

e- POLÍTICA EN COSTA RICA

El presente capítulo explora, en términos generales, las expectativas que genera el uso de las diferentes tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la política y en particular, el uso que se hace de ellas en la política costarricense. En esta exploración, se da un especial énfasis al uso de Internet y de sus herramientas, por ser considerada ésta como la más reciente innovación tecnológica de la comunicación y la información.

La estructura que da contenido a este capítulo inicia con una reflexión sobre la relación entre la política y las TIC, pasando por una definición operativa de *e-política* hasta lo que se entiende por ciberdemocracia. Se trabaja a lo largo de la investigación sobre conceptos, usos y potencial de Internet en la política así como se señalan las limitaciones de ésta en la aspiración democratizadora de la participación ciudadana, que se le asocia.

En segundo lugar, se presentan los datos obtenidos por medio de un sondeo realizado durante el mes de octubre y noviembre del 2008 a los actores clave seleccionados: diputados, asesores parlamentarios, miembros de los partidos políticos (Directorios Y Comités Ejecutivos) y funcionarios de la Asamblea Legislativa (AL) y del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE).

Al final, se suma un breve apartado de consideraciones generales y las fuentes de información consultadas.

10.1 LA e-POLÍTICA: RELACIÓN ENTRE LA POLÍTICA Y LAS TIC

Antes de definir lo que se entenderá por e-política, es importante señalar que este concepto surge de la relación que podemos establecer entre la “política” a secas y las TIC, especialmente Internet y las herramientas que esta tiene

a disposición de las “mayorías”, las que a su vez son entendidas como aquellas personas que además de tener acceso a la *Web*, por supuesto, tienen las destrezas y el conocimiento para usar dichas herramientas y además, las utilizan con sentido político, es decir, de manera estratégica, ya sea para influir, informarse o informar, decidir y/o para movilizar, entre otras acciones propias de la actividad política. Note que de primera entrada, el concepto se restringe en alcance, es por esto que el presente estudio se limita a explorar las expectativas que plantea el uso de las TIC en la política y el uso concreto que se hace de estas en la política costarricense.

Se habla de expectativas porque para el caso de Costa Rica —que no es la excepción en la región centroamericana— existen una serie de limitaciones tanto de acceso como de equipamiento de aparatos necesarios para el uso de Internet —por lo menos de manera masiva— como para afirmar que en el país se hace un uso sistematizado y masivo de Internet —asociado a la democratización de la participación—.

Así las cosas, la investigación explora entonces el uso de las TIC y las expectativas que estas generan en los dos grandes procesos políticos que incluye la política. Si se entiende por política “el arte de gobernar” entonces, interesa el proceso propiamente de “gobierno” y el proceso de la competencia por el poder para llegar al gobierno, es decir, los procesos electorales. Si bien no se pretende polemizar sobre el discutido concepto de “política”, se ha tomado la acepción más restringida por cumplir con nuestros propósitos introductorios.

Por un lado, el proceso de gobernar obliga, no sólo, a emprender acciones encaminadas a la administración de la *polis* —concebida esta como la “ciudad-estado”,¹ sino que estas acciones —incluye decisiones y actos— deben ser orientadas hacia la consecución del “bien

común”, otro polémico concepto que resulta suficiente, para los efectos del capítulo, asociarlo a las condiciones necesarias que garantizan un bienestar determinado a la población que forma parte de la *polis*, es decir, a los ciudadanos. En este proceso político se involucra un tejido de relaciones de poder entre los tres principales poderes de la República, a saber: el Poder Legislativo, el Poder Judicial y el Poder Ejecutivo y una serie de principios por cumplir tales como: la rendición de cuentas, el cumplimiento de promesas de campaña, el control político entre los poderes y el que hace la ciudadanía organizada, entre otras exigencias de las democracias contemporáneas.

El segundo gran proceso que contempla la política es aquel que remite a las luchas y competencias por la consecución del poder, en los regímenes democráticos, esta competencia por el poder —que puede ser local, nacional, distrital, regional, etc.—, se hace a través de elecciones periódicas (campañas electorales). Estas campañas deben cumplir con una serie de normativas, las cuales a su vez, son ejecutadas por instituciones especializadas como los Tribunales Electorales, que existen —en principio— en todos los países del mundo democrático y cuyo

1 La ciencia política cuenta con varios siglos de estudio y de discusión sobre conceptos tales como *polis* o política pero dado que no es el objetivo de la presente investigación discutir sobre la validez y profundidad de los términos, se advierte que, a manera de referencia se revisó el Diccionario de Política dirigido por Bobbio y Matteucci, redactado por Pasquino, en su versión en español de 1982. Una breve cita del autor sobre el origen del término política resulta ilustrativo: “...el término *p.* (entiéndase política) ha sido transmitido por influjo de la gran obra de Aristóteles titulada *Política*, que debe ser considerada como el primer tratado sobre la naturaleza, funciones, las divisiones del estado y sobre las varias formas de gobierno, predominantemente en el significado de arte o ciencia del gobierno, es decir de reflexión, sin importar si con intenciones meramente descriptivas o incluso prescriptivas (...) sobre las cosas de la ciudad.” (p. 1240)

propósito principal es ser garantes de la transparencia y pureza de dichos procesos.

Como se sugiere en los párrafos anteriores, la política, asociada a estos dos procesos, el de gobierno y el de la competencia por el poder, se vincula de manera irrestricta con la ciudadanía, sin ella, su accionar no tendría sentido alguno. Es en este punto que adquiere relevancia el presente estudio.

Si la política busca básicamente satisfacer las demandas ciudadanas, lograr que la ciudadanía tenga las mejores condiciones para obtener ciertos niveles de bienestar previamente definidos y que ésta tenga una certeza de igualdad de participación a la hora de decidir sobre quiénes serán sus gobernantes y sobre los asuntos de interés público; las formas, herramientas y estrategias de comunicación con la ciudadanía, entre la ciudadanía misma y de la ciudadanía con el Estado adquieren una importancia inusitada, aún más cuando tenemos en cuenta que las sociedades son cada vez más amplias (sociedades masivas) y heterogéneas (compuesta por grupos diferenciados con intereses particulares) a la vez que aspiran, también en principio, a ser cada vez más inclusivas y participativas.

Es así como resulta de interés para el presente estudio, interrogar a los actores clave de los procesos políticos mencionados sobre el uso de las TIC que hacen, para llevar a cabo las tareas propias de la actividad política y las expectativas que se producen a propósito del uso actual y potencial de las herramientas de Internet. En el recuadro 10.1 se amplía sobre la definición de las TIC.

Las TIC son entendidas como aquellos medios y herramientas que permiten, facilitan y potencian, a la vez, la comunicación masiva y la individual. La primera entendida como el

intercambio de mensajes transmitidos a gran escala, dirigidos a amplios públicos, de manera simultánea, con posibilidad de ser repetidos, almacenados y desterritorializados mientras que la segunda, la individual, remite al intercambio de mensajes también pero entre individuos, como una tradicional conversación *tête à tête* pero mediado por soportes tecnológicos que permiten también el almacenaje, la reproducción de los mismos y la transmisión a miles de kilómetros de distancia, a través de un *chat*² con una cámara digital, por ejemplo.

Por tanto, entendidas las TIC como tales, éstas son de gran interés estratégico para la política, o al menos así se espera, dado que no sólo ofrecen la posibilidad de transmitir mensajes a gran escala como los medios de comunicación tradicionales, sino que permiten producir mensajes, transformarlos y generar debate, entre otras actividades vitales para la democracia, a la vez que multiplican los canales por medio de los cuales se comunican las decisiones que se toman en nombre de los ciudadanos —con el fin de ganar legitimidad del ejercicio del poder o se consultan las mismas decisiones o las designaciones de los representantes mismos. Las TIC tienen la posibilidad de convertirse en canales de doble vía, es decir, ya no sólo se utilizan para llegar a la ciudadanía, sino que la ciudadanía ha empezado a utilizarlas para llegar a las instituciones y a sus representantes, así como para enviar mensajes a quienes aspiran a ser sus representantes.

Hay que señalar que con la aparición de Internet, se cifran aún más esperanzas en lo que a democratización de la participación se refiere, ya que esta ofrece herramientas de fácil mani-

2 Se entiende por *Chat* una conversación virtual, un intercambio de mensajes entre individuos que se hace por medio de un “cuarto virtual” (plataforma tecnológica), por lo general se conversa por escrito.

pulación, a muy bajo costo y con alcance global —es posible poner a circular mensajes políticos de toda índole y con formatos muy diversos, desde el verbal hasta el audiovisual, entre públicos globales— lo que ha hecho que surjan conceptos tales como “periodismo ciudadano”, participación 2.0, cibernautas o internautas, entre otros.

El evento más reciente, en el marco del desarrollo de este estudio, que habla de este fenómeno conocido como ciberdemocracia, es la elección presidencial en los Estados Unidos (noviembre 2008). En los principales titulares del mundo han aparecido términos como el “Presidente 2.0”, se habla del primer *ciberpresident* del orbe, haciendo alusión a la elección del demócrata estadounidense Barack H. Obama, quien utilizó, de manera sistemática las herramientas de Internet en su campaña electoral (*blogs*, página *Web*, realizó *fund raising* en línea, contactó redes sociales —*facebook*, *Hi5*, *myspace*, utilizó canales de video como *Youtube*, entre otras)

porcionalmente hablando, frente a los más de 300 millones de personas que conforman el país, sin embargo, esta cantidad de usuarios crece a diario, si se ingresa en este momento a cualquiera de los enlaces, puede notar que el número ha aumentado, a pesar que ya el proceso electoral culminó, lo que indica que el crecimiento de la participación en estas redes es de tipo exponencial, por lo que es posible prever un crecimiento cada vez mayor.

A cada una de estas transformaciones tecnológicas de la comunicación y la información —que van de la radio a Internet, pasando por la televisión, se le han asociado estrategias políticas de utilización y consecuencias determinadas, tanto para el proceso de comunicación política como para las conductas y respuestas ciudadanas. En la mayoría de los casos, los estudios apuntan a valorar las consecuencias y usos de las TIC en política de acuerdo a la contribución o no que hacen al fortalecimiento de los sistemas democráticos.

Cuadro 10.1

Simpatizantes de Barack Obama en línea -redes sociales, videos, Web y fotografía-

Herramienta	Cantidad*	Fuente
<i>Facebook</i> (Red social)	3.180.308	http://www.new.facebook.com/barackobama
<i>Twitter</i> (Red social)	134.637	http://twitter.com/BarackObama
<i>Myspace</i> (Red social)	995.328	http://www.myspace.com/barackobama
<i>myBarackObama</i> (Website)	ND*	http://my.barackobama.com/page
<i>Flickr</i> (Website de imágenes)	7.137	http://www.flickr.com/people/barackobamadotcom/
<i>YouTube</i> (Website videos)	142.530	http://es.youtube.com/barackobama

* Cantidad de usuarios, seguidores o suscriptores.

Fuente: Colaboración de Adriana Sánchez, Cooperativa Sulá Batsù R.L. con base en la información que aparece en las páginas de cada enlace. [Consultadas el 20 de noviembre del 2008]

Como se muestra en el Cuadro 10.1 la cantidad de simpatizantes del Presidente electo de los Estados Unidos es quizás poca pro-

Por ejemplo, el uso que se hizo de la radio para cuestiones estratégico-militares durante la Segunda Guerra Mundial, si bien dejó un legado

nefasto sobre el poder del uso de la propaganda en regímenes “cerrados” como el totalitarismo Nazi, las lecciones aprendidas sobre la propaganda permitieron abrir los ojos frente al poder de los mensajes sistemáticos, constantes, repetitivos sin competencia con otros discursos antagónicos.

Por su parte, la televisión facilitó la producción y circulación de mensajes políticos masivos, que de alguna manera, facilitaron la tarea de los gobernantes, de convencer e informar a la ciudadanía así como la tarea de persuasión de los aspirantes al poder. Sin embargo, la principal queja de la “teledemocracia”³ es su naturaleza unidireccional en lo que a circulación de mensajes se refiere, lo costosa que es su producción y trasmisión y la lógica homogenizante y mercantil bajo la cual funciona.

Existe una percepción popularizada sobre el uso de Internet y sus herramientas en política, se asocia, como se señaló más arriba, con una posible “democratización” de la participación ciudadana, dado el funcionamiento de redes que facilita y el comportamiento “viral” que esta presenta en materia de circulación y transformación de la información. Sin embargo, esta idea debe ser tomada con pinzas ya que tiene dos aspectos que forman parte de un

mismo objeto, es decir, la participación. Es importante interrogarse por un lado, cómo participa la ciudadanía desde la red (redes de Internet) y con qué objetivo, no toda actividad en línea, es participación ciudadana.

Por un lado, el potencial democratizador de Internet residiría básicamente en el porcentaje de personas que tienen acceso a la misma. Y según datos de RACSA⁴, para mayo del 2008, *el 39% de la población [costarricense] utiliza Internet, es decir, millón seiscientos mil personas aproximadamente*. Si bien este porcentaje ha aumentado de manera exponencial desde el año 2004 y como también lo señala la misma fuente, está por encima del promedio mundial (21%), no es suficiente para pensar que la red es democrática, lo que sí parece posible es la aspiración de lograr que un 100% de la población tenga acceso a Internet, en un futuro cercano.

Es de señalar que esto de los datos es un poco caprichoso, ya que si tomamos los datos del INEC sobre la encuesta de hogares del 2007, vemos que sólo el 11.6% de los hogares tienen conexión a Internet,⁵ lo que permite mediar la reflexión y plantear el otro lado del asunto. Para la participación ciudadana no basta con tener acceso a la red, sino que este debe ir acompañado de la libertad de uso, es por ello que más arriba se mencionó el cómo y el para qué de la participación. No sería posible la participación ciudadana, por ejemplo, para un empleado que tiene acceso a Internet en su trabajo, dado que el activismo en línea requiere de tiempo, dedicación y libertad de acción, además del acceso, que es necesario pero no suficiente.

Otro aspecto interesante de señalar sería la necesidad de relacionar estos datos del “39% de costarricenses que utilizan Internet” y el “11.6% de hogares con conexión” con los 2.738.542 votantes inscritos en el padrón electoral costarricense, según datos oficiales del

3 Para profundizar sobre este aspecto revisar Sartori, Giovanni. *Homo Videns: La sociedad Teledirigida*. Madrid: Taurus. 1998.

4 Radiográfica Costarricense S.A. (RACSA). 39% de la población utiliza Internet. [en línea] San José, Costa Rica: RACSA. [documento consultado el 12/11/08] Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.racsa.co.cr/comunicados/poblacion_internet/index.html#1

5 Datos tomados de la página oficial del INEC [consultado el 9 de diciembre del 2008] producidos a partir del porcentaje que representa el total de hogares con conexión frente al total de hogares. Disponible en: <http://www.inec.go.cr/body.htm>

TSE.⁶ Lo interesante de esto es que, bajo cualquier premisa, los porcentajes siguen siendo bajos como para considerar a Internet una herramienta democratizadora de la participación ciudadana, sin duda es posible afirmar que su uso sigue reservado a una élite, a lo que algunos autores han llamado un *apartheid tecnológico*.⁷ Existen numerosos estudios sobre este tema, sin embargo se sugiere revisar el material elaborado por el investigador español Javier del Rey Morató, quien escribe desde un enfoque de la teoría de juegos sobre la comunicación política en términos generales y en particular, sobre la transición de la *teledemocracia* a la *ciberdemocracia*.⁸

Así las cosas, entonces ¿qué sería la e-política? Se considera la e-política como la incursión de los actores políticos clave en el uso de Internet y de sus herramientas para el desarrollo parcial o total de los dos procesos políticos macro: el de gobierno y el de la competencia y elección de los representantes al poder.

Sin embargo, dado que el uso de Internet en política es un evento muy reciente en Costa Rica y como bien se señaló, el acceso es aún bastante limitado, la presente investigación únicamente explora el uso que hacen esos actores políticos en ambos procesos, con el fin de identificar qué tipo de actividades llevan a cabo

por medio de la red, con qué condiciones cuentan para lograrlo y cuáles son las expectativas de uso que tienen, principalmente para las elecciones del 2010. Vale indicar que en el estudio sólo se incluyen actores del poder legislativo (ver apartado sobre metodología), ya que el uso de las TIC en los otros dos poderes de la República son estudiados en capítulos aparte: el capítulo de E-Justicia y el de Gobierno Digital. Por su parte, el TSE se incluye por su papel destacado en el desarrollo y manejo de uno de los procesos políticos macro, mientras que a los partidos políticos se les incluye, por ser uno de los principales actores de ese proceso. Finalmente, se suman las acciones en línea de la ciudadanía durante el proceso de *referéndum* 2007, como otro de los actores clave y a manera de ejemplo concreto del uso que se hace de las herramientas de la *Web* 2.0 en una campaña.

La selección de los actores clave, de los instrumentos de registro y de las limitaciones encontradas en la obtención de la información, se explican en el apartado siguiente, el cual contempla los aspectos metodológicos principales.

10.2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

El capítulo de E-Política presenta los resultados de un estudio exploratorio que tuvo como base un sondeo de opinión realizado durante los meses de octubre y noviembre del 2008 y una búsqueda de información que se obtuvo a partir de la revisión de literatura referente al tema (las fuentes utilizadas se mencionan al final de capítulo). El sondeo correspondió a la aplicación de 4 cuestionarios a los siguientes actores políticos: diputados, asesores parlamentarios, miembros de los partidos políticos (Directorios y Comités Ejecutivos), personas encargadas de las páginas *Web* de los partidos políticos, de la

6 Datos tomados del la página oficial del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE). [en línea] Departamento de informática. Sistema Integrado de Información. [datos consultados el 12/11/08] Disponibles en: http://www.tse.go.cr/pdf/sumaria_p.pdf

7 Mattelart, Armand. El derecho social a la información. [No.37, 2003. *Le Monde Diplomatique*, Chile. Pp.29-35] En Castells *et al.* La nueva Comunicación. Selección de artículos de *Le Monde Diplomatique*. Santiago: Aun creemos en los sueños. 2006. p.31.

8 Sobre el tema ver el texto de: Rey Morató, Javier del. Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocr@cia. Madrid: Tecnos. 2007.

Asamblea Legislativa (<http://www.asamblea.go.cr/>) y la del TSE, así como dos entrevistas a funcionarios del TSE.

tiene información “actualizada y muy útil” mientras que el otro miembro señala que su partido “no tiene página Web”.

Cuadro 10.2

Cuestionarios recibidos de Informantes -diputados, asesores, directorios políticos y webmaster-

Informantes políticos	Partidos Políticos con representación*						
	PASE	PAC	PFA	PLN	PML	PAREN	PUSC
Diputados	1	5	1	5	1	1	5
Asesores	2	19	3	13	4	4	12
Directorio Político	1	1	3	2	1	2	1
Webmaster o encargado	1	1	1	1	1	-	NR**

* El partido Unión Nacional (PUN) obtuvo una curul para el periodo en estudio, sin embargo, el partido no se incluye porque el único diputado con que contaba se declaró independiente.

** No Responde. No fue posible contactar al encargado de la página del PUSC.

Fuente: Elaboración propia con base en los cuestionarios contestados durante el mes de octubre y noviembre 2008

Se envió un cuestionario a todos los diputados y asesores de la Asamblea Legislativa a excepción de los tres diputados declarados “independientes”⁹. Se trabajó con 54 diputados y con un universo de 108 asesores,¹⁰ calculando dos asesores por despacho. La cantidad de respuestas de ambos grupos se muestra en el cuadro 10.2.

Por su parte, se aplicó un cuestionario a todos los miembros de los directorios políticos de los diferentes partidos, cuyas respuestas son registradas también en el cuadro 10.2. Note que hubo una baja respuesta, al menos uno de cada partido político respondió. En la tabla 10.1 se muestra la variedad del universo de estas respuestas. En dos casos se registran respuestas totalmente divergentes entre partidarios de una misma agrupación. Por ejemplo, en un caso se afirma que la página *Web* del partido

En el cuadro 10.3 también se registra que la mayoría de los que participaron en el sondeo eran hombres mayores de 50 años, dicho dato puede dar una idea de la posible brecha de género en el uso de las TIC en los partidos

9 Entiéndase por “independientes” aquellos diputados que fueron electos por voluntad popular a través de una papeleta partidaria pero que, por motivos diversos, en un momento determinado de la legislatura renuncian al partido que los postuló para el escaño y continúan ejerciendo el cargo de manera “independiente”, sin seguir una línea partidaria determinada.

10 Se estima que en la Asamblea Legislativa trabajan en calidad de asesores y asesoras parlamentarias un total de 334 funcionarios distribuidos por despacho y fracción parlamentaria, según datos del Departamento de Recursos Humanos. Comunicación verbal con el Lic. Edgar Coto Grijalba, profesional del Área de Provisión y Aplicación del Recurso Humano; ecoto@asamblea.go.cr Consulta hecha el 9 de octubre del 2008. San José, Costa Rica: Asamblea Legislativa.

Cuadro 10.3

Miembros de Directorio Político o Comité Ejecutivo -por partido político, sexo, edad y puesto-

Partido Político	Sexo		Puesto	Edad
	H	M		
PASE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Secretaría General del Partido	SD*
PAC	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Secretaría General del Partido	+50
PFA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Presidencia del Partido	+50
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tesorería del Partido	+50
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Vicepresidencia del Partido	+50
PLN	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Delegado Nacional	SD*
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Subsecretario de Comunicación y Propaganda	49
PML	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Vocalía Suplente	39
PAREN	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Vocalía	SD*
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Secretaría General del Partido	39
PUSC	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Presidencia del Partido	+50

Fuente: Elaboración propia con base en cuestionarios contestados por miembros de directorios políticos y comités ejecutivos de los partidos políticos en estudio.

* Sin dato

políticos, a la vez que habla de la condición etárea de quienes contestaron. Sin embargo, es de anotar que los que respondieron ocupan cargos de cierta importancia en las cúpulas partidarias, lo que permite compensar la baja respuesta, asumiendo que esto es un indicador de confiabilidad de la fuente de información.

La información principal del TSE se obtiene del cuestionario que respondió el encargado de la página de la institución (<http://www.tse.go.cr/>) así como de una entrevista al Coordinador de “Programas Electorales” y al encargado del departamento de “Tecnologías de la información y la Comunicación” (realizadas ambas el 21/10/08 en la sede central del TSE).

10. 3 ASAMBLEA LEGISLATIVA: USOS Y EXPECTATIVAS DE INTERNET

Según el sondeo realizado entre los diputados y asesores parlamentarios, se muestra como principal dato que: Internet, en términos generales, es utilizada por casi un 100% de quienes respondieron así como que casi todos tienen al menos un buzón de correo electrónico institucional y que el correo electrónico es el instrumento de Internet más utilizado por los sondeados.

11 Forma parte del equipo de investigación de la Cooperativa Sulá Batsú R.L. (www.sulabatsu.com) la cual trabaja entre otros temas, el “Impacto social de las TIC”.

Sin embargo, es útil y pertinente mirar los datos que arroja el sondeo, respecto al uso que se le da a Internet según cada actor, las valoraciones que se hacen de este uso y las expectativas que Internet genera en materia de organización de campañas, participación ciudadana y contacto con la ciudadanía en general y con otros actores políticos.

10.3.1 Usos de Internet entre Diputados y Asesores parlamentarios

Si observamos el uso de las herramientas como las páginas *Web* y/o *blogs*,¹² los foros de discusión, los boletines en línea entre otras, se empiezan a marcar las diferencias de utilización entre diputados y asesores. Por ejemplo, entre asesores parlamentarios, alrededor del 80% utilizan páginas *Web* para el desempeño de las labores propias del cargo, así mismo, alrededor de la mitad de ellos utilizan foros de discusión y boletines en línea. La herramienta menos utilizada por este grupo de actores parlamentarios es el *blog*, sólo el 28% lo utilizan para llevar a cabo sus labores.

Resulta de interés señalar que la explosión de la “*blogsfera*” es un fenómeno relativamente reciente, un dato confiable que confirma lo anterior, aparece en el Informe *eEspaña*, de la Fundación Orange, en él se menciona que el “año 2005 se ha consagrado como ”el año de la visibilidad social de los *blogs*“ en España [...]”.¹³ Lo anterior nos permite inferir que el limitado uso que hacen los asesores parlamentarios de los *blogs* está a tono con el ritmo de expansión del fenómeno mismo, es decir, que la apropiación de estos instrumentos en línea y su respectiva incorporación para el desempeño de las tareas profesionales, toma su tiempo.

Por su parte, entre los diputados destaca que el 61% indican tener una página *Web* en la plataforma de la Asamblea Legislativa, mientras

que tan sólo el 28% tiene una página *Web* en otro lugar. La mayoría de estos diputados que tienen página *Web*, distinta a la del Parlamento, son hombres y la frecuencia con que la actualizan es muy variada, oscila entre actualizaciones semanales hasta mensuales. Sin embargo, todos los diputados que manifiestan tener una *Web*, sin excepción, señalaron que son los asesores quienes las actualizan. Resulta interesante de explorar si esta asignación de tareas entre los asesores parlamentarios se debe a la escasez de tiempo con que trabajan los parlamentarios o si es por falta de conocimientos y destrezas “en línea”. Lo anterior sugiere, en ambos casos, que los asesores ocupan un lugar estratégico en materia de influencia sobre los contenidos de las mismas así como el tipo de contacto que permiten con la ciudadanía a través de estas páginas. Por otra parte, poco más de la mitad (57%) de los diputados cuentan con un correo electrónico distinto al institucional.

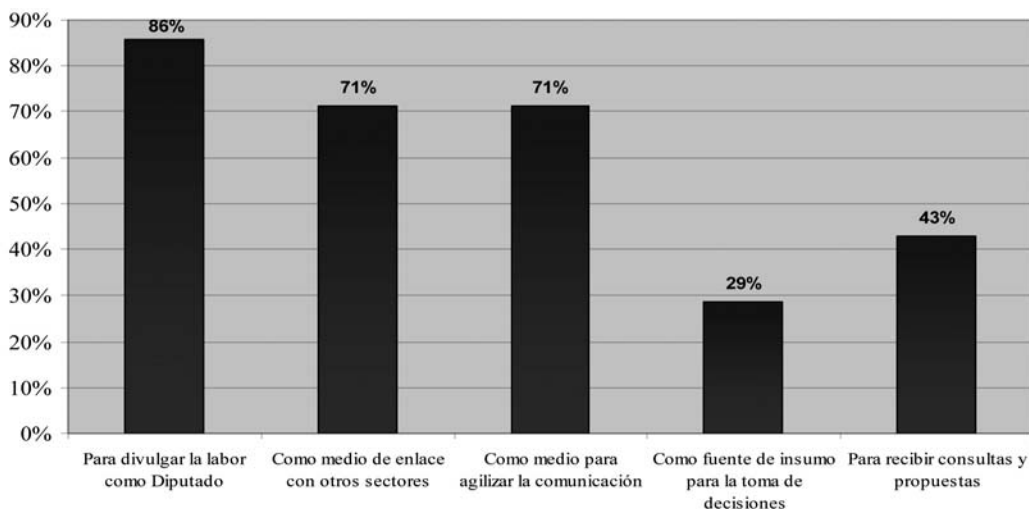
12 Para mayor información sobre estas herramientas en línea, revisar el texto de Francis Pisani. “La locura de los *Weblogs* invade Internet.” [No.33, agosto 2003. *Le Monde Diplomatique*, Chile. PP. 45-50] En Castells *et al.* La nueva Comunicación. Selección de artículos de *Le Monde Diplomatique*. Santiago: Aun creemos en los sueños. 2006. Se suma un extracto del texto que habla del origen “etimológico” de la palabra *Blog*: “... es la abreviatura de *Weblog*, que puede traducirse como “diario de a bordo en la red” [...] son diarios personales en línea realizados con programas sencillos que permiten tipear un texto en la computadora y, al conectarse, enviarlo instantáneamente para que se publiquen en una página web construida para tal efecto. [...] Los *warblogs* o “diarios de guerra” surgieron después del 11 de setiembre de 2001 por iniciativa de comentaristas conservadores que querían un enfoque aun mas patriótico que el de los grandes medios de comunicación [...]” (p.46.)

13 Fundación *France Telecom* España. *eEspaña*. Informe Anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España. [en línea]. España: Fundación *France Telecom*. 2006. p. 118. [Consultado el 24 de octubre del 08]. Disponible en la página oficial de la Fundación Orange en el siguiente enlace: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_251_6.asp

De alguna manera, estos datos evidencian la incursión de la mayoría de los parlamentarios y asesores en el denominado “ciberespacio”, utilizando dos de las más “antiguas” herramientas

mativas y no interactivas, dado que las otras dos opciones de respuesta fueron mayoritariamente menos señaladas, ambas acciones implican más receptividad que envío.

Gráfico 10.1
Diputados ¿Con qué finalidad creó la página Web?



Fuente: Elaboración propia con base en sondeo a diputados entre octubre y noviembre del 2008.

de Internet, si es posible hablar de antigüedades en este mundo tan “reciente”: el correo electrónico y las páginas *Web*.

Entre las respuestas más mencionadas sobre los motivos que llevaron a los diputados a crear sus páginas destacan: por una parte, para “divulgar la labor como diputado” (86%) y por otra, “como medio de enlace con otros sectores” así como “un medio para agilizar la comunicación” (71% -igual porcentaje para las dos últimas opciones-). Como se muestra en el gráfico 10.1, los tres motivos más mencionados se refieren a acciones de comunicación que pueden hacerse en una sola vía, como es divulgar la labor, contactar a otros sectores o bien agilizar la comunicación hacia los “otros”. Lo anterior sugiere que las acciones en línea de los diputados se concentran en actividades infor-

De igual manera, destacan como principales motivos para la no tenencia de una página *Web* entre los diputados, los siguientes: “Porque no he tenido tiempo para desarrollarla” (27.3%) y “porque ya tengo una en la Asamblea Legislativa” (36.4%).

Al interrogar a los asesores sobre las actividades que realizan en Internet, un poco más de la mitad (54%) manifiestan que participan en foros de discusión en la red. Un porcentaje similar utilizan todos los días Internet para llevar a cabo tareas tales como coordinar proyectos o coordinar con los diputados y otros asesores (53%), de ellos el 70% son jóvenes menores de 35 años y la mayoría son mujeres.

Otras de las tareas que los asesores (54%) realizan a diario por Internet es la de responder

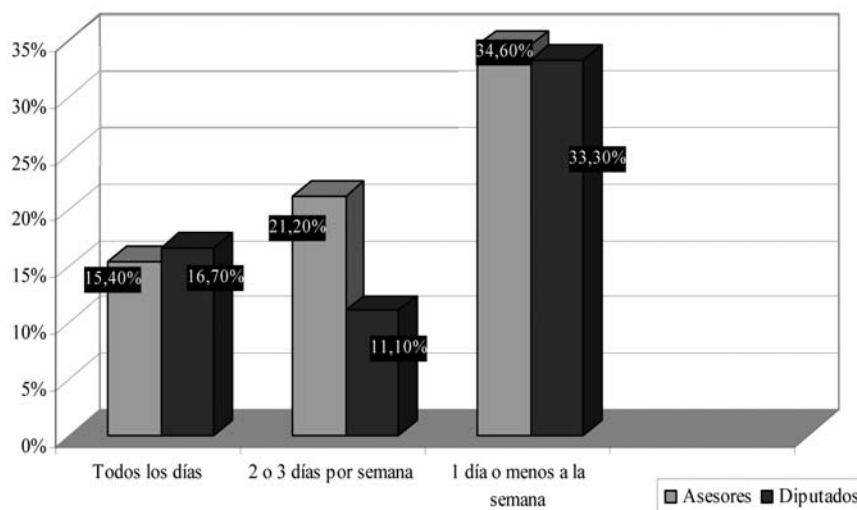
consultas e inquietudes, entre éstos destacan mayoritariamente los funcionarios con edades entre los 36 y 45 años. Y un mismo porcentaje de asesores realiza consultas por Internet todos los días sobre propuestas y proyectos legislativos. Alrededor del 95% de los asesores coordinan proyectos con otros diputados y asesores por medio de Internet, de estos, el 54% realizan esta tarea de manera cotidiana. En el caso de los diputados el porcentaje que utiliza Internet para atender consultas es menor, aunque significativo también, el 72%, pero sólo el 56% lo hace de manera cotidiana.

diaria, reportada arriba, que se concentra en el intercambio de información y de coordinación.

Por su parte, el 61% de los diputados señalan que utilizan la red para rendir cuentas y al igual que los asesores, la mayor cantidad de respuestas se concentran entre aquellos que manifiestan rendir cuentas por esta vía, al menos un día o menos a la semana (33%). El gráfico 10.2 muestra estos datos sobre la utilización de Internet que hacen ambos actores para rendir cuentas.

Gráfico 10.2

Diputados y asesores. Utilización de Internet para rendir cuentas



Fuente: Elaboración propia con base en sondeo a diputados y asesores parlamentarios entre octubre y noviembre del 2008.

Cuando se trata de “rendir cuentas”, el comportamiento en Internet cambia tanto para asesores parlamentarios como para diputados. Si bien un 71% de los asesores admite que utiliza Internet para rendir cuentas, este porcentaje no lo hace diariamente, la mitad de ellos (35%) aproximadamente, admite hacerlo un día o menos a la semana, lo que contrasta con la actividad

Sin embargo, entre los diputados, el 53% manifiesta que Internet es el medio más idóneo para “rendir cuentas” por encima de la televisión y los otros medios tradicionales en contraste, sólo el 12% considera que es el medio más idóneo para informar. Es válido preguntarse entonces ¿qué entienden los diputados por informar? O bien ¿qué entienden por rendir

cuentas? Si la rendición de cuentas de manera irrestricta apela al acto de entregar “información” de “calidad” e “información pertinente” que todo poder público debe hacer a sus representados así como a quienes le deben algún tipo de control o seguimiento en el ejercicio de sus funciones. Resulta interesante poner de manifiesto la concepción de información que subyace a estas respuestas, se asocia la información como un producto que se elabora en los contextos de producción mediáticos a la vez que se refleja la posibilidad de entregar sin ningún tipo de interacción o incursión de la recepción en este proceso de producción.

Por su parte, el 84% de los asesores mantienen contacto con los diputados por esta vía cuya frecuencia de uso varía, se nota una concentración en las respuestas que indica que la tarea se realiza todos los días y de 2 a 3 días por semana. Quienes más utilizan esta vía para el contacto con los diputados son los jóvenes asesores menores de 35 años y las asesoras.

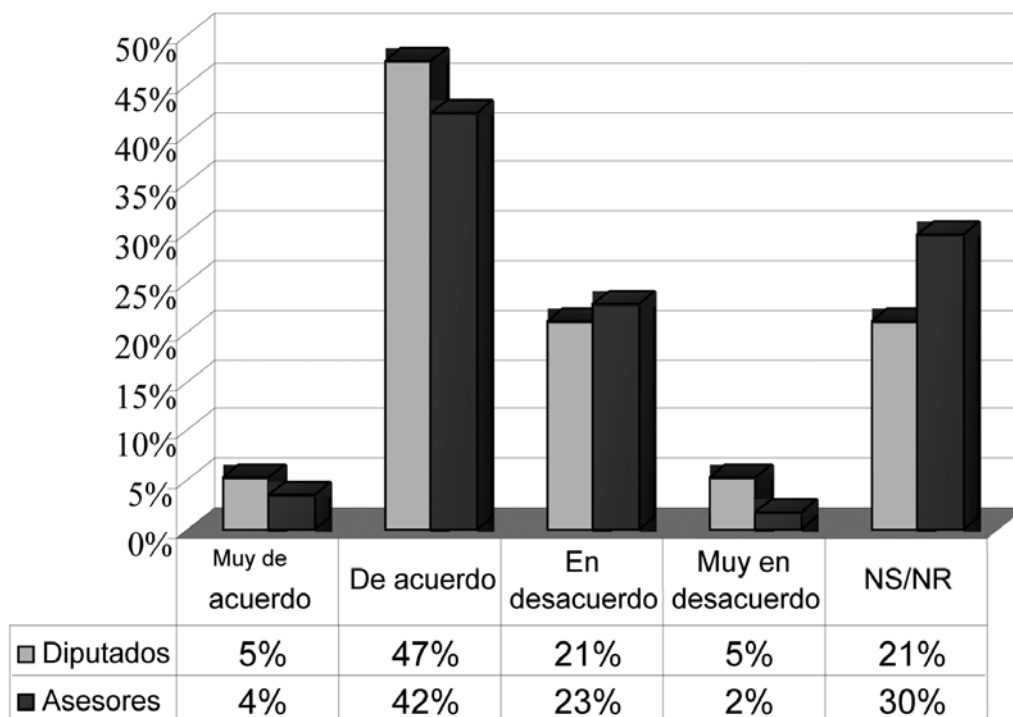
Parecido ocurre con el contacto con la fracción, el 91% de los asesores admite hacerlo por Internet, solo que la tendencia de conducta entre hombres y mujeres se rompe, aquí los dos lo hacen a un ritmo similar, aunque la tendencia de que los jóvenes lo hacen en mayor medida, se mantiene. Por su parte, un porcentaje similar entre diputados (89%) registra como motivo principal del uso de Internet, el mantener contacto con la fracción parlamentaria. Es de notar que esta tarea es realizada por medio de Internet de manera generalizada entre diputados y asesores. De igual manera, entre diputados y asesores, se constata que el contacto con el partido

político se hace de manera mayoritaria por medio de la red, así el 70% de asesores y el 84% de diputados mantienen contacto con el partido por esta vía. En el caso de los asesores, ese 70% está compuesto por mujeres mayoritariamente y se concentra en jóvenes menores de 35 años.

Alrededor del 84% de los diputados y de los asesores manifiesta que utiliza Internet para mantener contacto entre ellos mismos. Así mismo, más de la mitad de los asesores (54%) señala que utiliza Internet diariamente para coordinar proyectos con otros diputados y asesores, mientras que la mitad de los diputados (50%) manifiesta que usa Internet para mantener contacto diariamente con su fracción parlamentaria.

En lo que a coordinación de reuniones de despacho se refiere, los datos son un poco disímiles entre asesores y diputados, mientras el 82% de los primeros reportan usar Internet para estos propósitos, el 62% de los diputados señalan que usan Internet para coordinar o convocar reuniones de despacho. Esta diferencia puede explicarse por el hecho que en la mayoría de los casos, quienes tienen la tarea de convocar a reuniones dentro del despacho son los mismos asesores, aunque es un tema a ahondar, porque puede ser también que hay menos diputados que convocan por esta vía a las reuniones de la oficina, y que lo hacen de manera personal, sin mediaciones tecnológicas, dado que muchos de los despachos son relativamente pequeños. Sin embargo, para convocar o coordinar reuniones con otras instancias (municipalidad, comunidad, etc.) aparecen respuestas similares: el 75% de los asesores reportan el uso de la *Web* para este propósito mientras que un 78% de los diputados también lo hace.

Gráfico 10.4
Diputados y Asesores. Los foros en Internet son relevantes



Fuente: Elaboración propia con base en sondeo a diputados y asesores parlamentarios entre octubre y noviembre del 2008.

10.3.2 Participación en foros de discusión

Note en el gráfico 10.3 que casi la mitad de los asesores nunca utiliza Internet para participar en foros de discusión, lo que sugiere la necesidad de una profundización en este sentido ya que esta herramienta valiosa en insumos y criterios para construir opinión y articular ideas de interés público, puede que no esté siendo utilizada de manera mayoritaria entre los asesores, porque

no se conocen bien sus alcances, porque no se le otorga mucha importancia o bien porque no se tienen los conocimientos necesarios para abrir foros de discusión, para participar en ellos o para recolectar y procesar la información que en estos se puede producir. Las explicaciones pueden ser muy variadas, por lo que es un tema a explorar en mayor profundidad. Es de observar también que la brecha de participación no presenta una brecha de género significativa, aunque sí las mujeres tienen mayor

participación en foros en línea que los hombres.

En contraste con el dato anterior, resulta que el 44% de los asesores señala que utiliza los foros de discusión cuando se les preguntó por las herramientas que utilizan en línea, mientras que el 54% manifiesta que participa en foros de discusión, lo que hace pensar que hay algún tipo de error, ya que si se participa en foros obviamente se utiliza la herramienta, se espera que estos porcentajes sean iguales, por lo tanto, lo anterior sugiere que probablemente el porcentaje de asesores que utilizan la red para participar en foros de discusión es menor. Por su parte, se preguntó a los diputados y a los asesores su nivel de acuerdo o desacuerdo con la siguiente afirmación: “los foros en Internet son relevantes a la hora de tomar una decisión” y como se aprecia en el gráfico 10.4, el 46% de los asesores y el 52% de los diputados manifiestan estar “de acuerdo y muy de acuerdo” con esta afirmación, sin embargo, entre los diputados un porcentaje similar lo forman quienes no están de acuerdo con dicha afirmación más quienes “no saben” o “no responden”. De igual manera, quienes no saben y no responden entre los asesores representan un porcentaje elevado del 30%.

Sin embargo, el 72% de los diputados manifiesta no tener foros de discusión ni boletines en línea a pesar de que poco más de la mitad considera que los foros son “relevantes” para la toma de decisiones.

10.3.3 Otros usos para Internet

Parece que Internet no es la herramienta privilegiada para el vínculo con los partidos políticos, por lo menos entre los aseso-

res parlamentarios, el 42% afirma no discutir proyectos del partido por esta vía. Sin embargo, el dato entre los diputados varía de manera significativa, es decir, alrededor del 70% de los mismos manifiesta que usa Internet para discutir tanto los proyectos del despacho como los del partido, lo que podría indicar entonces que los asesores no usan la herramienta tan a menudo, para estos propósitos, porque quizás no son ellos los encargados de realizar dicha tarea, la cual parece más acorde con la investidura de los parlamentarios.

Por su parte, el 82% de los asesores consulta medios de comunicación por esta vía, y de ese porcentaje, casi el 60% lo hace de manera cotidiana. De nuevo salta el indicador de uso de Internet como una de las principales vías para obtener información. Sin embargo, se sugiere que la actividad de informarse sólo se desplaza de lugar y no como actividad. Se utiliza la red para obtener la misma información que se encuentra en los impresos o en las informaciones televisadas o radiofónicas de los medios de comunicación tradicionales, puesto que en ningún caso se aclara que se trata de una consulta a medios de comunicación “alternativos” o algo similar.

A su vez, el 71% de los asesores y el 78% de los diputados afirman no hacer sondeos en línea, lo que sugiere varias cosas, por una parte, este dato podría dar cuenta de la no necesidad manifiesta de triangular la información recibida de los medios de información tradicionales o bien, podría también reflejar la desconfianza que aun genera la información que se produce en la red o el desconocimiento de cómo realizar sondeos en línea. Este es otro de los temas que debería explorarse con mayor profundidad, dado que hay dudas sobre la

validez de las respuestas obtenidas por Internet y poca experiencia registrada sobre prácticas exitosas de sondeos en línea.

Utilizan Internet, para solicitar apoyo ante una gestión, el 85% de los asesores y el 61% de los diputados. Mientras que casi un 60% de los asesores nunca emiten un comunicado de prensa a través de Internet, los diputados registran en contraste, un 83% que si lo hacen. Un aproximado de 70% de los asesores comunica sobre la gestión del despacho por esta vía mientras que un porcentaje similar (78%) de los diputados también lo hace. Note que estos datos evidencian que las informaciones que tienen un carácter más estratégico son movilizadas en la red por los mismos diputados mientras que otras tareas, no menos importantes pero más administrativas, las hacen por esta vía con mayor frecuencia los asesores, como informar sobre las labores del despacho o solicitar apoyo ante una gestión.

Un 52% de los asesores nunca comunica sobre la gestión de la fracción parlamentaria por la vía de Internet, sin embargo, hay que señalar que una buena parte de los asesores sondeados trabajan directamente en los despachos de los diputados y en menor medida, en las oficinas de las fracciones parlamentarias, lo que podría explicar este dato. En el caso de los diputados, el porcentaje disminuye, el 28% de estos admite que nunca divulga información sobre la gestión de la fracción, lo que indica que un 72% de los diputados divulga información sobre la gestión de la fracción, la diferencia entre los datos de los asesores y diputados respecto a esta tarea responde probablemente al hecho que los diputados son quienes tienen mayor información y de primera mano sobre la propia fracción, son por

tanto, los más indicados para socializarla.

De nuevo la tendencia de buscar información a través de Internet se manifiesta, el 96% de los asesores sondeados manifestaron que la utilizan para revisión de documentos y expedientes entre otros. De estos asesores, casi el 70% realiza la tarea de manera diaria y de nuevo los jóvenes son los que más lo hacen. Un porcentaje alto del 89% de asesores gestionan acciones ante otras instituciones por esta vía.

El 88% de los asesores no cuenta con una página *Web* o *blog*, entre las principales razones mencionadas, en orden de importancia, destacan: porque “no tienen conocimiento para hacerla”, “porque no les parece importante” (esta opción fue señalada mayoritariamente por mujeres) y porque “no han tenido tiempo para hacerla”. Por su parte, para los que tienen una página en línea (12% de los asesores) en su mayoría la utilizan como “medio para agilizar la comunicación” (71%), como “medio de enlace con otros sectores” (57%) y como medio para “recibir consultas, propuestas y similares” (43%).

Es curioso resaltar que del 57% que manifestó utilizar su página *Web* como medio de enlace con otros sectores, son las mujeres asesoras quienes en su totalidad manifestaron utilizarla para este propósito. Este dato, de alguna manera, confirma la tesis de Finkelievich,¹⁴ quien establece que las mujeres otorgan mayor interés al uso de las

14 Finkelievich, Susana. (Coordinadora). E-política y E-gobierno en América Latina. [En línea] Buenos Aires, Argentina: LINKS (Asociación Civil para el Estudio y la Promoción de la Sociedad de la Información). 2005. [consultado el 12/11/08] Disponible en la siguiente dirección: <http://www.links.org.ar/infoteca/E-Gobierno-y-E-Politica-en-LATAM.pdf>

TIC para comunicarse que los hombres, los cuales parecen estar más fascinados por los equipos de alta tecnología que por la utilidad de estos para comunicarse, según la autora, a propósito de los usos de los *cyber cafés* que hacen las mujeres y los hombres en Argentina, plantea que las mujeres los usan con mucho mayor frecuencia que los hombres, lo cual es explicado de manera hipotética por los siguientes argumentos:

“Los hombres tienden a conectarse más desde el hogar (58,4%), mientras que esta proporción se reduce cuando se trata de usuarias femeninas (52,6%). Esto sugiere dos alternativas como posibles explicaciones: la primera es que las mujeres en general poseen ingresos inferiores a los de los hombres dentro de los mismos niveles socioculturales, por lo cual menos mujeres pueden costearse computadoras o conexiones hogareñas. Una hipótesis menos clásica atribuye diferencias culturales con respecto al uso: un preconcepto muy extendido plantea que en general las mujeres le dan más importancia al uso de la tecnología para la comunicación, mientras que los hombres están también interesados en las computadoras en cuanto objeto tecnológico en sí mismo. Por lo tanto, puede pensarse que para las usuarias femeninas de Internet, no es tan importante la posesión de una computadora, como su uso. La masificación de Internet, la difusión del teletrabajo y la producción de contenidos femeninos, ya sean comerciales o de tipo comunitario (redes de mujeres, etc.) explican en parte el incremento del uso femenino de este medio [los *cyber cafés*].”¹⁵

De igual forma, el uso de Internet “como medio para agilizar la comunicación” fue señalado en un 100% por las mujeres asesoras que tienen página *Web* mientras que solo el 50% de los hombres así lo confirman. Por su parte, todos juntos representaban el 71% de los que tienen página que la utilizan como medio para agilizar la comunicación. Este porcentaje se invierte por completo cuando se utiliza como fuente de insumos para la toma de decisiones, 71% de los asesores dicen que no.

El 43% de los asesores la utiliza para recibir consultas, propuestas y similares, si bien el número de asesores que tienen página es reducido, este porcentaje entre los que tienen páginas y las usan para recibir consultas y propuestas no es despreciable. Este dato puede que refleje el potencial de conectividad entre las personas que tiene la red. Además, cabe mencionar que ese 43% son sólo mujeres, ya que los hombres contestaron un rotundo “nunca”.

Entre los mismos asesores, el 64% manifiesta que nunca visita la página del diputado con quien trabaja, dato que parece obvio, dado que la mayoría de los asesores sondeados trabajan directamente con los diputados, por lo que parece irrelevante buscar en línea información sobre éstos. Por su parte, el 50% de ellos afirman que sí visitan la página de la fracción parlamentaria, cuya información fue catalogada por el 67% de los asesores que la visitan, como actual y útil. Sólo el 34% de los mismos visita la página del partido, de los cuales, el 75% considera que la información de su partido es actualizada y

15 *Ibid.* p. 29.

útil, mientras que el 78% de los diputados también la visitan pero sólo el 56% de ellos considera su información útil y actualizada. Cerca del 45% de los diputados visita la página de su partido con una frecuencia semanal.

Cuando se trata de la página de la Asamblea Legislativa, el comportamiento de los asesores varía, el 80% de éstos manifiesta visitar la página regularmente, el 53% de ellos lo hace diaria o semanalmente (de dos a tres días por semanas). Del porcentaje que la visita, el 69% considera que la información ahí contenida es actualizada y útil.

Los datos de visita a las diferentes páginas *Web* sugieren que a mayor cercanía con la fuente de la información, menor es la frecuencia de visita a la página respectiva, es decir que el diputado es la fuente de información más accesible para los asesores, por lo que el porcentaje que consulta la página de estos es muy bajo, dado que se asume que trabajan en estrecha colaboración. Además, un 40% de quienes afirman visitar la página del diputado manifestaron que la información ahí contenida es poco útil. Sin embargo, sucede lo contrario cuando se trata de la página de la Asamblea Legislativa, el porcentaje que la visita es mucho más elevado, lo que sugiere a la vez que las fuentes de información dentro de la institución se diversifican y resulta de mayor utilidad consultar la página que a los diferentes funcionarios.

10.3.4 Equipos y conocimientos de Internet

El 89% de los asesores y el 84% de los diputados consideran que sus conocimientos en el uso de computadoras son “avanzados y buenos” y un 88% de asesores y un 69% de los di-

putados señalan que sus conocimientos en el uso de Internet son igualmente “avanzados y buenos”. Note que el porcentaje de asesores que manifiesta tener buenos y avanzados conocimientos en una cosa y la otra es muy similar, mientras que entre los diputados este varía en quince puntos porcentuales. Lo anterior sugiere competencias similares entre asesores y diputados en lo que a uso de computadoras se refiere pero diferencias en cuanto a las habilidades de uso de Internet, de las cuales, parece que los asesores son los más entrenados.

En materia de conocimiento sobre el uso de programas de *software*, los datos cambian significativamente, el 47% de los asesores y el 63% de los diputados admiten tener “regulares y escasos” conocimientos en el uso de programas. Curiosamente, en el dato de los asesores, predominan personas de sexo femenino y personas con edades de 20 a 35 años.

En términos de calificación de los equipos de cómputo, del funcionamiento de la red interna y de la seguridad informática de la Asamblea Legislativa, la valoración general de los asesores y diputados es negativa. El 53% de los diputados y el 61% de los asesores consideran que los equipos de cómputo de la Asamblea Legislativa son “regulares y malos”, de igual manera califican el funcionamiento de la red interna, cerca del 50% en ambos casos. Por su parte, la seguridad informática es un poco mejor valorada, pero sigue siendo una percepción desfavorable, el 47% de los asesores y el 63% de los diputados la consideran entre “regular y mala”.

La conexión a Internet es el único rubro de estas valoraciones que sale mejor calificada, el 53% de asesores y el 58% de diputados consideran que la conexión de la Asamblea Legislativa es “buena”.

Poco más de la mitad de los asesores y los diputados consideran como “regular o mala” la plataforma de correo electrónico y la mayoría de ellos, en ambos casos, son mujeres, lo que podría sugerir “un reflejo” del mantenimiento de roles laborales tradicionales asignados a las mujeres, o por lo menos, en la Asamblea Legislativa. Este es un punto a explorar con mayor profundidad, saltan las interrogantes siguientes: ¿permiten las nuevas TIC cambiar los roles y disminuir las brechas de género en la política? ¿Son las TIC herramientas nuevas que permiten reproducir viejas prácticas políticas de discriminación por género? Es obvio que la respuesta a estas preguntas, entre muchas otras, trascienden los propósitos de este estudio exploratorio, como se advirtió al inicio del mismo. Sin embargo, dejar planteadas nuevas rutas de investigación en este novedoso tema, parece lo más constructivo.

Esta opinión negativa generalizada sobre los equipos, la seguridad informática, la red interna y el correo electrónico de la Asamblea es congruente con el grado de acuerdo expresado por los asesores y diputados sobre la “importancia que la Asamblea Legislativa invierta más recursos en nuevas tecnologías”. El 100% de los asesores y el 85% de los diputados respondieron estar “de acuerdo y muy de acuerdo” con esta afirmación. De igual manera, el 96.5% de los asesores y el 90% de los diputados manifestaron un grado de acuerdo con que ellos requieren capacitación en tecnologías de la información y la comunicación. Este es otro dato que obliga a plantear puentes con investigaciones futuras. Ahondar en estas necesidades de capacitación que sienten los principales actores legislativos, es quizás una forma de contribuir a la disminución de la brecha digital existente entre los tomadores de decisiones, a la vez que se contribuye a mejorar los procesos de comunicación política entre gobernantes y gobernados.

Como bien se mencionó más arriba, el correo electrónico, en términos generales, es la herramienta de Internet más utilizada por los asesores y diputados, el 77% de los asesores lo consideran “el principal instrumento de comunicación con otros asesores” aunque el 65% está en “desacuerdo y muy en desacuerdo” en que este sea el principal instrumento de comunicación con los diputados. Estos datos parecen un tanto obvios, dado que la cercanía con los diputados hace parecer innecesario el uso del correo electrónico como el medio privilegiado para comunicarse con ellos mientras que con los otros asesores sí resulta más útil, pueden comunicarse con ellos sin tener que dejar su puesto de trabajo, por ejemplo. Sin embargo, en términos generales, el 74% de los diputados y el 77% de los asesores reconocen que el correo electrónico es el principal instrumento de comunicación en el despacho. También confirman los asesores que “la comunicación del despacho depende principalmente de las TIC”, un 68% de ellos opinaron estar “de acuerdo y muy de acuerdo” con esa afirmación mientras que entre los diputados, la respuesta es más contundente, un 79% expresa su acuerdo sobre este punto.

En este sentido, porcentajes muy similares contrastan entre los diputados que afirman por un lado, que “el correo electrónico es el principal instrumento de comunicación con los otros diputados” (47%) mientras que un dato parecido (42%) manifiesta no estar de acuerdo con esa afirmación. Se presume que estos datos evidencian la brecha digital entre los mismos diputados, por una parte aquellos que se contactan con sus colegas por medios diversos, incluidas las TIC y por el otro, los que prefieren el contacto tradicional, se presume también, que este contacto tradicional puede ir desde el uso del teléfono hasta el contacto *tête à tête*.

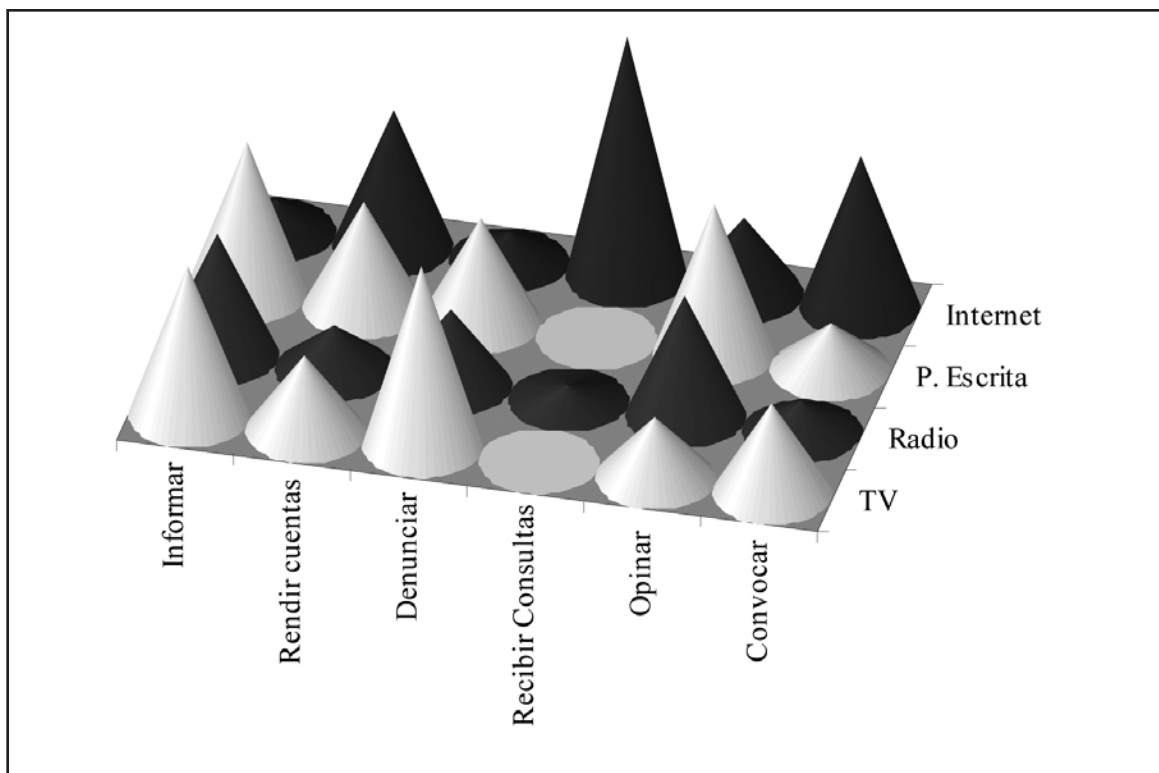
10.3.5 Idoneidad de medios de comunicación.

Se sondeó la percepción que tienen los diputados sobre los diferentes medios de comunicación, asociados a su idoneidad para realizar algunas funciones (informar, rendir cuentas, denunciar, recibir consultas, opinar y convocar). Para los diputados, los medios más destacados para informar siguen siendo la televisión y la prensa escrita, el 59% de ellos así lo considera, mientras que Internet está en último nivel, solo el 11% la consideran el medio más

idóneo para informar. En el gráfico 10.5 se muestra con claridad que Internet está en último lugar cuando de informar se trata, según los parlamentarios.

El dato anterior puede estar hablando de varias cosas, por ejemplo, que los medios tradicionales siguen siendo considerados como los “más legítimos” en la producción de información “válida”, tesis contraria a lo que plantea la corriente denominada “periodismo ciudadano”, que *grosso modo* se refiere a la actividad de generar lo que Pascal Lardellier llama “contra-in-

Gráfico 10.5
Medio más idóneo para cada función según Diputados



Fuente: Elaboración propia con base en sondeo a diputados entre octubre y noviembre del 2008.

formaciones digitales”,¹⁶ es decir que los ciudadanos producen y socializan información en la red, a través del uso de las herramientas de la *Web 2.0*. Los partidarios de esta tesis entienden la socialización de la información como el proceso “...mediante el cual el medio ofrece espacios de construcción y deconstrucción colectiva, en los cuales las personas usuarias pueden participar activamente, aportando sus conocimientos a un «pool» de información que ellas mismas se encargan de filtrar, cuestionar y depurar.”¹⁷ Este contraste de percepciones y concepciones sólo revela dos enfoques diferentes a la hora de abordar los contextos de producción de la información en los procesos de comunicación social, ambos están preocupados por la veracidad y validez de las fuentes de información pero difieren en cuanto al reconocimiento de los actores legítimos para llevar a cabo esta tarea. En todo caso, los diputados parecen creer más en los medios tradicionales como la televisión y la prensa escrita, como medios idóneos para informar que aquello que hacen los ciudadanos con las nuevas tecnologías, para el mismo fin.

Por su parte, la televisión sigue siendo el medio privilegiado por los diputados para la función de “denunciar”, el 71% de ellos así lo considera. Este aspecto ha sido muy estudiado por investigadores interesados en los procesos de comunicación política a través de los medios de comunicación social. El fenómeno conocido como la “teledemocracia” ha sido ampliamente discutido, el cual por supuesto es más amplio que la función de denuncia atribuida a la televisión, sin embargo, ambos fenómenos coinciden en un aspecto, el formato “espectacular” que asumen las notas con contenido político, en especial las denuncias, calzan bien con las tendencias amarillistas y de alto impacto que permite la televisión.

De manera curiosa, el 100% de los diputados afirma que los medios menos idóneos para recibir consultas son la televisión y la radio, en contraste, se señala a Internet como el más indicado, el 94% de los diputados así lo expresa, percepción inversa con la función de “denunciar”, según se aprecia bien en el gráfico 10.5. Se desprende de esto, una especie de afirmación del carácter interactivo que tiene la red, o al menos, de la posibilidad de interacción que permite. Este es otro aspecto para ahondar a futuro, dado que la consulta de la ciudadanía a sus representantes y su pronta respuesta es una de las principales preocupaciones de las democracias que se precian de ser participativas. Internet podría, en un futuro no muy lejano, mejorar los vínculos existentes entre los ciudadanos y sus representantes.

Cuando se trata de opinar, sorprende que el 59% de los diputados considera que la prensa escrita es el medio idóneo para llevar a cabo esta actividad y el menos indicado es la televisión, quizás lo que esté detrás de esta percepción mayoritaria sea la idea que la opinión tiene, en su naturaleza, una estructura argumentativa que a menudo se asocia con la escritura y la extensión, lo que se ajusta bien a los formatos de la prensa escrita más que a los comerciales y encapsulados formatos de la televisión. Además, el origen mismo de la prensa escrita estuvo asociado a la doble tarea, por un lado, buscaba formar opinión y hacer vigilancia del ejercicio de la función pública y

16 Lardellier, Pascal. Internet: atascados en la Red... (pp.23-27) *Le Monde Diplomatique*. (Selección de artículos). La nueva Comunicación. Santiago, Chile: Aun creemos en los sueños. 2006. p.23.

17 Sánchez González, Adriana. Caracterización de espacios y prácticas políticas en la Web 2.0. San José, Costa Rica: Sulá Batsú, Cooperativa R.L. Documento de trabajo para el capítulo de E política del PROSIC. Noviembre 2008. p. 4.

por otro, buscaba ser el vehículo de esta. Como muestra se presenta un extracto del primer editorial del periódico La Nación, del 12 octubre de 1949: “Con el celo a que nos obliga nuestra aspiración de constituir un legítimo vocero de la opinión pública, no solo daremos cabida en nuestras columnas a las expresiones de quienes discutan los problemas del país, sino que tomaremos nuestra parte en esa discusión.”¹⁸

Note que el medio menos idóneo para opinar, según los diputados, es Internet, lo que resulta interesante de profundizar. Si bien los formatos que ofrece Internet son bastante variados y flexibles, la extensión de los textos parece no ser un problema para la red, que se presenta como un espacio de almacenamiento casi “ilimitado” a la vez que permite no sólo el intercambio de ideas y opiniones entre cantidades importantes de sujetos, sino que permite también la discusión, elemento clave a la hora de opinar y de formar criterio. Esta es otra tarea pendiente, examinar: ¿Qué se entiende por opinar? y si se hizo referencia al acto en sí de opinar o se pensó más bien en las consecuencias y alcances de las opiniones.

Finalmente, se sondeó entre los diputados sobre el mejor medio para convocar, y nuevamente sorprenden los datos, según se muestra en el gráfico 10.5, el 59% considera que Internet es el medio más adecuado para este fin, lo que de alguna manera sugiere que los diputados reconocen el potencial vehiculizador de la red, ese funcionamiento “viral” que algunos autores señalan al referirse a las redes sociales y sus capacidades como difusores masivos de mensajes individuales. Al respecto, Ignacio Ramonet señala que estamos ante “un nuevo orden”, plantea que “Ya nada es como antes. El aceleramiento y fiabilidad de las redes modificaron la manera de comunicarse, de estudiar, de comprar, de informarse, de distraerse, de organizarse, de cultivarse y de trabar de una

importante proporción de los habitantes del planeta.”¹⁹ Esto parece reconocerse en la respuesta de los diputados.

10.3.6 Expectativas de uso de Internet en la política

Se señalan algunos datos sobre expectativas de uso de Internet, especialmente aquellos que están relacionados con el proceso electoral más cercano, las elecciones del 2010.

Alrededor del 53% de los asesores manifiestan un grado de acuerdo con la afirmación que “Internet es indispensable para hacer proselitismo político”, lo que confirma de alguna manera la tendencia puesta de manifiesto con la elección del primer “*Presidente 2.0*”, el así llamado presidente electo de los Estados Unidos, Barack Obama.²⁰ Por su parte, los diputados parecen no estar de acuerdo en la misma medida, sólo el 48% de ellos respondió estar “de acuerdo y muy de acuerdo” con esta afirmación. Lo único certero que se desprende de lo anterior es que hay un reconocimiento explícito, por parte de los asesores parlamentarios y de los diputados, del potencial que tiene Inter-

18 La Nación. La historia en primera plana. La Nación 1946-1986. San José, Costa Rica: La Nación S.A. Octubre 1986. p. 12.

19 Ramonet, Ignacio. El nuevo orden Internet. (pp. 19-22) *Le Monde Diplomatique*. (Selección de artículos). La nueva Comunicación. Santiago, Chile: Aun creemos en los sueños. 2006. p.20

20 Artículos de prensa en línea testimonian sobre esto, ver en las fuentes de información consultadas los textos de: marketingdirecto.com “Barack Obama: Presidente 2.0”; el texto de Iprofesional.com “Por qué Obama es el primer «Presidente 2.0» de EE.UU. y cómo sacará rédito de Internet.”; el artículo de Luis Fernández, en el País, “La ‘web’ se inunda de herramientas para seguir los resultados de las elecciones de EE UU”; el documento de Alberto Fernández, “Obama, el primer presidente 2.0”, en la RTVE.es y el texto de Valenzuela, “Barack en la Web” en el periódico argentino LaNacion.com. Este úl-

net y las herramientas que ofrece para el desarrollo de una campaña electoral.

Las respuestas muestran que los asesores sondeados no tienen información suficiente sobre los datos relativos al acceso a Internet que tiene la población costarricense, el 67% manifestó tener algún grado de desacuerdo con la siguiente afirmación: “la mayoría de los votantes en Costa Rica no tienen acceso a Internet”, mientras que los diputados, de manera contrastante, manifestaron en un 69% estar “de acuerdo y muy de acuerdo” con la afirmación.

Lo que indica que los asesores perciben que la mayoría de ciudadanos en Costa Rica tiene acceso a la red de algún modo, apreciación que resulta falsa, si tomamos los datos de RACSA mencionados al inicio del capítulo, que refieren solo al 39% de la población costarricense utiliza Internet,²¹ este porcentaje sigue representando una minoría, dato que parece estar más claro entre los diputados y lo que pone de manifiesto, el grado de importancia que se le otorga a la red en materia de campañas electorales. Y aun más con los datos del INEC para el 2007, los cuales registran que sólo un 11.6% de los hogares costarricenses tienen acceso a Internet.²²

timo artículo inicia describiendo lo siguiente: “Antes de salir a hablar en Chicago como presidente electo, Barack Obama quiso darles la primicia a sus «amigos» por e-mail y mensaje de texto: «Estoy por ir al Grant Park a hablarles a todos, pero quería escribirles a ustedes primero. Hoy hicimos historia». Firmaba simplemente «Barack». El objetivo era darle un mensaje a su público joven, a quien se había comprometido con la campaña demócrata y había jugado un rol fundamental en movilizar votantes y recursos. Muchos jóvenes se sintieron parte de una causa, y todo gracias a la posibilidad que dio Internet, y que Obama supo aprovechar al máximo.”

21 *Supra*. Cita 4 sobre RACSA, en apartado sobre “La e-Política: relación entre la política y las TIC”, p. 8

22 Según datos oficiales del INEC. *Op. Cit.* (SP)

23 Ramonet, Ignacio. *Op. Cit.* p. 20.

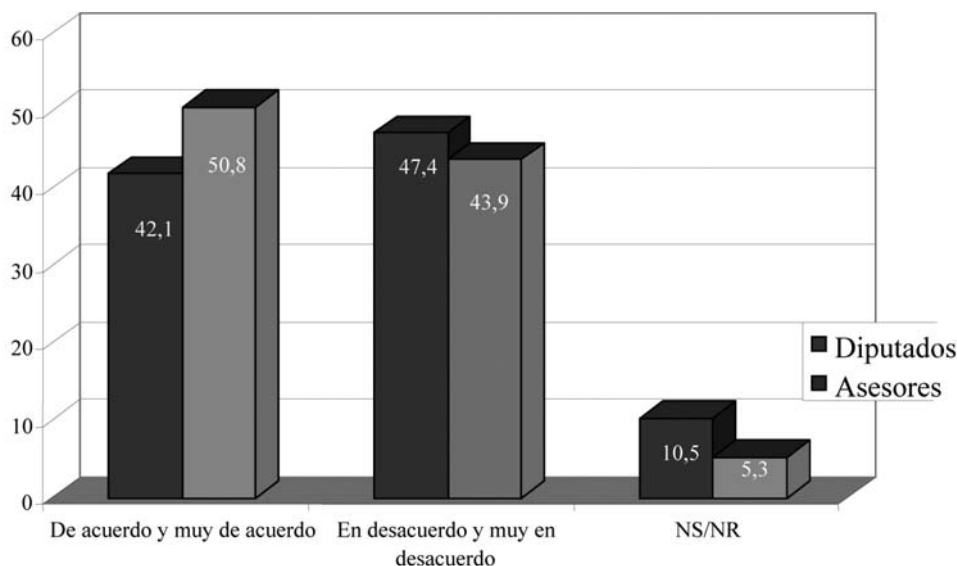
Sin embargo, en el estudio se muestra que casi el 80% de los asesores y el 69% de los diputados coinciden en que Internet permite tener una cercanía permanente con la población, lo que confirma la percepción explicada anteriormente y de nuevo se refuerza la idea que Internet tiene un potencial amplio respecto a la capacidad de contacto que ofrece, tanto entre la gente como entre esta y la información que facilita. Ese mismo porcentaje de asesores (80%) considera que Internet no perjudica las relaciones sociales mientras que el 74% de los diputados expresan lo mismo, lo que puede sugerir una aceptación de ese “nuevo orden” de que habla Ramonet.²³

Con respecto a las expectativas de uso de la red en las próximas elecciones 2010, se aprecian porcentajes parecidos de respuesta entre los asesores y diputados al preguntar si “Internet será el principal medio de comunicación en la próxima campaña electoral del 2010”: según se observa en el gráfico 10.6, alrededor de un 50% de los asesores manifiestan algún grado de acuerdo, mientras que el 44% manifiesta desacuerdo con esa afirmación. Lo anterior no permite concluir nada, lo único que se puede especular es que quizás la experiencia del uso de las TIC durante el proceso de *referéndum* mostró un saldo favorable en este sentido, pero no se presentan datos contundentes al respecto.

De igual manera, los diputados respondieron de manera similar, menos de la mitad de estos considera que Internet no será el principal medio de comunicación en la próxima contienda electoral y un porcentaje similar, ligeramente menor al anterior, considera que la red tendrá un papel protagónico en la campaña electoral 2010. En el caso de los diputados, son más quienes están en desacuerdo con esta afirmación que los que así lo consideran.

Gráfico 10.6

Asesores y Diputados. Internet será el principal medio de comunicación en el 2010



Fuente: Elaboración propia con base en sondeo a diputados y asesores parlamentarios entre octubre y noviembre del 2008.

Note además que los porcentajes de quienes “no saben” o “no responden” son considerables, sobre todo, en el caso de los diputados también.

Por su parte, se quiso contrastar el dato sobre la expectativa que se tiene del uso de Internet en la próxima campaña electoral valorando la importancia que los partidos políticos otorgan a esta herramienta. Resulta de interés para este estudio comparar la información que ofrecen los principales actores políticos de la Asamblea Legislativa, a saber los diputados y sus colaboradores más cercanos con la de los partidos políticos propiamente, es decir, el uso que hacen de Internet los miembros de los partidos en período electoral y no electoral, dado que el 63% de los diputados y el 58% de los asesores manifestaron estar “de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación siguiente: “los partidos políticos le otorgan gran importancia al uso de Internet”.

10.4 EL USO DE INTERNET EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Comparar el uso de las TIC que hacen los diferentes partidos políticos es incursionar en lo que Gosselin llama las “arenas” de la comunicación política, entendidas estas como “...el conjunto de dispositivos, las fórmulas, los marcos, las reglas y las estrategias que definen las situaciones de interacción en las que pueden confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos de los actores políticos.”²⁴ Si bien no se discute el concepto de “discurso” planteado en la definición anterior, es útil anotar que éste se entiende en su sentido más amplio, es decir, en el sentido sinónimo de mensaje.

24 Gosselin, A. **La comunicación Política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades.** (PP. 9-28) en Gauthier, Gilles, Gosselin, André y Mouchon Jean (compiladores). **Comunicación y Política.** Barcelona, España: Editorial Gedisa S.A. 1998. p. 10.

Dentro de estas “arenas” que señala el autor, se posicionan aquellas estrategias que utilizan los actores para divulgar, confrontar o valorar sus discursos, es aquí donde se incluye la información sobre las herramientas de la *Web* 2.0 que utilizan los partidos políticos para posicionar y difundir sus mensajes.

Vale mencionar dos aspectos relacionados con los datos que se presentan a continuación. Por una parte, se hace un análisis comparativo del tipo de TIC que utilizan los partidos políticos y las expectativas de uso de estas, a partir de la información obtenida de un sondeo entre los miembros de los directorios políticos, del cual se recibió una respuesta de al menos un miembro de cada uno de los seis partidos políticos que tienen representación parlamentaria, según se explicó en el apartado metodológico. Y por otra parte, se incluye un análisis de las páginas *Web* de los partidos que contaban con una, al momento de realizar el presente estudio.

Hay que admitir que la limitada respuesta que se obtuvo del sondeo entre los miembros de los directorios políticos no permite obtener conclusiones contundentes, lo que sí permite afirmar es que el uso de las TIC, específicamente de Internet en los partidos políticos costarricenses, no es un factor prioritario en la planeación de la próxima campaña electoral (febrero 2010), pareciera que los partidos políticos están aún lejos de la planeación de las “*Web campaigning*”²⁵ al mejor estilo de organización “en línea” que exhibió el presidente electo de Estados Unidos Barack Obama, durante su campaña, a pesar de la variada oferta discursiva y de formatos que presentan las páginas *Web* de cada partido.

Por su parte, se constata que la utilización que hace cada partido político de su página *Web* no tiene relación directa con las aspiraciones de mayor participación ciudadana en los procesos

de toma de decisiones o durante los procesos electorales. Lo único que es posible afirmar, es que hay un genuino interés por ofrecer la mayor cantidad de información posible sobre lo que hace el partido político y sobre las personas que tienen aspiraciones de algún tipo dentro de este.

10.4.1 Uso de las TIC en los partidos políticos

Los resultados que arroja el sondeo son más de carácter cualitativo que de frecuencia o de registro porcentual, dada la baja respuesta obtenida, según se explicó más arriba. Sin embargo, en vista de la variedad de respuestas en tan reducido grupo de miembros de partidos políticos que respondió y la divergencia entre éstos en algunas preguntas, se decidió únicamente reseñar aquellas respuestas en las que la coincidencia entre los miembros de un mismo partido político fuera total, para evitar el registro de los errores mencionados anteriormente.

Así, los primeros datos que mayor consistencia presentan en las respuestas son los siguientes: todos los partidos políticos sondeados utilizan Internet para realizar las labores propias de su organización y la herramienta más utilizada es el correo electrónico, dato igual al presentado unos apartados más arriba, entre los diputados y asesores. Los foros de discusión, la página *Web* y los boletines se mencionan en algunos casos pero hay inconsistencias en las respuestas de algunos.

Entre los motivos más comunes de uso que dan a Internet, los miembros de los directorios polí-

25 Para mayor información sobre estrategias de campañas electorales en la *Web*, sobre recursos utilizados, movilización en la *Web* y demás temas afines, revisar el texto de Foot, Kirsten A. y Schneider, Steve. *Web Campaigning*. EEUU: Massachusetts Institute of Technology. 2006.

ticos señalan el mantenimiento del contacto “diario” con los miembros de los Comités ejecutivos y /o directorios políticos. Otras actividades no menos importantes, pero con una regularidad semanal o menor, se refiere a mantener contacto con partidarios, con miembros de las respectivas fracciones parlamentarias y para convocar reuniones del partido. Así mismo, Internet es utilizada de manera semanal o en menor frecuencia, para informar sobre las labores del partido, para emitir comunicados de prensa y para atender consultas, a excepción de uno de los partidos minoritarios que reconoce enviar a diario comunicados de prensa por esta vía.

Por su parte, el asunto de rendir cuentas o de hacer sondeos de opinión por Internet son las actividades menos mencionadas, incluso uno de los partidos respondió que “nunca” rinde cuentas por este medio, mientras que hubo tres partidos que señalaron también que “nunca” hacen sondeos de opinión por esta vía. Estas dos actividades parecen estar relegadas a otras esferas distintas al *ciberespacio*, lo que de ninguna manera sugiere que no lo hagan. Sin embargo,

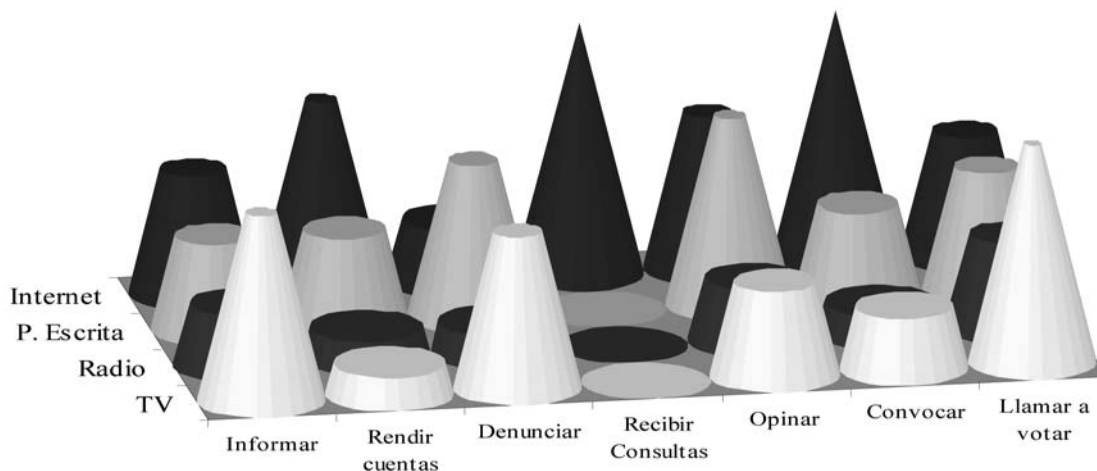
es posible afirmar que la red aún no es el “espacio” privilegiado para rendir cuentas o para consultar a los partidarios o al público en general, sobre asuntos de interés público.

Por su parte, de manera mayoritaria, los partidos políticos señalaron a la televisión como el medio más idóneo para informar y para llamar a votar, mientras que Internet es señalada como el medio más idóneo para rendir cuentas, para recibir consultas y convocar, el gráfico 10.7 muestra estas tendencias. Mientras que la radio es el medio menos mencionado para llevar a cabo las funciones de rendir cuentas, recibir consultas y convocar. Note que estas funciones para las cuales la radio no es muy idónea, según los partidos políticos, de manera inversa, se menciona a Internet como la más idónea.

Así mismo, actividades vitales para las democracias como opinar y denunciar, aparte de llamar a votar y de informar, siguen siendo asociadas a los medios de comunicación tradicionales como la televisión y la prensa escrita.

Gráfico 10.7

Medio idóneo según los partidos políticos



Fuente: Elaboración propia con base en sondeo a miembros de los directorios políticos de los partidos octubre y noviembre del 2008.

Además, en la misma línea, los partidos políticos confirman de manera generalizada la importancia de invertir más recursos en nuevas tecnologías pero también en la necesidad de que sus partidarios tengan capacitación en TIC. Al mismo tiempo, de nuevo salta la expectativa “democratizadora” de Internet, hay acuerdo entre los sondeados sobre la siguiente afirmación: “El uso de las herramientas de Internet favorecen la participación ciudadana”, evidentemente queda pendiente también de explorar el tipo de participación ciudadana al que se refieren los partidos políticos y los fines con que se piensa es posible participar en la red.

Otra respuesta contundente en la que coinciden todos fue la relacionada con el uso de Internet para consultar los medios de comunicación así como para buscar información y revisar documentos en general. Estas respuestas confirman los diferentes calificativos que otorgan a la red un carácter de “espacio virtual” que permite circular información, no en vano se habla a menudo de las “autopistas” de la información.

10.4.2 Campañas políticas e Internet

De una manera menos consensual, pero igual de contundente, se evidencia que cada vez más los procesos de comunicación partidaria dependen principalmente de las TIC al igual que el carácter de “indispensable” que se le otorga a Internet para hacer proselitismo político. Sin embargo, parece haber claridad, entre los miembros de los partidos políticos sobre el alcance de Internet, ya que reconocieron como verdadera, de manera mayoritaria, la afirmación siguiente: “la mayoría de los votantes en Costa Rica no tienen acceso a Internet”.

En lo que respecta al futuro cercano del uso de las TIC y en especial de Internet en la con-

tienda electoral más próxima (elecciones 2010), los partidos políticos contestaron de manera mayoritaria que Internet no será el principal medio de comunicación, respuesta congruente con los que afirman que el medio idóneo para llamar a votar es la televisión, seguida de la prensa escrita, como bien se mostró en el Gráfico 10.7.

Finalmente, se reconoce entre los partidarios el gran potencial que tiene el uso de Internet en el desarrollo de las campañas electorales: aunque se refuerza una idea expresada más arriba, la red sirve para informar y vehicular información y por ende, en período electoral o de campaña, se reconoce la posibilidad de facilitar la circulación de información del partido o del candidato respectivo. Sin embargo, en menor medida, también se acepta entre los sondeados, la posibilidad que ofrece la red para circular rumores a la vez que se reconoce de maneja más tímida, que la red puede servir para recaudar donaciones económicas y disminuir costos en publicidad electoral.

Lo anterior sólo confirma una percepción generalizada sobre el uso de las TIC en el proceso electoral más reciente, el *referéndum* 2007. Ese proceso, llevado a cabo en octubre de ese mismo año, mostró las enormes posibilidades que ofrece la red para la utilización de redes, para la convocatoria, para la circulación de información; tanto las agrupaciones del “Si” como las del “No”, aunque estas últimas en mayor proporción que las primeras, utilizaron *blogs*, páginas *Web*, canales como *Youtube* y otros para desmentir o para visibilizar algunas informaciones que la prensa tradicional (televisión, radio y prensa escrita) no transmitió, sobre todo referentes a quienes adversaban la aprobación del TLC con Estados Unidos, objeto de la consulta popular.

10.4.3 Sobre equipos y conexión de los partidos políticos

Se nota una concentración de respuestas en las que los miembros de los partidos políticos reconocen tener conocimientos “buenos” en el uso de computadoras, en el uso de Internet y en el manejo de programas de *software*, a excepción de un par de respuestas que refieren a los regulares y escasos conocimientos en esta última materia.

En términos generales los miembros de los directorios políticos y los comités ejecutivos no presentan quejas sobre la conexión a Internet, parece haber consenso sobre este asunto, sin embargo, la perspectiva cambia cuando se habla de la calidad de los equipos, la plataforma de correo electrónico y los sistemas de seguridad informática con que cuenta el partido, las valoraciones de estos aspectos oscilan entre “buenos” y “regulares”.

10.4.4 Páginas Web de los partidos políticos

Se analizan, de manera comparada, las seis páginas de los partidos políticos en estudio que contaban con una al momento del estudio, a saber: la del PASE, la del PAC, la del PFA, las del PLN, la del PML y la del PUSC. Los principales criterios “descriptivos” que se presentan son las secciones que ofrece el menú de cada página, los colores y símbolos distintivos de cada partido que aparecen, los recursos multimedia que utiliza cada partido así como los recursos de “periodismo ciudadano” y los espacios destinados para actividades de rendición de cuentas y transparencia. Hay que señalar que estos criterios son de carácter exploratorio, que permiten tan sólo poner de relieve los elementos más significativos con que cuentan las páginas *Web* estudiadas, lo que implica, que el estudio de estas puede hacerse de

maneras diversas y puede centrar la atención en otro tipo de criterios, diferentes a los utilizados en el presente análisis.

Luego de un sobre vuelo de las páginas *Web* de los partidos políticos, es posible afirmar que los partidos políticos utilizan estas “plataformas virtuales de comunicación” como espacios de promoción e información y en algunos casos, como medios para facilitar la participación ciudadana y/o partidaria, como por ejemplo, el uso de los foros virtuales.

Es de notar que en la mayoría de estas páginas *Web* se encuentra evidencia del fenómeno conocido como la “personalización de la política” el cual es entendido por Gringas como “... el hecho de poner el acento en los individuos, cuando se dan explicaciones sobre el Estado y la vida parlamentaria y partidaria, [lo que] implica el riesgo de que la política aparezca como una mera lucha entre personalidades públicas.”²⁶ Esta descontextualización de los eventos o fenómenos políticos limita la comprensión de los mismos a la vez que oculta los fenómenos más estructurales. Continúa Gringas diciendo que este fenómeno de la personalización de la política es exacerbado por las comunicaciones, “...favorece la adopción de una concepción egocéntrica de los problemas sociales en detrimento de una concepción social y además suscita apatía.”²⁷

Este fenómeno, al igual que el de la dramatización de la política, es considerado por la autora como propios de la vida parlamentaria y partidaria, pero que según ella, son exacerbados por las comunicaciones en las prácticas políticas.²⁸

26 Gringas, Anne-Marie. **El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas.** (PP. 31-43) en Gauthier, Gilles, Gosselin, André y Mouchon Jean (compiladores). **Comunicación y Política.** Barcelona, España: Editorial Gedisa S.A. 1998. p. 34.

27 *Idem*

28 *Idem*

Si bien estos no se producen por el uso de las diferentes TIC en política, es posible encontrar un reflejo de ellos, a partir de la exacerbación de sus características o de la presentación y amplificación de una de ellas en estos espacios virtuales como son las páginas *Web* de los partidos. En ellas se nota una marcada preocupación por exaltar la figura del o los líderes del partido a través de fotografías, principalmente.

Sin embargo, cabe mencionar que este asunto de la personalización de la política esta más bien relacionado con el descrédito que han sufrido los partidos políticos, con los escándalos de corrupción asociados a sus principales líderes y con la percepción de impunidad generalizada, entre otros aspectos, que han hecho, que la ciudadanía vuelva los ojos hacia figuras más emblemáticas, con algún liderazgo o con la responsabilidad de un puesto de representación, como una forma, algo idealista, como bien lo indica Gringas refiriéndose a Bennett,²⁹ de tener a alguien a quien señalar en caso de conflicto o agradecer en caso de buenos resultados, como si la política hiciera referencia a eventos resultado de la "...buena voluntad de los individuos".³⁰

Por tanto, el resaltar este tipo de protagonismos a través de las páginas *Web* ofrece la falsa impresión de que las acciones de los partidos políticos se reducen a las acciones de éstas figuras protagónicas, aunque muestra, para efectos del presente estudio, el uso real que hoy hacen los partidos políticos de estas plataformas, más allá de las valoraciones que puedan ser hechas de las mismas.

Un claro ejemplo de esto es la "página *Web* del PASE", que en realidad aparece como una página del Diputado³¹ y no del partido, el único enlace que se observa hacia la organización partidaria es una liga, en la columna izquierda



Fuente: <http://oscarlopez.net/cms/> [Consultado el 18 de noviembre del 2008]

con la leyenda: "Menú PASE" y ahí se encuentran algunos textos relacionados con los estatutos y principios del partido así como algunas acciones de denuncia entre otras actividades a realizar. Hay que señalar que en este caso, la página sirve como una herramienta para llevar a cabo una estrategia de posicionamiento de la figura política más visible del partido, en este caso del Diputado López, más que de la organización propiamente, como bien se aprecia en la figura 10.1, las fotografías del diputado son las imágenes que más destacan.

El ejemplo opuesto al anterior, el caso del personaje político menos protagónico en las páginas *Web* de los partidos políticos estudiados es el diputado del PFA³², en cuya página destacan imágenes de partidarios sobre las del diputado, según se muestra en la figura 10.2. Si bien en la página del PFA se muestra un comentario que es encabezado por el nombre del diputado,

29 Bennett, L. News. The politics of Illusion. New York y Londres: Longman. 1988. en Gringas, *Idem*.

30 Gringas, *Ibid*; P. 35.b

31 El partido Accesibilidad Sin Exclusión (PASE) obtuvo un solo escaño en el Congreso para el periodo 2006-2010, esta curul es representada por el señor Oscar López, quien es el que tiene una página *Web* y no el partido como tal.

32 El Partido Frente Amplio (PFA) también obtuvo un solo escaño en el Congreso para el periodo 2006-2010, la curul es representada por el Diputado José Merino del Río y cuya imagen casi no aparece en la página *Web* del partido.



Fuente: Tomado de <http://www.frenteamplo.org/> [consultado el 18 de noviembre del 2008]

la intención no parece ser el posicionamiento de su figura.

En lo que respecta a las otras páginas *Web* del PAC, del PLN, del PML y del PUSC es posible apreciar también, en las figuras respectivas, el protagonismo de algunas fotografías de sus principales líderes, como en el caso de la página del PUSC, según se muestra en la figura 10.3, la que es encabezada por la fotografía del Presidente del Partido (señor Luis Fishman) seguida de una fotografía de partidarios y de otra foto de la Secretaria General (Dra. Xinia Carvajal).



Fuente: Tomado de www.partidounidadsocialcristiana.com/index.html [consultado el 16 de noviembre del 2008]

Dicha página, además de mostrar ese protagonismo personal de sus líderes, se presenta como una página desactualizada, dado que su Secretaria General falleció en el mes de octubre del 2008 y su imagen, aún un mes después³³ seguía apareciendo sin ninguna nota o referencia a su partida.

Por su parte, en la página del PML, como se muestra en la figura 10.4 aparece la imagen de su líder más emblemático y mediático, el presidente de la agrupación (señor Otto Guevara).



Fuente: tomado de <http://www.movimientoliberalario.co.cr/> [Consultado el 18 de noviembre del 2008]

Si bien la fotografía está posicionada en un lugar y en tamaño llamativo, su imagen es menos protagónica en la página, proporcionalmente hablando, si se compara con el espacio ocupado por las fotografías de los líderes de las páginas de Internet del PASE o del PUSC.

33 Murillo, Alvaro. (6 de octubre del 2008). Murió secretaria general del PUSC, Xinia Carvajal. [en línea] Periódico *La Nación*. Sección "El País" [consultado el 30 de noviembre del 2008] Disponible en el siguiente enlace en la Web: http://www.nacion.com/ln_ee/2008/octubre/06/pais1728251.html

De igual modo, se aprecia en la figura 10.5 el relativo protagonismo de la figura del principal líder del PAC (señor Otón Solís).



Fuente: Tomado de <http://www.pac.or.cr/sitio1/paginas/index.php> [Consultado el 16 de noviembre del 2008]

Es de notar que en la página del PAC resalta por sobre todas las demás características, los colores amarillo y rojo, emblemáticos de la agrupación. Esta intención de identificación partidaria por medio de los colores, dificulta de alguna manera la lectura de los textos que ofrece, sobre todo las letras rojas en fondos amarillos.



Fuente: Tomado de <http://www.pln.or.cr/> [Consultado el 16 de noviembre del 2008]

En el caso de la página del PLN, se muestra una secuencia intermitente de fotografías de los diputados por provincia, esta intermitencia no es posible, por supuesto, apreciarla en la figura 10.6, sin embargo, en esta figura se registran las fotos de los diputados de la provincia de Alajuela, note que el protagonismo de las

imágenes de éstos personajes políticos no es desproporcionado ni opaca la lectura de los textos colindantes, de hecho, el protagonismo en la página lo tienen la emblemática “rosa” que identifica a las agrupaciones ideológicamente reconocidas como parte de la Internacional socialista, esta figura al igual que la bandera de colores blanco y verde, son parte de la identidad visual del PLN y parecen tener el protagonismo visual en la Web.

La descripción de las páginas Web de los partidos políticos en estudio, no pretende ser exhaustiva ni mucho menos, es tan sólo una mención de éstas, busca ofrecer un primer registro grupal y un acercamiento desde el protagonismo o no de las imágenes de sus principales figuras políticas. De ninguna manera se hace un análisis político ni ideológico de los contenidos de las mismas, el objetivo de este primer acercamiento fue justamente, explorar las características de cada página, de manera comprada y el elemento que más resaltó, fueron las imágenes. Se continúa con los datos de las páginas ofrecidos por los responsables de darles mantenimiento, seguidos de la descripción de los diferentes apartados que ofrecen las páginas y que no es posible apreciarlos en las figuras mostradas anteriormente.

El manejo de las Web de los partidos

Entre los datos obtenidos por el sondeo entre las personas encargadas de las páginas Web de los partidos políticos, destacan informaciones comunes a todos así como informaciones muy particulares. Se inicia el análisis con aquellos datos comunes a todas las páginas.

34 Un monto aproximado de 535\$ de acuerdo al tipo de cambio del 15 de diciembre del 2008: €560.81 (colones) por dólar, según La Nación http://www.nacion.com/ln_ce/2008/diciembre/15/home.html

Todas las páginas son manejadas por una persona afín al partido, casi todas estas personas son hombres a excepción de la encargada de la página del PASE, que es una mujer, este dato puede tomarse como un indicador de la persistente brecha de género entre los especialistas de las TIC, entre los partidos políticos.

Por su parte, ninguno de los encargados pudo responder a la pregunta: “Aproximadamente, ¿qué cantidad del presupuesto anual del partido se destina a las tecnologías de la información y la comunicación (por ejemplo, para compra de equipo, mantenimiento o pago de especialistas, entre otros)?”, a excepción del PFA, cuyo encargado señaló que “gastan aproximadamente un total de 300.000 colones anuales³⁴ (por concepto de servicio de conexión y hospedaje de su página, sumado al trabajo voluntario que no se contabilizó en ese cálculo). Resulta de interés reflexionar sobre el asunto, de alguna manera, este hecho de no contar con el dato sobre el presupuesto destinado a las TIC en la mayoría de los partidos entrevistados, tan sólo refleja un estilo de hacer política muy generalizado en el medio costarricense, es decir, el hablar de dinero o de presupuestos en política resulta un tema poco común y al parecer, sigue siendo no solo tabú sino un asunto casi “secreto”.

Otra de las respuestas comunes entre los encargados de las páginas *Web* de los partidos es el hecho que las páginas fueron creadas todas hace más de un año, a excepción del PFA que “no recuerda” hace cuanto fue creada. Y en casi todos los casos, estas son actualizadas diariamente, a excepción de la página del PFA que es actualizada cada dos días y la del PLN, semanalmente.

Todos los partidos políticos consultados cuentan con una “base de datos” tanto de partidarios como de público en general, en algunos casos, estas bases de datos tienen un nombre

específico, por ejemplo, la base llamada “SIGE” (Sistema de Información y gestión Electoral) del PAC o el “Padrón Verde” del PLN. Estos padrones o bases de datos son utilizados para comunicaciones internas o externas al partido, es decir, se utilizan para enviar información y comunicados a los afiliados partidistas como para el público en general. En el caso de las bases de datos mencionadas, es posible segmentarlas por públicos y enviar mensajes a sectores específicos, ya sea segmentos por edad, sexo, profesión u ocupación, ubicación geográfica, entre otros criterios.

Casi ninguno manifiesta haber tenido problemas de seguridad informática en los últimos tres meses, a excepción del PASE que registra problemas de todo tipo, de virus a accesos no autorizados, pasando por “gusanos” y “ataques troyanos”.

Finalmente, entre los datos comunes hay una respuesta uniforme y contundente entre todos los encargados de las páginas, todos sin excepción alguna manifestaron estar “muy de acuerdo” con la siguiente afirmación: “Internet tendrá un papel transcendental para la campaña electoral en las próximas elecciones 2010”. Sin embargo, contrasta el hecho que, a pesar del reconocimiento que se hace en esta afirmación, ninguno pudo dar respuesta decisiva a la pregunta referida a los datos sobre el presupuesto del partido destinado a las TIC, lo que hace pensar que si bien hay claridad del potencial de las TIC para una campaña no es así el planeamiento del uso de las mismas y la inversión que eso requiere.

Sin embargo, ante la pregunta sobre aquellos aspectos en que Internet contribuiría “en el manejo y desarrollo de una campaña electoral” surgen respuestas variadas, pero las que más se repiten son: en la de “disminución de costos por publicidad electoral”, “en la

circulación de información útil” y en la “ampliación del debate por medio de foros”, se registra en menor medida la “circulación de rumores”, la “organización del partido y las “contribuciones económicas”.

En las preguntas referentes a la cantidad de computadoras y de conexiones con que cuenta cada partido, como era de esperar, los más pequeños registran cantidades de computadoras y conexiones menores que los que son más grandes. Así el PASE, el PFA y el PML registran entre 1 y 2 computadoras para el partido y de igual manera, la cantidad de conexiones. Mientras que el PAC y el PLN registran 23 y 28 computadoras respectivamente, sólo el PAC responde que tiene 7 conexiones, mientras que el PLN no responde sobre ese punto.

Con respecto al registro de la cantidad de visitas por página, los datos no parecen confiables en ninguno de los casos, por lo que se omiten en este reporte. Al parecer no se utiliza el mismo criterio de registro, cuando lo hay, se presentan datos tan disímiles, que oscilan entre las doscientas cincuenta (250) visitas diarias hasta quince mil (15000) a la página de uno de los partidos.

Por último, casi ningún partido tiene programas de capacitación en el uso de las TIC para su personal técnico, por lo que las necesidades señaladas en este sentido fueron muy variadas también. Por ejemplo, se mencionan de manera general, como necesidades de capacitación tres opciones: “en nuevas ofertas del mercado”, “en el uso político de la *Web*” y “en redes de seguridad”.

El “menú” de las Web de los partidos políticos

En el cuadro 10.4 se muestran diferentes informaciones relacionadas con los contenidos u oferta de las páginas *Web* de los partidos

políticos. En la primera columna se aprecia la oferta de los menús de cada página. En el caso del PASE, como era de esperar, el menú presenta la división básica que se mencionó en el apartado trasanterior, por una parte, se ofrece información del diputado y por otra, se ofrecen enlaces con información del partido propiamente.

De manera inversa, en el caso del menú principal de la página del PAC, se presenta un listado de enlaces que priorizan la información relacionada con el partido, por ejemplo todo lo relacionado con los estatutos, visión, misión y demás datos asociados, sin embargo, se distinguen dos menús, uno que denominamos “vertical” hacia abajo y el otro “horizontal” o sea, presentado bajo la forma de “pestañas” rojas con diferentes encabezados, los cuales parecen repetirse.

En el menú vertical de la página del PAC, se pueden obtener documentos en versión “*pdf*” del “programa de gobierno” del partido, en el enlace con el mismo nombre. Por su parte, para cada uno de los enlaces verticales, se despliegan opciones de “Opinión” “Galería”, “contactos” y “próximos eventos” pero en ningún caso están actualizados, el enlace que sí tiene algunas informaciones, en algunas “ligas” dentro de cada una del menú principal, es el de “noticias”. Según explicó el encargado de la página del PAC “lo que pasa es que cada sección tiene su propio administrador y casi no la utilizan, esto va a cambiar con la nueva página”. Probablemente, esta duplicación de funciones se pone de manifiesto en la página del PAC al observar este juego de dos menús, el vertical y el horizontal, que lo que hacen es confundir un poco al usuario y minimizar el éxito en una búsqueda dentro de la página.

De igual manera, el “menú” principal de la página del PFA se presenta en dos direcciones:

vertical y horizontal, sin embargo, en este caso, los enlaces no se repiten en ambos menús, hay una división más funcional de estas pestañas. El menú horizontal se refiere básicamente a informaciones del partido como organización mientras que las “ligas” del menú vertical se refieren a informaciones más coyunturales y acciones que lleva a cabo el partido. De esta manera, la organización de los enlaces en la página del PFA se presenta como más amigable que la de la página anterior.

La oferta del menú de la página del PLN también tiene una presentación en dos vías, el menú vertical y el horizontal. En el primero de estos menús aparece información relacionada exclusivamente con el partido como por ejemplo la carta fundamental, sobre el comité ejecutivo, las finanzas y la fracción. Hay una parte de enlace con comunicados como se aprecia en la columna primera de la tabla 10.2. Sin embargo, en este menú vertical, se repiten algunos enlaces del menú horizontal como el *Blog* o los foros. Se pueden ver en la página, junto a las fotos, sin necesidad de registrarse como usuario. En el menú horizontal, para poder ver los archivos de la sección de noticias, el usuario se debe registrar con el número de cédula, mientras que en la sección de “*Blog*” es posible ver artículos redactados por miembros del partido sin necesidad de registrarse, éstos artículos se identifican como “pensamientos responsabilidad del autor”.

Por su parte, en la sección de “multimedios” de la página del PAC, se puede escuchar *podcast*. En el caso del enlace a los “procesos electorales” aquí se remite al usuario a una nueva dirección: www.plndigital.com, un sitio temporal que contiene la información sobre procesos electorales de Asambleas Distritales, movimientos y sectores. Así mismo se ofrece la opción de enviar consultas a través de la plataforma de “comentarios”. En el enlace de-

nominado “herramientas” se encuentran ligas a sitios donde se pueden descargar programas, instrucciones e información para poder ver la información del sitio, como por ejemplo, para los documentos en formato “pdf” se requiere del programa “*Adobe Reader*” o el programa “*win war*”, que permite descomprimir los archivos en formato “.zip” y “.rar”.

El menú de la página del PML se presenta también con un doble formato. En ambos menús, tanto en el vertical como en el horizontal, aparece información relacionada con el partido, en el primero hay además una sección específica sobre el líder principal del partido (Otto Guevara), en cuyo enlace se encuentran entrevistas, declaraciones y discursos. En otros de los enlaces de este menú se encuentra información noticiosa y de opinión así como sobre procesos electorales. Por su parte, en el menú horizontal, en el enlace “quiénes somos” se encuentra información sobre doctrina, historia y estructura del partido. Por su parte en el “*Blog* políticas públicas” se pueden ver artículos hechos por usuarios, entre otros.

Finalmente, en la página del PUSC aparece un menú horizontal que se ha dividido en “superior” e “inferior” con el fin de indicar que una parte se presenta justo bajo las fotografías principales que ofrece la página y el resto, en la parte inferior o baja de la página, sin mostrar enlaces de manera vertical como se presenta en las anteriores páginas. Hay que señalar que es la única página que ofrece la posibilidad de ver una versión en inglés de la misma, sin embargo el enlace “*English*” no funciona, lo que puede generar falsas expectativas en el usuario. Así mismo, hay otros enlaces que no funcionan del todo, por ejemplo, “Actualidad”, “Alcaldes”, “Sección Diputados”, “Boletín de Prensa”, “Expresidentes”, “Reglamento”, “Noticias” “Organigrama” ni “sitios de interés”. En suma, sólo funciona la sección de His-

toria en la que se ofrece información sobre el pensamiento socialcristiano en Costa Rica y la Sección de “Documentos” en la que se pueden ver manuales, formularios, boletas entre otros. Note que son más los enlaces que no funcionan que los que sí, además, la página de este partido aparece completamente desactualizada como se mencionó más arriba, lo que induce a pensar que para el PUSC estas plataformas virtuales no son muy importantes o bien, no se les acuerda la importancia que tienen, en lo que a imagen partidaria se refiere, en estos casos, sería más útil que apareciera una leyenda que diga “en construcción” y así advertirle al usuario que no encontrará la información que busca, con el fin de evitar la decepción o la mala imagen que puede crearse al respecto.

Símbolos y colores de los partidos utilizados en las Web

Los colores son, por lo general, utilizados para múltiples propósitos de carácter simbólico, representativo y de identidad visual. Los partidos políticos son organizaciones que tienen alto contenido de estos tres elementos, por lo que una de las características más emblemáticas son las banderas que los identifican. Este hecho se refleja de manera contundente en las páginas de cada uno de partidos políticos en estudio. En algunos casos, se construye el espacio virtual con los colores distintivos de la agrupación y en otros, se conservan los fondos blancos, con letras de color negro y algunos detalles con los colores distintivos. En todos los casos, las banderas de cada partido tienen únicamente dos colores. Por su parte, hay algunas páginas partidarias que muestran además de los colores emblemáticos, algunos de sus símbolos más representativos.

Así, el PASE muestra los colores de su bandera (blanco y azul) como fondo de la página mien-

tras que no presenta símbolos del partido, como se mencionó más arriba, predominan las fotografías como elemento icónico de la página. En el caso del PAC, el rojo y el amarillo se usan no sólo como fondos sino como colores para las letras, el rojo particularmente, y como se mencionó también anteriormente, esto dificulta la lectura y puede resultar un poco amenazante para el usuario, dado que ambos colores son cálidos. Estos presentados en “exceso” pueden generar rechazo. Se visualiza la bandera del PAC en una de las esquinas, lo que muestra la intención clara de proyectar por esta vía una identidad partidaria.

En el caso del PFA, la presencia de los colores en más tímida aunque está presente, predomina el blanco de fondo con el negro de las letras, el color amarillo, distintivo de su bandera (toda amarilla con el nombre del partido en negro en el centro) aparece como difuminado o como sombra de algunos elementos iconográficos asociados a siluetas humanas, representando grupos humanos pero de manera figurativa.

La página del PLN es la que más destaca en el uso de colores emblemáticos y símbolos que identifican la pertenencia partidaria. Como se aprecia en la figura correspondiente más arriba, en esta página aparece el verde y el blanco como colores predominantes (su bandera tiene esos colores en franjas horizontales), pero además, los dos símbolos más destacados, como son la rosa figurativa “sola” y la bandera, se distingue más abajo, en el menú vertical, el puño cerrado con la rosa roja bordeada de negro, para identificar al “Instituto de Educación Política” del partido pero que corresponde también a la Internacional Socialista de la cual el PLN forma parte.

De igual manera, en la página del PML destacan los colores de su bandera, el rojo y el

blanco, si bien su símbolo es una especie de “gaviota” figurada, en vuelo, de color blanco, que atraviesa la bandera roja, en la página no aparece este símbolo, sólo se utilizan los colores como fondo. El color negro sólo se usa para las letras. Hay que señalar que el rojo es utilizado de manera discreta, en menor medida que el blanco, lo que facilita la lectura y vuelve amigable el espacio, en la parte inferior y lateral se juega con grises.

Finalmente el PUSC utiliza en su página, los colores emblemáticos de su bandera, el rojo y el azul, los utiliza como fondo y los suaviza con el fondo blanco de la página. Estos tres colores juntos forman la bandera nacional compuesta por una franja azul y otra blanca arriba y abajo, divididas por una franja roja. Llama la atención que en la página del PUSC no aparecen símbolos partidarios pero sí el símbolo patrio de la bandera nacional en una de las esquinas. Este elemento visual puede causar confusión al usuario, sobre todo para aquel que no es nacional.

Recursos multimedia y de periodismo ciudadano en las páginas Web de los partidos

Los recursos multimedia que se rastrearon en las páginas *Web* de los partidos políticos se refieren básicamente a las TIC, definidas anteriormente en el recuadro 10.1 a partir de la descripción que hizo Sánchez,³⁵ quien incluye en las TIC además de Internet y la computadora, las cámaras digitales, las grabadoras audiovisuales y los teléfonos móviles, entre otras.

En el cuadro 10.4, en la columna correspondiente a “multimedios” se señalan aquellas herramientas con que cuenta cada partido en su página. En algunos casos, el enlace hacia algún multimedia aparece pero éste no está habilitado.

En su mayoría, los partidos cuentan con galerías de fotografías, cuya importancia ha sido discutida más arriba en lo que respecta a la presencia visual de sus principales líderes. Lo menos común son los medios de comunicación masivos en su versión digital, sólo el PML cuenta con un vínculo de “radio ML” aunque este no está habilitado aún, en el caso de la página del PFA se encuentran enlaces con medios de comunicación virtuales y alternativos en el país y de la región de Latinoamérica.

También, en la mayoría de las páginas hay enlace al correo interno del partido y a algún número de fax. Es menos común encontrar *podcast* (archivos de sonido) como en el caso de la página del PLN y la del PFA que ofrece audio sobre eventos y música. Por su parte, el PFA ofrece videos, sobre todo con enlace al sitio de “*youtube*”, de igual manera la página del PASE ofrece una sección de videos.

Menos común es encontrar “*chat*” habilitados, como en el caso del PUSC que incluye en su página varios enlaces, incluido el del “*chat*” y del correo electrónico, pero ninguno está habilitado.

En el caso de los recursos de periodismo ciudadano, que se refieren *grosso modo* al uso que hacen los usuarios de las herramientas de la *Web 2.0* para socializar información en línea,³⁶ concepto discutido más adelante. Entre las herramientas más utilizadas en las *Web* de los partidos políticos, destacan aquellas que permiten un cierto nivel de interactividad con los usuarios. Así predominan la “encuesta” o “sondeo” sobre temas de interés político coyuntural, los *blogs* y los foros, básicamente. En la mayoría de

35 *Supra*. Recuadro 10.1 “Sobre las TIC”. p. 6

36 Ver *Infra*. En la sección “Participación política en la Web 2.0: el proceso de referéndum 2007” p. 48.

los casos, para acceder a estos espacios de “interacción” se requiere de inscripción o identificación, lo que resulta de alguna manera obvio, ya que la socialización y discusión de temas de interés partidario o político requiere, según el sentido común, un mínimo de identificación de los interlocutores, esto da credibilidad al debate a la vez que garantiza cierta transparencia y evita las participaciones de personas con intenciones menos democráticas.

Así, según se muestra en la columna respectiva del cuadro 10.4, el PASE además de una sección de “opinión”, cuenta con un foro y una sección de “Cartas al Diputado”, en la que aparecen cartas con contenidos positivos y halagadores de la labor del diputado. En el caso del PML su página cuenta con una sección de “Blog” que está organizada por temas de interés, el nombre completo de la sección apela a las “Políticas Públicas”. Por su parte ofrece la posibilidad de que el usuario haga su página principal en el enlace “herramienta”, le da la opción al usuario que escoja el *website* del PML como página principal al entrar a Internet, también cuenta con “sección de encuesta”. En la mayoría de los casos, las secciones de “opinión” o de “encuesta” ofrecen la opción “de marcado”, es decir, que se elige entre dos o más opciones “cerradas” de respuesta ante una pregunta determinada. En la página del PLN se ofrece acceso al “pérrico blog” y a “foros”, en ambos casos el usuario debe registrarse.

Rendición de cuentas y transparencia de los partidos en línea

Este apartado se escoge para incluir la información que aparece en dos de las seis páginas de los partidos estudiados. Note que en la mayoría de los casos, las páginas no ofrecen un apartado específico que evidencie la intención de “rendir

cuentas” o identificarse como “organizaciones transparentes”, sin embargo, en el PAC, en el PFA y el PLN se evidencia una “inquietud” al respecto.

En los tres casos mencionados, la sección enlaza con información relacionada con los contribuyentes o con el manejo de los recursos económicos de la organización partidaria. Así, en el caso del PAC, la sección se llama “contribuyentes” y como bien se señala, tiene información sobre éstos y los montos de contribución. Por su parte, el PFA no necesariamente ofrece una sección de este tipo, pero enlaza con la cuenta bancaria del partido para que los usuarios que quieran, hagan sus contribuciones, en el enlace se señala sin embargo, la obligatoriedad de poner el nombre completo y cédula para el reporte al TSE.

La campaña electoral y el uso de las TIC en España

La campaña electoral del 2008 en España tuvo como novedad un uso intensivo de las redes sociales de Internet y de los vídeos elaborados por los ciudadanos. Pero, además, la web se ha convertido en un punto central para organizar la campaña y captar voluntarios y se han desplegado múltiples opciones, como difundir información, posibilitar la comunicación con los líderes y representantes de los partidos, crear redes de apoyo, dar dinero y afiliarse, expresar opiniones y hacer propuestas, etc.

Entrevista a Rosa Borge, Ana Sofía Cardenal y Albert Padró-Solanet. (http://www.uoc.edu/portal/castellano/la_universitat/sala_de_prensa/opinio/2008/rosaborge.html)

Finalmente, el PLN ofrece dos secciones relacionadas con este tema, por una parte, una se denomina “finanzas” y la otra “contribuir”, sin embargo, ambos enlaces llevan al mismo sitio. En este hay documentos en formato “Excel” (hojas de cálculo) cuyo encabezado es “Tesorería”, estos documentos reportan las contribuciones de los partidarios del año 2005.

Cuadro 10.4
Oferta en línea de los partidos políticos
-páginas Web-

Partido Político	Secciones del menú		Símbolos y colores	Recursos multimedia	Recursos de "periodismo ciudadano"	Rendición de cuentas y transparencia
PASE	Menú Vertical		Predominio del azul y el blanco así como las letras en negro Sin símbolos partidarios	Correo electrónico Galería de Fotos Videos	Sección de Encuesta con opción de marcado Sección de "Cartas a Oscar López" Sección de Foro: sólo es accesible para usuarios registrados	No cuenta con alguna sección en específico
	Biografía Oscar López Ayuda Social: ayuda del diputado Cartas a Oscar López: cartas enviadas por la ciudadanía Noticias Contáctenos Enlaces Menú PASE: estatutos, proyectos de ley, documentos, denuncias, recursos de amparo					
PAC	Menú vertical	Menú horizontal	Predominio del amarillo y del rojo. Un poco de negro para algunas letras, pero aun las letras son rojas Se expone una bandera del Partido en el margen superior izquierdo de la página (rojo con amarillo)	Correo electrónico interno Correos electrónico para envíos masivos a los miembros que reciben las noticias del PAC Fax Galería de fotos Herramienta de búsqueda	Existe la opción de "Opinión" y de "Foro" (no están habilitadas o actualizadas)	Cuenta con una sección específica sobre "contribuyentes" que muestra la lista de ingresos y donaciones que realizan los miembros del partido
	Estatutos Código de Ética Visión, Misión y Valores Nuestro Pensamiento Estructura Partido Fracción Tesorería Pensamiento en Acción Contribuyentes Asambleas Distritales Programa de Gobierno Convocatoria a la Ciudadanía Organización Diputados (as) 2006-2010	Noticias Destacado Fracción legislativa Partido Eventos del día Voces ciudadanas Juventud Opinión				
PFA	Menú Vertical	Menú Horizontal	Predominio del blanco como fondo y del amarillo como color de contraste. Predominio de las letras negro con algunos encabezados en rojo oscuro. No hay símbolos del partido.	Fax Correo electrónico Video enlace con YouTube Podcast: audio Álbum Web: Galería de Fotos Herramienta búsqueda	No cuenta con herramientas de foro o de interacción con los usuarios	No cuenta con una sección específica aunque aparece un enlace a la cuenta Bancaria del PFA para hacer donaciones donde pide el nombre completo de quien dona y se especifica que es para el reporte trimestral de contribuciones que se hace ante el TSE
	Lo más reciente (noticias, artículos y declaraciones) Categorías Archivo América Latina AL-Medios Alternativos Costa Rica CR-Medios Alternativos	Quiénes Somos Inscripción Nacional Estatuto Contáctenos				

Continúa en la página siguiente ►

Partido Político	Secciones del menú		Símbolos y colores	Recursos multimedia	Recursos de “periodismo ciudadano”	Rendición de cuentas y transparencia
PLN	Menú Vertical	Menú Horizontal	Predominan el verde y el blanco como fondos. El negro se usa para las letras. En la esquina superior izquierda aparece la bandera verdiblanca, la rosa de la Internacional Socialista así como el puno cerrado con la rosa roja.	<i>Podcast</i> : audio Galería de fotos Chat Correo interno (estas secciones son sólo para los usuarios registrados que reciben las noticias del PLN)	Sección de Foro Perico <i>Blog</i> (el usuario debe registrarse para acceder a estos)	Hay una sección sobre “Finanzas” en la que se encuentran documentos con reportes de contribuyentes que es mismo que el enlace “Contribuir”
	Nuestro Partido Instituto de Educación Política (Rodrigo Facio) Estatuto vigente Proyecto Estatuto Comité Ejecutivo Congreso Nacional Finanzas Historia Nuestra Fracción Organización Tribunales Código de Ética Comunicados Publicaciones Otros sitios Blog Foros Utilidades	Noticias Foros <i>Blog</i> <i>Chat</i> Multimedios Procesos Electorales Contáctenos Herramientas				
PML	Menú vertical	Menú horizontal	Predomina el blanco y el rojo de fondos. El negro se utiliza para las letras. No aparecen símbolos partidarios	Radio Movimiento Libertario (no habilitado) Correo electrónico interno Galería de fotos Fax Herramienta de búsqueda	Blog Políticas Públicas Herramienta: Haga su página principal. Sección Encuesta: opción de marcado	No cuenta con una sección específica
	Otto Guevara Tema del día <i>Relial</i> ¿Qué es el MP? Editorial Política Pública Agenda Energética Agenda Municipal Agenda Titulación Agenda Social Asamblea Legislativa Comentarios Mujer Agenda Formación Tribunal interno Distritales Proselitismo Desde el pupitre Internacionales Crisis financiera Sondeo de opinión	Principal Blog Políticas Públicas Lecturas Estatutos Quiénes Somos Ideología Radio ML Vínculos				
PUSC	Menú Horizontal Superior	Menú Horizontal Inferior	Predominan el rojo y el azul en un fondo blanco que contrasta. Destaca un solo símbolo: la bandera de Costa Rica en la esquina superior derecha	Correo electrónico Galería de fotos <i>Chat</i> Correo electrónico (todos están deshabilitados)	La página <i>Web</i> muestra una sección de Foro, ésta no se encuentra habilitada	No tiene ninguna sección específica.
	Actualidad Diputados Alcaldes Boletín de Prensa Historia Expresidentes Reglamento Contáctenos	Noticias Organigrama Sitios de interés. Documentos Contáctenos Galería de Fotos Chat Foro				

Fuente: En colaboración con Mariam Carpio, con base en las páginas Web de los partidos políticos. [Consultadas el 15 y 16 de noviembre del 2008]

10.5 EL USO DE LAS TIC EN MATERIA ELECTORAL

El uso de las herramientas de Internet en los procesos electorales en Costa Rica es de reciente *data*, al momento del estudio, se reportan dos programas desarrollados en línea (inscripción de candidaturas de partidos y de fiscales así como un foro de discusión para las elecciones municipales del 2006). El TSE cuenta con una página Web (<http://www.tse.go.cr/>) que es de las más completas entre las analizadas en el presente capítulo.³⁷ El TSE ofrece el padrón completo así como los datos básicos de la ciudadanía a través del Registro Nacional, en cuyo enlace es posible hacer consultas y solicitar certificaciones en línea.

Sin embargo, hay una serie de programas y proyectos en desarrollo que serán puestos en práctica para las elecciones del 2010, incluido un plan piloto de voto electrónico para las elecciones municipales de diciembre del mismo año. Se contará con urna y padrón electrónico, pero los electores conservan la obligación de votar en la mesa que les corresponde. Con esta prueba, lo que se busca es adelantarse a la reforma electoral que está en trámite en la Asamblea Legislativa bajo el expediente 16.212, de la Comisión Especial de Reformas electorales y partidos políticos,³⁸ en la cual se prevé, el cambio de la regularidad de las elecciones municipales, es decir que, éstas serán cada dos años después de las nacionales, lo que implicará una actividad electoral más intensa que la que tenemos hoy. Así el voto electrónico podría ser muy útil para agilizar dichos procesos.

10.5.1 Proyectos del TSE en desarrollo

En el TSE se les llama “programas electorales” a aquellas iniciativas que se desarrollan en las diferentes etapas del proceso electoral, éstos cada vez más “se han ido tecnificando”. Según

indicó la institución, el TSE utiliza *softwares* de diferente tipo para estos programas. De estos, los más representativos son los programas de inscripción en línea de candidatos y de acreditación de fiscales y plazas públicas. Esta innovación lo que busca es potenciar el uso de la página *Web* y darle un carácter más interactivo.

10.5.2 Inscripción de candidatos, acreditación de fiscales y plazas públicas

La Unidad de TIC del TSE diseñó un formulario electrónico de inscripción con la capacidad de filtrar la información, es decir, que al no cumplir con alguno de los requisitos para el trámite, por ejemplo la cuota del 40% de candidaturas femeninas en las postulaciones, el mismo sistema lo rechaza.

Anteriormente, los formularios de inscripción se llenaban a mano, cada partido anotaba los nombres de los candidatos presentados para los puestos de elección. Este trámite además de hacerse a mano, se realizaba en la sede central del TSE, lo que adicionaba un tiempo al proceso de inscripción por concepto de desplazamiento y espera en la institución. En caso de no cumplir con todos los requisitos, era necesario volver de nuevo. Durante el proceso de elecciones municipales del 2006, se logró poner en funcionamiento este sistema de inscripción electrónica de candidatura, permitiendo a la institución depurar la

37 La página del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) recibe aproximadamente 50.000 visitas semanales, según datos del *Webmaster*, a partir del cuestionario contestado el 20 de octubre del 2008.

38 Consultado el 07 de diciembre del 2008 en la página *Web* de la Asamblea Legislativa. Disponible en el siguiente enlace: <http://www.asamblea.go.cr/actas/comision/electorales.htm>

información recibida y agilizar el trámite, cumpliendo de manera más ágil con el mes reglamentario para ello. Se mantuvieron los dos sistemas, pero más del 85% de los partidos inscribieron sus candidaturas en línea.

En este aspecto vale señalar que si bien todos los partidos políticos manifiestan, como se observó más arriba, tener acceso a Internet, sería útil ahondar sobre la valoración que tienen los partidos políticos de este proceso de “descentralización en línea” de las inscripciones y acreditaciones que desarrolla el TSE.

De igual manera se utilizó este sistema de inscripción en línea para la acreditación de los fiscales de mesa. Anteriormente se presentaban las nóminas y luego los encargados se movilizaban hacia la sede central del TSE para recoger las acreditaciones correspondientes. Con la acreditación en línea, se transcriben las nóminas en línea y se retiran los “carné” en la sede regional donde se escoja, dado que se habilitan algunas sedes regionales.

En lo que respecta a la inscripción de las plazas públicas, este trámite no se logró implementar en línea para el proceso electoral 2006, pero se espera que para el 2010 así sea, que las notificaciones y las resoluciones que actualmente se “pegan en unas burras”, como una especie de mural, a la entrada del TSE, se presenten en la *Web* y eviten los desplazamientos innecesarios a la sede central, para poder obtener la información, dado que se tienen sólo 24 horas para presentar apelaciones, en caso de desacuerdo.

Se espera la implantación de este sistema de inscripción en línea de los fiscales y de las candidaturas de los partidos para las elecciones nacionales de febrero del 2010. Lo ante-

rior pone sin duda de manifiesto que el TSE, al igual que otros actores políticos que se han mencionado en este estudio, considera que Internet tendrá un papel trascendental para las próximas elecciones 2010.

10.5.3 Rifa de posiciones en la papeleta

Para las elecciones nacionales del 2006 se logró la “tecnificación” del proceso de rifa de las posiciones de los partidos políticos en las papeletas. En el sistema se genera una papeleta electrónica, y conforme los partidos sacan un número, el mismo sistema va acomodando todas las papeletas donde el partido participa. Antes se hacía con una tabla, con el nombre de cada partido y se rifaba con “una bolita”. Así, lo que duró un tiempo aproximado de 3 horas en el año 1998, en el 2006 la actividad duró menos de una hora.

Todos estos procesos se están revisando para las elecciones del 2010, es por lo anterior que al momento de estudio, no están disponibles en la *Web* del TSE.

10.5.4 Implementación de Foros de discusión

En diciembre del 2006, para el proceso de elecciones municipales, se realizó un “debate virtual”, un espacio para la discusión de los partidos y de los candidatos a Alcalde. Se hizo un estudio que contrastó las respuestas que los candidatos daban con las propuestas programáticas. Se espera que esta experiencia se repita para las elecciones 2010 y permita una ampliación del debate. Existe la idea en el TSE de abrir foros en el sistema con el fin de poder contestar preguntas directamente y dar la oportunidad a los candidatos que participen en “*chats*” (salas de discusión en línea).

10.5.5 Estrategias de divulgación y promoción para las elecciones del 2010

El TSE tiene también previsto para las elecciones nacionales del 2010, la realización de una campaña de “actualización de domicilio” utilizando los medios de comunicación tradicionales: radio, prensa y televisión, además de la utilización de vallas publicitarias en vías públicas. Así mismo, se realizará una campaña de promoción para “ir a votar”, con el fin de cumplir con el mandato de la institución, de convocar a los votantes.

A través de un convenio con el PNUD y la FLACSO Costa Rica se desarrollará un programa denominado “Estrategias para la Ciudadanía Activa”, este programa será promocionado en radio y televisión y cuyo principal mensaje concentrará la atención en exaltar ciertos valores de la participación, orientado principalmente hacia la población con un rango de edad de 18 a 30 años. Este público meta es quien ha presentado en los últimos años mayores niveles de abstencionismo.

Por su parte, el TSE tiene en ciernes una negociación con RACSA para poder enviar mensajes masivos para la elección de febrero del 2010. Con el fin de cumplir con la obligación del TSE de publicitar el padrón antes del cierre (para que las personas inscritas puedan cambiar de domicilio y así, su lugar de votación) y con el objetivo de informar el lugar exacto dónde la persona tiene que ir a votar (después del cierre), se espera que a través del sitio “costarricense.cr” (130 mil usuarios con cédula aproximadamente) y del sitio “racsa.co.cr”, se envíe un correo a todos los usuarios de estos sitios que estén inscritos en el padrón nacional, para informales el

lugar dónde deben ir a votar. Este mensaje se les estará enviando en los meses de mayo y junio del 2009 y en el mes de enero y la primera semana de febrero del 2010.

Una negociación similar se está desarrollando con el ICE. Se espera poder enviar a todos los usuarios con teléfono celular registrado un mensaje con los datos sobre el lugar de votación que le corresponde. Incluso se prevé el envío de información concerniente al número de junta y al número de padrón que tendrá cada persona.

Para las elecciones 2010 también se contará con una línea de teléfono gratuita “120” y la página *Web* del TSE, en ambos casos se suministrará la información sobre el lugar de votación donde le corresponde a cada persona. Así, la estrategia de circulación y oferta de información sobre el lugar de votación de cada ciudadano estará disponible en diferentes medios: en el teléfono celular (mensaje de texto), en el correo electrónico y disponible en el sistema telefónico para aquellas personas que sólo por este medio pueden consultar o en línea a través de la página del TSE.

Con la estrategia anterior, se quiere evitar que se colapse el sistema telefónico, como sucedió el fin de semana del proceso de referéndum del 7 de octubre del 2007.

10.5.6 Manejo de bases de datos

Otra de las iniciativas en desarrollo consiste en el manejo digital de los datos de los partidos políticos referente a las fechas y horas de realización de las Asambleas, de los nombres de los responsables y de las actas. El objetivo de esta iniciativa es facilitar a los partidos políticos la solicitud en línea de las Asambleas y poder recibir una pronta respuesta por esta misma vía.

10.5.7 Programas internos del TSE

Si bien el TSE tiene “tecnificados” bastantes de sus programas, internamente, también realiza esfuerzos por ampliar la red en las regionales, con el fin de agilizar los procesos propios de distribución, conteo y envío de información y materiales el día de las elecciones.

La institución pretende buscar dispositivos tales como mensajes por celular, para que los funcionarios de las sedes puedan enlazarse y pasar la información, tanto para el planeamiento, como para el día de las elecciones.

10.5.8 Presupuesto de las TIC en el TSE

Es interesante señalar que el TSE no incurre en contrataciones de consultores técnicos externos para el desarrollo de *softwares*, dado que tienen un departamento propio de TIC que cuenta con personal especializado que desarrolla sistemas como los del formulario electrónico de inscripción. Esto hace que la inversión en materia de TIC se concentre básicamente en el *hardware* (compra de PC por ejemplo)³⁹ y en el pago de salarios de los especialistas que trabajan de manera permanente en el departamento. Según datos aproximados, el TSE invierte en TIC un 10% del total de su presupuesto anual.

En materia de capacitación, se señala que si bien el TSE cuenta con un laboratorio de cómputo, el cual es utilizado en mayor medida por el departamento de TIC, este también se utiliza para seminarios de capacitación en el uso de tecnologías para los funcionarios.

10.6 CONSIDERACIONES FINALES

El uso cada vez mas amplio y variado de las TIC en las distintas dimensiones de la política tiene repercusiones tanto en la reflexión con-

ceptual sobre la democracia, la participación ciudadana y el ejercicio del poder, como sobre aquellos aspectos más concretos relacionados con las campañas electorales y la administración de las votaciones.

En el plano más especulativo, el empleo de las TIC ha revitalizado el debate sobre la democracia representativa y la democracia directa, y se han desarrollado modelos y taxonomías de democracia electrónica. Así, es posible distinguir distintas tipologías propuestas por autores como Hagen⁴², Van Dijk⁴³, Bellamy⁴⁴ y Subirats⁴⁵, entre otros, cuyos planteamientos oscilan entre dos posiciones. Por un lado, los que consideran que el uso de las nuevas tecnologías mejorará las capacidades y el rendimiento de la

39 Según datos del TSE [cuestionario contestado por Webmaster del TSE el 20/10/08] la institución cuenta con aproximadamente 852 computadoras de las cuales 512 tienen conexión a Internet.

40 Según datos oficiales del TSE, el 51.6% de los que participaron en el proceso votó por el “SI al TLC” y el 48.4% por el “NO al TLC”. [Consulta en línea del 08 de diciembre del 2008]. Disponible en la siguiente dirección: http://www.tse.go.cr/ref/ref_def/pais.htm

41 Datos de la página oficial del TSE [consultada el 08 de diciembre del 2008] Disponible en http://www.tse.go.cr/ref/ref_def/participacion.htm

42 HAGEN, M. (1997). A Typology of Electronic Democracy (artículo en línea). Universidad de Giessen. (http://www.uni-giessen.de/fb03/vinci/labore/netz/hag_en.htm).

43 VAN DIJK, J. (2000). "Models of Democracy and Concepts of Communication". En: HACKER, K.L.; VAN DIJK, J. (2000). Digital Democracy. Londres: Sage.

44 BELLAMY, C. (2000). "Modelling electronic democracy: towards democratic discourses for an information age". En: HOFF, J.; HORROCKS, I.; TOPS, P. (eds.) (2000). Democratic Governance and New Technology. Londres: Routledge.

45 SUBIRATS, J. (2002). "Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y Tecnologías de la información y de la comunicación". En: CAIRO, H. (comp.). Democracia Digital. Límites y oportunidades. Madrid: Trotta.

democracia representativa; y por otro, los que proponen que la evolución tecnológica se oriente a sustituir, en mayor o menor medida, la democracia representativa por mecanismos de democracia directa.

Pero más allá de estos ejercicios teóricos, que resultan importantes desde la perspectiva de la filosofía y la ciencia política, las TIC han venido a revolucionar la forma de hacer política. Los candidatos, los partidos y los entes oficiales encargados de regular, supervisar y administrar los procesos de sufragio confrontan transformaciones profundas, consecuencia directa del uso de Internet y de la telefonía móvil, dos de los instrumentos tecnológicos que ya forman parte esencial de la

comunicación, la propaganda, la participación y el financiamiento electoral.

La reciente campaña por la presidencia de los Estados Unidos es un ejemplo claro de como las TIC han ido cobrando cada vez mayor relevancia. El avance de la Web 2.0, considerada como "red ciudadana", la posibilidad de transferir fondos en línea y la divulgación de información vía correo electrónico y mensajería son solo algunas de las nuevas modalidades que ya están presentes en el escenario político. En Costa Rica se utilizaron durante el referéndum sobre el TLC en el 2007 y seguramente estarán presentes con mayor intensidad en el proceso que se inicia con miras a las elecciones de febrero del 2010.

