

Como último elemento en el cuadro comparativo que se observo en los seis sitios, fue algún tipo de “Extras”, es decir, algún recurso creativo o interesante que pueda llamar la atención del visitante. En el caso de los dos partidos mexicanos, llama la atención que ambos tienen un vínculo llamado “Transparencia” en la pagina de inicio. Pero solo el PAN, detalla la asistencia de los diputados, las votaciones y la cantidad de fondos asignados a este grupo parlamentario. El PRI solo relata como debería ser la transparencia. El Partido Demócrata posee acceso desde su portada a un “Cabildo abierto en línea”, al abrir este vínculo, aparece la fecha y la hora del cabildo para poder conectarse y chatear directamente con un Congresista específico. El Partido Republicano ofrece Podcasting y la versión del sitio para celulares. Un vínculo muy interesante que posee el Partido Laboral se llama “Mitos y Mentiras” y les sirve para clarificar noticias aparecidas en los medios.

Capítulo IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

A lo largo de esta investigación se ha tratado de explicar y explorar como la Internet transformará gradual e inexorablemente la forma en que los políticos y la política operan. Si los que buscan darle forma al debate, enviar su mensaje y establecer su agenda no aprovechan la Internet en sus propios términos, pueden llegar a ser ignorados, menospreciados o eludidos.

Una de las cosas que debería animar y a la vez alarmar a los políticos es lo que la Internet hace con las expectativas de la gente: Se acostumbran a los sitios Web y a los servicios que realmente funcionan. Una búsqueda en Google tarda menos de una décima de segundo. Esta rapidez de respuesta hará que la próxima generación tenga expectativas similares para sus gobernantes, y no querrán esperar mucho tiempo para tener información o para que les den respuesta a una solicitud. El

público ya no se conformará con comunicados de prensa, ellos esperarán una pronta, simple, inteligible y sobre todo, una respuesta humana, así como las reciben de otras personas en la red. Esta interactividad rápida y fluida, se convierte realmente en un factor democratizante a tomar en cuenta. Así como lo afirma Felipe Nogra, “En contraposición con la imagen del marketing político como manipulación o tergiversación de los hechos, la tendencia que se observa va en este sentido: ayudar a que la democracia funcione cada vez mejor para la gente”.⁶⁵

El mundo “en línea” es un mundo más rápido, un mundo más caótico, y un mundo más confuso. Pero a la vez, también es un mundo más abierto y por lo tanto es más honesto. Tomando esto en cuenta, los políticos tienen dos alternativas: Pueden tratar de controlar este nuevo medio, para evitar cualquier desacierto que pueda avergonzarlos, o podrían adaptarse a este nuevo medio, así como sus votantes seguramente lo harán y lo están haciendo.

Por que al final no se trata de la tecnología en si, sino que de las personas, se trata de alcanzarlas, interactuar con ellas y escucharlas. Sin el aporte de los usuarios, sitios como MySpace y Facebook serían simplemente recipientes vacíos.

En el ámbito parlamentario la Internet se ha incorporado, o lo esta haciendo, en muchos parlamentos de países avanzados. Esta incorporación a las tareas parlamentarias esta creando polémica sobre el concepto y la posibilidad de una “democracia virtual”. Si los políticos saben dar un buen uso al Internet, esta podría ser un complemento del debate político y social, que habitualmente se ha llevado a cabo a través de los medios de comunicación tradicionales. Sería una herramienta al servicio de la democracia, porque la interactividad de este medio lo permite, creando una nueva situación en la comunicación política.⁶⁶

⁶⁵ Estrategias de Comunicación para Gobiernos, Compilaciones, Felipe Nogra, tercera reimpresión, 2005.

⁶⁶ <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic6ar7.htm>

Los políticos salvadoreños aun no han descubierto el potencial que tiene Internet, esto se refleja en el uso que hasta hoy le han dado a este medio. Los sitios Web de los partidos políticos que ya están en línea tienen poco atractivo visual, no son actualizados diariamente y no explotan la cualidad más importante que este nuevo medio aporta a la comunicación que es la interactividad. La deficiencia más común de estos sitios es que solo informan y en la mayoría de casos poseen vínculos que podrían ser de interés pero que a la hora de abrirlos el usuario se encuentra con la mala impresión de que están vacíos o que lo que ofrecen no funciona. Además, la mayoría no proyectan ningún tipo de elementos que pudieran interesar a la juventud.

A nivel parlamentario, ningún partido político salvadoreño ha dedicado un sitio Web a sus diputados, y esto puede ser debido a que desconocen los beneficios que la comunicación por Internet ofrece. Cuando las dirigencias de los partidos realicen que la Internet es una herramienta que bien utilizada puede ser valiosa para su comunicación política y se decidan a construir sitios Web para sus grupos parlamentarios, deberían tomar en cuenta que como primer paso importante tienen que tener claro que pretenden lograr con el sitio, es decir cual es el propósito que persiguen. Luego definir los elementos que el sitio debería contener para lograr este propósito y como tercer paso tener claro que los tres objetivos claves de un sitio de campaña política permanente, deben ser: informar, involucrar e interactuar.

Un diputado o grupo parlamentario que sepa aprovechar la Web y que realmente domine la comunicación en línea, actualizando su blog regularmente, dando una pronta respuesta a los e-mails que reciba, uniéndose y participando en grupos de discusión sobre temas que interesen a sus votantes, podría tener un gran impacto. El contacto de los votantes con sus representantes en los Congresos o Parlamentos, ya sea físico o virtual, puede facilitar que tengan una percepción personal del político, ya sea positiva o negativa, y que voten de acuerdo a esa percepción.

En definitiva, la incorporación de Internet a la actividad política, posibilita que los parlamentarios, desde sus despachos, sean accesibles y puedan ofrecer acceso a los internautas que lo deseen para enviarles críticas, propuestas o sugerencias. Además, que el poseer un sitio Web les da la oportunidad de exponer su trabajo, sus posiciones e iniciativas de una forma directa al ciudadano.

Al final de esta investigación nos podemos dar cuenta que a pesar de que esta tesis esta dirigida específicamente al Grupo Parlamentario de ARENA, los resultados de esta pueden ser aplicados a todos los partidos incluyendo los de oposición.

4.2. Recomendaciones

En El Salvador, a pesar de que todos los partidos políticos tienen presencia en Internet, ninguno de ellos aprovecha las enormes posibilidades mediáticas que hasta la fecha presenta este medio. Los partidos locales poseen sitios como fuentes de información, en lugar de un sitio de encuentro para sus miembros, los activistas y la ciudadanía.

Para la gente joven, Internet se ha convertido en una fuente esencial de información sobre los políticos y sus campañas, y el rol de las redes sociales como MySpace y Facebook son parte notable de la historia. En Estados Unidos, donde los políticos van a la vanguardia en el uso de Internet, el 42% entre las edades de 18 a 29 años, dicen que ellos se informan sobre campaña política en la Internet, el porcentaje más alto para cualquier fuente de noticias. Este porcentaje se ha duplicado desde enero de 2004, cuando solo el 20% de los jóvenes decían obtener noticias sobre política de la Internet.⁶⁷

⁶⁷ <http://people-press.org/report/384/internets-broader-role-in-campaign-2008>

Claramente y como se está demostrando en todo el mundo, la Web se esta convirtiendo en un factor fundamental para la elección de algún candidato. Aquí en El Salvador esta conciencia está empezando a desarrollarse y se puede observar que los políticos empiezan a entender que necesitan aprovechar y saber utilizar este medio. A partir de este año (2008) los candidatos a la presidencia de los dos partidos mayoritarios salvadoreños, tienen perfiles en Facebook. Pero ninguno de los partidos políticos representados en la Asamblea Legislativa posee un sitio Web oficial para sus parlamentarios, puede que esto se deba a una falta de imaginación y de visión. Esta falta de conexión con sus votantes locales cierra también las posibilidades a conectarse con los posibles votantes en el extranjero, (en caso de permitir el voto en el exterior) quienes representan una parte importante de la sociedad salvadoreña al mantener, a través de remesas, gran parte de la economía del país; y quienes debido a la llamada nostalgia patria ansían información sobre El Salvador. Cualquier persona en el mundo interesada por conocer el sistema político y legislativo del país actualmente no encuentra información que le presente un panorama amplio de dichos aspectos sociales. Si el voto en el exterior se llegase a aprobar, los partidos locales estarían en desventaja con aquel que sea el pionero en utilizar la Web.

En el caso del Grupo Parlamentario de Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), este posee un vínculo en el sitio Web oficial de su partido, en el cual aparece como “Fracción Legislativa”. Sin embargo, se puede observar que a la fecha, ya casi al final de la legislatura, la página Web que contiene la información de los diputados todavía aparece incompleta. Esta falta de visión del impacto de un sitio Web dedicado, puede ser comprobada con el poco reconocimiento que poseen los diputados entre la población, según lo informó uno de los periódicos de mayor circulación del país, La Prensa Gráfica, en la noticia titulada “Los diputados desconocidos” en la cual se refleja que la ciudadanía no tiene idea de quienes los representan en la Asamblea Legislativa ni como esta dividida dicha representación.

Es importante recordar que Internet presenta una oportunidad única que ningún político debiera dejar pasar. Hoy, la Web Social representa una gran instancia para

relacionarse con los ciudadanos jóvenes sobretodo con aquellos menores de 25 años, cuyas prácticas en consumo de medios, hacen que Internet sea un excelente medio para acercarse a ellos y escuchar sus inquietudes. “Si usted es político y no está en la red, simplemente no cuente con el valioso voto de los jóvenes”.⁶⁸

La eficacia de este medio puede ser observada en la actual campaña por la presidencia de Estados Unidos, donde los demócratas han tomado la vanguardia de conectarse con los jóvenes a través del Internet. Barack Obama, en julio pasado recibió preguntas enviadas por los internautas desde YouTube, acción nunca antes realizada en un ambiente político. Hoy Obama se perfila como uno de los candidatos seguros para la presidencia y claramente el voto del mundo de los jóvenes lo ha ayudado en el logro de este objetivo.

Por todo lo anterior, se recomienda al Grupo Parlamentario de ARENA que construya su propio sitio Web que le posibilitaría un nuevo medio de campaña permanente y un sin fin de oportunidades, ya mencionadas a lo largo de esta investigación, siempre y cuando sepan hacer buen uso de el medio. Así como Dick Morris, en su libro “El Nuevo Príncipe” afirma: “Un político necesita una campaña permanente para mantener una mayoría permanente. Quien no calcula cómo mantener su apoyo todos los días y sobre cada tema, casi inevitablemente caerá. Cada día es día de elecciones...”⁶⁹ Asimismo, Felipe Nogra al hablar sobre campaña permanente afirma, “...no hay que decidir estar o no en una campaña permanente: la campaña permanente es una realidad, y todos los actores políticos están inmersos en ella”.⁷⁰

Además, de recomendar un sitio Web como herramienta de una campaña permanente, para apelar a una audiencia joven se recomienda que el sitio tenga un atractivo visual y un formato amigable, similar al del Partido Republicano de Estados

⁶⁸ <http://www.elrepuerto.cl/admin/render/noticia/13369>

⁶⁹ El Nuevo Principe, Dick Morris, Primera Edición, reimpresión traducida, Buenos Aires, 2003

⁷⁰ Estrategias de Comunicación para Gobiernos, Compilaciones, Felipe Nogra, tercera reimpresión, 2005.

Unidos, pero con el diseño horizontal de pantalla completa, como el del Partido Laboral del Reino Unido, que es la nueva tendencia en el diseño de sitios Web.

Tomar parte de este nuevo mundo en línea conlleva también otra buena ventaja, y es que puede dar la impresión de que se es un político que está cómodo con la tecnología y la modernidad; además, al Grupo Parlamentario de ARENA esto le puede dar una imagen, de que son políticos visionarios que ven hacia el futuro.

En resumen, las recomendaciones generales de esta investigación, de por qué un grupo parlamentario debería tener un sitio Web propio, se pueden resumir en las siguientes:

- Utilizar Internet como medio de campaña permanente.
- Aprovechar las diversas posibilidades mediáticas que Internet ofrece.
- Propiciar un sitio de encuentro e información para sus miembros y activistas.
- Posibilitar la comunicación con los posibles votantes en el extranjero.
- Permite una relación y retroalimentación directa con la ciudadanía.
- Recurrir a Internet como medio para acercarse a los jóvenes.
- Utilizar el diseño de pantalla completa.
- Reflejar una imagen de modernidad.

4.3. Fuentes Consultadas

- **Libros**

1. COLVILE, Robert (2008), *Politics, Policy and the Internet*, Londres, Inglaterra.
2. GIBSON, Rachel (2003), *Political Parties and the Internet: Net Gain?*, Londres, Inglaterra.
3. IRELAND, Emilienne y TAJITSU NASH, Phil (2001) *Winning Campaigns Online: Strategies for Candidates and Causes*, Maryland, Estados Unidos.

4. GARCIA, Ramón (1991), *Diccionario Larousse Ilustrado*, Buenos Aires
5. MORRIS, Dick (2003), *El Nuevo Principe*, Dick Morris, Buenos Aires, Argentina.
6. NOGERA, Felipe (2005), *Estrategias de Comunicación para Gobiernos*, Compilación de Roberto Izurieta, Christopher Artenton y Rubén M. Perina
7. JOHNSON, Dennis (2004), Congress Online: Bridging the gap between citizens and their representatives, New York, Estados Unidos.

- **Investigaciones previas**

8. “Proyecto de Creación de un Website”, documento interno no oficial del Grupo Parlamentario de ARENA (2002).
9. Informe sobre la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la información (CMSI) Túnez 2005.
10. Documento de síntesis. Secretaría del Foro para la Gobernanza de Internet. 2007
11. Manifiesto de la Federación Internacional de Asociaciones de bibliotecarios y bibliotecas en el Mundo (IFLA)

- **Periódicos y Revistas**

12. Periódico “El Diario de Hoy”. El Salvador, agosto 2007.
13. Periódico “La Prensa Grafica”, El Salvador, septiembre 2008.
14. Revista El Economista – El Salvador, 19 de febrero del 2008/Año 3 #64

- **Sitios Web**

15. <http://www.ijj.derecho.ucr.ac.cr>
16. <http://www.siget.gob.sv>
17. <http://www.internetworldstats.com>
18. <http://www.ubolivariana.cl>
19. <http://www.uoc.es>
20. <http://www.leydeinternet.com>

21. <http://www.forum-global.de>
22. <http://www.itu.int>
23. <http://www.alegsa.com.ar>
24. <http://es.wikipedia.org>
25. <http://www.cem.itesm.mx>
26. <http://www.elcpapo.edu.mx>
27. <http://www.elsiglodetorreon.com.mx>
28. <http://www.razonypalabra.org.mx>
29. <http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx>
30. <http://personaybioetica.unisabana.edu.co>
31. <http://www.rrppnet.com.ar>
32. <http://www.esri.salford.ac.uk>
33. <http://www.cedi.uchile.cl>
34. <http://andrescampoy.blogspot.com>
35. www.suestudios.com
36. www.informaworld.com
37. <http://www.ndipartidos.org>
38. <http://revista.libertaddigital.com>
39. <http://www.iblnews.com>
40. <http://www.mundointernet.es>
41. <http://www.ndipartidos.org>
42. www.pri.org.mx
43. <http://lared.wordpress.com>
44. <http://evoterinstitute.com>
45. <http://www.nsrc.org>
46. <http://www.internetworldstats.com>
47. <http://www.consulintel.es>
48. <http://es.wikipedia.org>
49. <http://www.enterate.unam.mx>
50. <http://bvs.sld.cu>

- 51. <http://www.techterms.com>
- 52. <http://www.web-desingnz.com>
- 53. <http://www.microsoft.com>
- 54. <http://www.uv.es>
- 55. <http://es.kioskea.net>
- 56. <http://www.educared.org.ar>
- 57. <http://5lineas.com>
- 58. <http://www.monofactor.com>
- 59. <http://www.craigbellamy.net>
- 60. <http://www.ucm.es>
- 61. <http://people-press.org>
- 62. <http://www.elrepuertero.cl>

**Capítulo V: GUIA INSTRUCTIVA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SITO WEB
PARA EL GRUPO PARLAMENTARIO DE ALIANZA REPUBLICANA
NACIONALISTA (ARENA)**

→Ver anexo