación de Ciencia Política de Chile. 2012.

PERRAMON, J. **La transparencia: concepto, evolución y retos actuales**. Barcelona School of Management - Universitat Pompeu Fabra Sitio web: http://www.accid.org/revista/documents/La_transparencia._Concepto,_evolucion_y_retos_actuales.pdf 2013. 2/08/2015.

PERUZZOTTI, E. y SMULOVITZ, C. **Accountability social: La otra cara del control.** Controlando la Política. Ciudadanos y Medios en las Democracias Latinoamericanas. Buenos Aires: Grupo Editorial Temas. 2002.

PNUD. **Auditoría a la democracia**. PNUD Sitio web: http://www.cl.undp.org/content/dam/chile/docs/gobernabilidad/undp_cl_gobernabilidad_PPTencuesta_final_2016.pdf.pdf. 2016. 20/12/2016

SERVEL. Participación electoral (Estadísticas). SERVEL Sitio web: https://www.servel.cl/participacion-electoral/ 2015. 20/!2/2015

SETÄLÄ, M. & GRONLÜND, K. **Parliamentary Websites: Theoretical and Comparative Perspectives**. *Information Polity*, (11). 2006.

TRANSPARENCIA INTERNACIONAL CHILE. **Transparencia en los Partidos Políticos: Revisión de experiencia internacional y propuesta de estándares de transparencia.** Santiago de Chile. Transparencia internacional. 2013.

VEDEL, T. **The idea of electronic democracy: origens, visions and questions.** The Parliamentary Affairs, Vol. 59 Nª2. 2003.

VON WOLFERSDORFF. **Transparencia en los Partidos Políticos: Revisión de experiencia internacional y propuesta de estándares de transparencia.** 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 2013. 21/08/2015.