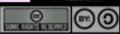


By: Luc Legay. « My Social network 1st nov 2007 » Work under Licence Creative Commons - Attribution-Share Alike 2.0 Generic



WEB Y POLÍTICA EN EL SIGLO XXI



 **CiGob**
FUNDACIÓN
Desarrollo de Ciencias
y Métodos de Gobierno

CONTENIDOS

COMPLEJIDAD Y GOBIERNO EN EL SIGLO XXI	
Las TIC´s y su impacto en la política y la gestión de gobierno	3
1. introducción	4
2. la tecnología: de la web 1.0 a la web 2.0	5
2.1. conceptos clave de la web 2.0	5
2.2. caracterizaciones	5
3. gobierno 2.0	7
3.1. las etapas de gobierno en la web	7
3.1.1. gobierno 1.0. los inicios: el folleto electrónico	7
3.1.2. el gobierno 1.5: las transacciones con el ciudadano	7
3.1.3. el gobierno 2.0: la colaboración entre gobierno y ciudadano	7
3.2. objetivos del gobierno 2.0	8
3.3. actividades	8
3.4. públicos	8
3.5. el nuevo paradigma y la red	9

4. los ciber partidos	11
4.1. introducción	11
4.2. algunas definiciones teóricas	11
4.2.1. definiciones	12
4.2.2. partidos de cuadros y partidos de masas	12
4.2.3. indentificación partidaria	12
4.2.4. variables de caracterización	13
4.3. el ciberpartido	13
4.4. primeros pasos	14
<hr/>	
apéndices	15
1. listado de sitios gob 2.0 de David Osimo	15
acerca del área I+D	17
acerca de la Fundación CiGob	18

COMPLEJIDAD Y GOBIERNO EN EL SIGLO XXI

Las TIC's y su impacto en la política y la gestión de gobierno.

Desde la Fundación CiGob trabajamos con el propósito de brindar herramientas a la Política para tomar decisiones en un contexto cada vez más complejo. Las investigaciones que realizamos tienen como objetivo comprender los nuevos desafíos que se le presentan a quienes asumen el desafío de transformar la realidad en el mundo actual.

En este sentido, vemos que en las últimas décadas se han dado procesos de cambio impulsados por la innovación tecnológica y la globalización en un contexto de suma complejidad. Los cambios que ocurren en un lugar repercuten rápidamente en otros a velocidades impensadas, nuevos actores aparecen en escena y el poder deja de estar en pocas manos. El futuro se vuelve cada vez más complejo e impredecible.

Nos encontramos así ante el surgimiento de un nuevo paradigma que se manifiesta en numerosas dimensiones de nuestra sociedad: la valoración del conocimiento por sobre el capital físico, nuevas formas de abordar los problemas sociales, nuevas maneras de generación del conocimiento, nuevas formas de construcción de liderazgos, entre otras. Frente a estas transformaciones, en un contexto que se complejiza cada vez más, los gobiernos y la política enfrentan el desafío de rediseñar sus estructuras y prácticas de trabajo que fueron pensadas y diseñadas para épocas pasadas.

Con la inquietud de analizar cómo influye este nuevo paradigma en la acción de los gobiernos, en el año 2010 iniciamos una línea de investigación denominada: Complejidad y Gobierno en el SXXI. Las TIC's y su impacto en la Política y en la Gestión de Gobierno.

1. INTRODUCCIÓN

La implementación de un gobierno y unos partidos políticos con plena utilización de los recursos de la web es un proceso que se desarrolla en diferentes carriles:

- La tecnología, movida por la creciente demanda de dos mil millones de usuarios y centenares de miles de empresas, organizaciones, universidades y ONG con presencia en la Red. Se puede afirmar que prácticamente todas las demandas actuales tienen respuesta tecnológica: desde operaciones ejecutadas en quirófanos a miles de kilómetros de distancia del cirujano hasta transacciones administrativas de cualquier naturaleza, acceso a bases de datos de cualquier site, etc.
- La sociedad conectada. Desde los pocos cientos de miles de usuarios en 1995 a los casi 2000 millones de la actualidad, las discusiones sobre la “brecha digital” comienzan a resolverse. Aunque lejos aún de una cobertura del 100% la Red es mucho más accesible ahora y lo será aún más, si se toma en cuenta la conectividad móvil, que alcanza los cuatro mil millones de celulares.
- El Gobierno motivado para abrirse a la Web. La clave es entender qué cambios internos y qué resistencias genera la apertura de la organización pública a los usuarios vía Web. Esta apertura no es inocua: pone en cuestión viejas estructuras y culturas organizacionales.
- Partidos políticos buscando nuevos modos de relacionarse con los votantes.

2. LA TECNOLOGÍA: DE LA WEB 1.0 A LA WEB 2.0

La brecha entre política y sociedad conectada se ensanchó dramáticamente en el último lustro, cuando hace su entrada una nueva etapa de desarrollo de Internet: la Web 2.0.

Web 2.0 es el término utilizado para describir la transición de las páginas web HTML estáticas a una web más dinámica que invita a la comunicación y un intercambio más abierto de información.

Es la web de segunda generación que implica una conversación o interacción con los usuarios que promueve la colaboración. En esencia, es la de dos vías Web o Web conversacional y describe los comportamientos en línea que son fluidos y dinámicos con un enfoque en el individuo y las redes sociales en línea a la que pertenezcan.

Las aplicaciones comunes incluyen:

Intercambio de información > Blogs, YouTube, la plataforma de microblogging de Twitter y otros como Yammer, Ning, etc.

Contenido, co creación y colaboración y Wikis (Wikipedia es el más famoso).

Redes Sociales online con un enfoque en el perfil individual construido en torno a redes de amistad o de negocios > Facebook, Myspace, LinkedIn y los mundos virtuales como Second Life.

Re-uso/re-mix de información a través de los medios de comunicación mashups que incorporan los medios de comunicación de videos y otros.

El usuario de navegación creando y categorizando al etiquetar información, folksonomías (taxonomías, creadas por la gente), marcadores sociales.

2.1. Conceptos clave de la Web 2.0

- Conversaciones
- Compartir

- Simplicidad
- Contenido generado por el usuario
- Periodismo ciudadano
- Interfaces “ricas”
- Folksonomías (indexación social, es decir, la clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, sin jerarquías ni relaciones de parentesco predeterminadas)
- Datos e información: lo más importante
- Reputación/confianza
- Tags
- Redes sociales
- Remezcla
- Software social
- Movilidad
- Creative Commons (la idea central de Creative Commons, cuya traducción vendría a ser “tierras comunales creativas” es ofrecer un modelo legal y una serie de aplicaciones informáticas que faciliten la distribución y uso de contenidos dentro de dominio público)
- Computación social
- Economía de la atención
- Larga cola: en cualquier lugar de la red se pueden encontrar soluciones, no hay jerarquías
- Recomendaciones
- Transparencia
- Inteligencia colectiva

2.2. Caracterizaciones

“Ciertas estructuras sociales autorreguladas pueden mostrar comportamientos inteligentes en sí mismas, siendo más eficientes que sus miembros individualmente”.

“El contenido es el rey porque existen nuevas posibilidades de compartirlo”.

“Abrirse al mundo, a otros puntos de vista, compartir toda la información posible y minimizar, llevarlo de un lado a otro, hacer remezclas, etiquetarlo y encontrarlo.”

“Además de consumir información, el usuario escribe weblogs, toma fotos, graba videos, los comparte, filtra y comenta. Crea un nuevo tipo de periodismo más colectivo y directo que el tradicional”.

“Muchos servicios dejan de ser aplicaciones encerradas en el ordenador personal para estar disponibles y ser usados vía web desde cualquier lugar”.

“La información generada, publicada y compartida por los individuos hace que surjan nuevos servicios basados principalmente en ese tipo de contenidos”.

“Redes en cuya estructura los nodos individuales son personas que mantienen relaciones, tales como amistad, intereses comunes o fines comerciales”.

“La participación de los individuos de forma activa es la razón de la existencia de muchos nuevos servicios”.

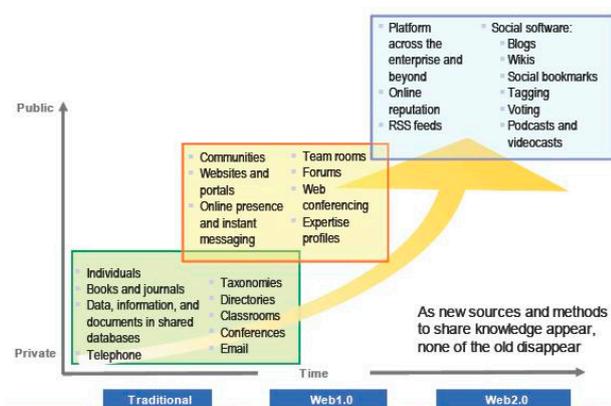
“Ante la sobredosis informativa de la actualidad, lo más valioso que tienen las personas suele ser su tiempo. Su moneda de cambio es por tanto la atención”.

“Actitud de las empresas y organizaciones a relacionarse directamente y de forma transparente con los consumidores gracias a las nuevas formas de comunicación y también internamente”.

“En un mundo sobresaturado de información, sistemas de filtrado colaborativo y participativo permiten generar recomendaciones fiables”.

Esta variedad de herramientas permite una gama infinita de combinaciones a disposición de los usuarios. No es un simple agregado de funcionalidades sino que habilita un cambio profundo de comportamiento de los usuarios y de los productores de contenidos.

Gráfico 1: Evolución de la gestión del Conocimiento



3. GOBIERNO 2.0

3.1. Las etapas de gobierno en la web

3.1.1. Gobierno 1.0. Los inicios: el Folleto electrónico

Para el mundo empresarial la adopción de la web ha sido un proceso sin mayores contratiempos: rápidamente las empresas se adaptaron a la lógica de un nuevo espacio de contacto con los clientes.

“Las empresas que innovan de forma efectiva pueden capturar una mayor cuota de mercado, reducir sus costos más rápidamente y son capaces de aumentar sus ganancias o mejorar su posición en el mercado por delante de los competidores.

Pero en gran parte del sector público no hay equivalentes a las “presiones de mercado” hacia los departamentos y agencias para responder con eficacia y rapidez.

En cambio, hay algunas fuertes barreras de aprendizaje organizacional a la adopción rápida y comprometida de las nuevas tecnologías, así como una tendencia general a la “aversión al riesgo” más que simplemente un retraso en la aplicación de los cambios. Como la sociedad británica es cada vez más Web orientada, un gobierno que no está en la Web se convertirá en cada vez menos visible, y su posición central en las redes sociales se reducirá (government on the web: a report by the comptroller and auditor general -1999. National Audit Office).

Innovación y riesgo son conceptos ubicados fuera del foco tradicional de la cultura de partidos y Estado. Como dice el informe de la Auditoría nacional británica, existe una “aversión al riesgo” que atenta contra la rápida implementación del gobierno web.

“El cómo responden los departamentos y organismos está conformado por influencias fundamentales tales como sus estructuras institucionales, las culturas de la organización, las orientaciones del personal, las inversiones anteriores de las TIC, y así sucesivamente. Una

Agencia plenamente compatible con la Web no se puede construir de la mañana a la noche. En particular, un organismo con eficaz base en la Web normalmente requiere cambios fundamentales en procesos de gestión. También requiere el desarrollo progresivo de una cultura de centrarse muy fuertemente y con atención en los ciudadanos y en las necesidades y comportamiento de las empresas privadas, que a menudo es más bien extraña a la manera habitual en que las agencias gubernamentales hacen transacciones e interactúan con sus clientes y usuarios” (government on the web: a report by the comptroller and auditor general -1999. National Audit Office).

“Estar en la Web” no es simplemente armar un Site y exponer información estática sobre la Organización. Como señala el informe de la Auditoría, hacia 1999 “la prestación de servicios vía web se encuentra en la infancia” – es el Gobierno 1.0.

La mayoría de los sitios del gobierno británica actualmente ofrece amplia información en un modo “folleto electrónico”, pero tienen pocas funciones más avanzadas o capacidades interactivas. No existe aún ninguna capacidad de los ciudadanos para llevar a cabo transacciones en la Web o utilizar el correo electrónico.

3.1.2. El Gobierno 1.5: Las transacciones con el ciudadano

En algún momento algunos sitios gubernamentales pasaron a una segunda fase de desarrollo: introdujeron la posibilidad de hacer transacciones. Los ciudadanos, además de consultar información pudieron hacer trámites, gestionar pedidos, inscribirse, postularse, etc. Los temas asociados a esta etapa son, básicamente, operativos y legales. Se trata de adoptar los procesos de tramitación a la nueva realidad digital (validación, firma digital, accesibilidad a todos los ciudadanos, etc.).

3.1.3. El Gobierno 2.0: La colaboración entre gobierno y ciudadanos

A partir de mediados de la década 2001-2010 de un modo progresivo, variado y fluido, los gobiernos fueron incorporando progresivamente las herramientas que iba generando la Web 2.0. No se trataba ahora de “observar” la Red de conversaciones sino de ser un nodo más

de la Red, un participante a la búsqueda de un “público” con el cual interactuar.

“La transformación del gobierno con modelos nuevos y efectivos de transparencia, colaboración e innovación en el sector público está cobrando impulso. Nuevas tecnologías Web 2.0 se han introducido y adaptado para el contexto de Gobierno. La privacidad, la confianza, el riesgo, la seguridad y problemas de escalabilidad de tecnología con la Web 2.0 están siendo superados. Es posible ahora la captura y retención de conocimientos a través de la mejora de las redes sociales de colaboración. La implacable presión para hacer más con menos en el sector público va a continuar:

- Para reducir costes, ahorrar tiempo, mejorar los resultados y crear valor.
- Para aprovechar y compartir los conocimientos de modo más rentable.
- Para modernizar prácticas de gestión.

Todos estos factores están creando la necesidad de aprovechar de manera responsable las nuevas tecnologías permitiendo la colaboración social. Implicación: acelerada transformación y el cambio organizacional. El Gobierno 2.0 requiere que los líderes adopten un conjunto de nuevas capacidades, que implican la adopción del cambio y habilidades de gestión de riesgos.

Eso requiere un cambio de paradigma – desde las redes externas hacia el interior de la organización – y de los controles adaptados. Requiere nuevas habilidades en el pensamiento de diseño, confianza y liderazgo para el cambio. El futuro está aquí para las organizaciones del sector público, y su nombre es Gobierno 2.0” (Liderando el cambio transformados en el sector público. Consultora Grant Thornton, autores: Martha Batorski y Doug Hadden).

3.2. Objetivos del Gobierno 2.0

- Mejorar la conciencia y la información del público.
- Mejorar los resultados de la gestión por medio del compromiso del público.

- Manejar los procesos de mejora continua.
- Crear comunidades de “actores interesados”.
- Mejorar las relaciones Gobierno-ciudadanos.

3.3. Actividades

- Conectarse-unirse.
- Comprometerse-conversar.
- Mostrar-transparencia.
- Compartir-colaborar.
- Consultar-interactuar.

3.4. Públicos

- Público general.
- Beneficiarios, usuarios, clientes de servicios públicos o planes sociales.
- Grupos de interés, ONG, organizaciones intermedias, sindicatos.
- Ministerios y otros departamentos.
- Empresas privadas.
- Medios de comunicación.
- Universidades, centros de estudios.

El Gobierno 2.0 obliga a replantearse tareas tradicionales de gobierno en un contexto de apertura de la organización a los ciudadanos. Los mecanismos conocidos de participación (presupuesto participativo, audiencias públicas, consultas populares, etc.) pueden ser replanteados utilizando las herramientas digitales.

Las siguientes definiciones del grupo de trabajo creado por el Gobierno Australiano para investigar, promover e implementar el Gobierno 2.0 en Australia ilustran sobre las características de esta nueva conformación organizacional:

“En general, la Web 2.0 es una fuerza hacia una mayor conectividad – que permite a las personas que se encuentren – para crear comunidades de interés en torno

a temas que les importan. Debido al rápido desarrollo tanto de las herramientas de la Web 2.0 y la aceptación de su uso por la comunidad, el impulso para una mayor participación en línea con los ciudadanos ha ido en aumento. Para el gobierno, la Web 2.0 ofrece otras modalidades de consulta e interacción con los ciudadanos y la comunidad de negocios en formas que pueden facilitar el diálogo, la creatividad, la colaboración y la asociación.

En las prácticas de gobierno significa una mayor oportunidad para los ciudadanos para actuar como interlocutores con el gobierno en la co-creación de políticas, planificación y establecimiento de prioridades y de las administraciones para aprovechar una mayor, la inteligencia colectiva y ofrecer una experiencia de usuario más rica.

Más razones por qué el gobierno debería estar usando herramientas Web 2.0:

- Web 2.0 ofrece nuevas formas para escuchar la voz de los ciudadanos y hablar con ellos en un tipo diferente de diálogo. El entorno en línea se convierte en un medio adicional por el cual los analistas en el gobierno pueden aprovechar la opinión pública como una forma de mejorar el diseño y prestación de servicios.
- La web social, puede ser una forma de captar, las tendencias sociales; ofrece al gobierno una nueva forma de escuchar la conversación a fin de recoger nuevas ideas que se están formando. Es una forma de tiempo real, de sondeo público rápido.
- Web 2.0 Gobierno ofrece una interfaz moderna con la que volver a establecer la “plaza pública” creando el espacio para las voces dispares de ser escuchados y estar conectados entre sí.
- El gobierno puede actuar como agente creativo facilitando el acceso a la información gubernamental y los datos y facilitar oportunidades a las iniciativas comunitarias nuevas e inesperadas oportunidades de negocio o para añadir valor.
- Reconoce y acoge con satisfacción el cambio de poder que se produce cuando las comunicaciones móviles, en particular, faculta a los ciudadanos un “in situ” las ventajas para transmitir una imagen o un tweet, antes del anuncio oficial o comunicado de prensa.
- Todos estos elementos sirven para dar la bienvenida a

la mezcla de los procesos de consulta del gobierno una nueva energía creativa extraídos de diferentes sub-culturas sociales y por lo tanto nuevas formas de pensar – es una nueva puerta de entrada al gobierno.

- Puede ser una fuerza para el cambio cultural organizacional, ya que crea nuevas formas de hacer las cosas que pueden conducir a una reactivación de los procesos internos del gobierno.
- La transparencia y la rendición de cuentas del proceso puede fortalecer la buena voluntad de los ciudadanos hacia el gobierno .”

En síntesis, el Gobierno 2.0 permite mejorar:

- La captación de las tendencias culturales, las demandas, prioridades y expectativas de la población. Es una buena alternativa a las tradicionales y costosas encuestas de opinión pública.
- Incorporar a sectores ciudadanos en el co-diseño de políticas que los afectan.
- La captación de ideas originales, la posibilidad de acceder a la “inteligencia colectiva”, que al fin encuentra un mecanismo para organizarse.
- Crea un nuevo rol para el Gobierno: ser el agente que permite que se creen “comunidades” centradas en determinados objetivos o temas, a los cuales les provee de información y coordinación.
- Se incorpora una fuerte presencia del ciudadano que obliga a un cambio organizacional. Los funcionarios pasan de ser “emisores” de directivas, a ser “coordinadores” de iniciativas de los ciudadanos.
- La transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana dejan de ser entidades formales o abstractas y se convierten en materia de la conversación cotidiana. Se termina la política de “restringir información”, “cajonarla” o utilizarla como moneda de cambio.

3.5. El nuevo paradigma y la Red

Concepto	Características Generales	Detalle
Paradigma General	El Sistema	La Internet: El sistema de todos los sistemas
Poder	Horizontal	La red no tiene jerarquías. El Gobierno 2.0 tiene que entender este principio si quiere operar con éxito la red
Conducción	Liderazgo Informal	La Red no tiene autoridades, pero hay líderes, referentes
Orden	Autorregulado	La red es básicamente un organismo autorregulado: no hay Gobierno, leyes o regulaciones
Ley	Natural, espontánea, producto del tiempo, jurisprudencia	El desarrollo de Internet es espontáneo, no planificado. Fracasaron unas propuestas y tuvieron éxito otras
Valores	Bien común, regla de oro, derechos inalienables	Una "moralidad de Red", basada en derechos y obligaciones. El fraude, la mentira y la mala fe aíslan de las comunidades en red
Cultura	Tribus, mitos, arquetipos	¿Una "cibercultura"?
Emociones	Contar con las emociones como componente de toda interacción social	La gente se integra a las redes sociales poniendo elementos emocionales en el intercambio
Redes	Cliente-Cliente-Servidor	La Red como mega sistema de información. La próxima Web 3.0: acceso a TODOS los archivos existentes en TODOS los sitios
Comunicación	Escritura. Comic, Gráficos dinámicos, lenguaje corporal, analogía, metáfora	Videos, Podcast, blogs, YouTube, compartir fotos, etc.
Medios	Muchos para muchos	Varios millones de blogs para millones de navegantes
Público	Interactivo	La clave de la web 2.0: se termina el "folleto electrónico" y no existe sitio sin una ventana para que el público opine
	Heterogéneo, complejo	De jóvenes científicos en los 90 a gente de toda edad y profesión, en el rango 15 a 65 años
Organización	La organización abierta, funciones cruzadas, abierta a proveedores y clientes	El Gobierno 2.0 tiene que modificar su concepto de organización: de afuera hacia adentro, participativa, colaborativa, etc.
Liderazgo	Integrador, capacidad para sacar lo mejor de cada subordinado	El Gobierno 2.0 requiere un nuevo liderazgo técnico-político: gran capacidad de comunicación, coordinación, estimulación, integración, arbitraje. Menos reuniones de gabinete y más participación en los foros con las comunidades de colaboradores externos
Procesos	Creatividad, experimentación	Probar, aprender, experimentar, ensayar demos, ir de menor a mayor. Las herramientas de la web 2.0 permiten hacer algo impensable para el gobierno tradicional: experimentar, probar ideas, crear pequeñas demos, pilotear experiencias a bajo costo, es decir, sin necesidad de discusiones presupuestarias previas
Orientación al	Proceso, cliente, usuario	Comunidades, redes sociales, partners, colaboradores
Objetivos	Satisfacer necesidades, generar experiencias humanas	Participar en comunidades, colaborar en la gestión pública, en el diseño de soluciones, genera una satisfacción por el hecho de experimentar esa experiencia
Orientación hacia	Acción	Por Internet se actúa: se firma un petitorio, se manda un mensaje a tus amigos, se compra, se hace un trámite
Capacitación	Permanente	La Red como una escuela, biblioteca, archivo, periódico, permanente y actualizado

4. LOS CIBER PARTIDOS

4.1. Introducción

Los partidos políticos en todo el mundo están sacudidos por variadas crisis. En un mundo más sencillo, hace medio siglo, los partidos eran un canal apropiado para la expresión política de los ciudadanos. Tenían, muchos de ellos, una larga tradición en la reelaboración de las demandas de la sociedad, una doctrina más o menos consolidada, una base social de apoyo indiscutida, experiencia de gobierno o legislativa. Los Partidos daban cátedra a través de la prensa partidaria (“La Vanguardia” – PS, “Nuestra Palabra” – PC, L’Humanité – PC de Francia, etc.). Los candidatos emergían bajo el “ala” del aparato político partidario, en manos de una burocracia que controlaba el poder interno, el armado de listas y el manejo del conflicto interno. Las rupturas eran pocas y sus efectos duraban años. La UCR se rompió en 1958 entre la UCR del Pueblo y la UCRI. Esa escisión marcó por décadas enteras al radicalismo. El PC tuvo una ruptura por izquierda (el PCR) y también el viejo Partido Socialista (el PSV). Aún se comenta eso.

Hoy, en cambio, en Argentina hay varios partidos de origen radical, dos o más peronismos, incontables socialismos. Y a nadie llama la atención. En 2003 el peronismo presentó tres candidatos y el panradicalismo otros tantos.

La crisis partidaria no sólo se expresa en la fragmentación. Hay pérdida de afiliados. Hay baja participación en las elecciones internas. Hay corte de boleta entre elecciones nacionales y provinciales, o entre ejecutivas y legislativas. Hay partidos sin candidatos y candidatos a la búsqueda de partidos. Se vota por razones muy poco doctrinarias: por la excitación de un candidato novedoso, por mera oposición al gobierno de turno, por rutina, por exitismo, o por lo que sea. Las siglas partidarias, como marcas en los supermercados, se crean en ocasión de cada elección, ya que ningún partido compite “solo”, sino en “Frentes”: Frente de la Esperanza Renovadora, Frente Unido de Tucumán para Todos, y otras fantasías. Nadie recuerda esas siglas dos años después: la identi-

dad partidaria sólo queda para un núcleo duro de peronistas, radicales o socialistas.

Los problemas de todos los días se resuelven en la cola clientelar de los gobernantes nacionales, provinciales o municipales, en las que el Partido no tiene mucho que hacer más que presentar la lista de los “clientes” que serán adjudicatarios de planes y subsidios.

Los problemas, muchas veces, son abordados por ONGs, grupos de intereses, asociaciones de todo tipo: feminismo, ecología, discriminación, reclamos de servicios públicos, más seguridad, etc. Allí muy pocas veces se ve operando a los partidos.

O sea: los partidos están perdiendo razón de ser, sólo quedan como herramientas electorales – en razón de su carácter jurídico de sostén de candidaturas – y han desatendido los problemas cotidianos de la gente o la formación de cuadros y la discusión interna por cuestiones programáticas. Es hora que cambien.

4.2. Algunas definiciones teóricas

Observando cualquier texto de política comparada se podrá obtener una lista de las principales funciones que desempeñan los partidos políticos en una democracia, por ejemplo:

- La preparación y reclutamiento de candidatos a cargos públicos.
- Interés en la agregación y articulación de demandas: la transformación de una multitud de demandas específicas en varios paquetes manejables de propuestas. Los partidos seleccionan, reducen y combinan los intereses, actuando como un filtro entre la sociedad y el Estado, decidiendo cuales pueden pasar a través de su red.
- Un punto de referencia para muchos partidarios y los votantes, una clave para interpretar un mundo político complicado.
- Dirección de gobierno: da dirección al buque del Estado, ayuda a la formulación de políticas públicas y a la conducción del gobierno.

4.2.1. Definiciones

La primera definición explícita de “partido” la da Edmund Burke en 1770: *“Un partido es un cuerpo de hombres unidos para promover, mediante su labor conjunta, el interés nacional sobre la base de algún principio particular acerca del cual todos están de acuerdo (...) esta generosa ambición de poder se distinguirá fácilmente de la lucha mezquina e interesada por obtener puestos y emolumentos”* (Esta última caracterización la reserva Burke a las “facciones”, terminando con la larga confusión entre “facción”, de connotación negativa, y “partido”).

“Burke colocaba al partido dentro de la esfera de gobierno (...) proponía que ésta fuera la tarea de los partidos (...) No fue mucho después de este gran avance intelectual de Burke cuando la Revolución Francesa barrió el Continente (...) hubo un solo aspecto en torno al cual los revolucionarios franceses mantuvieron la misma idea y hablaron con una sola voz: la unanimidad y la persistencia en sus condenas a los partidos (...) Condorcet, al asesorar a los Girondinos aducía que “una de las necesidades fundamentales de la República Francesa es no tener ningún partido” (Giovanni Sartori, *Partidos y sistemas de partidos*, Alianza Editorial, 1976).

“Cuando la palabra “parte” se convierte en “partido”, disponemos, pues de un término que está sometido a dos atracciones semánticas opuestas: por una parte, la derivación de partire, dividir, y por la otra, la asociación con participar, y en consecuencia con compartir” (Giovanni Sartori, *ídem*).

- Los partidos no son facciones.
- Un partido es parte de un todo.
- Los partidos son conductos de expresión.

(...) Los partidos... son un instrumento para representar al pueblo al expresar sus exigencias (...) no se desarrollaron para comunicar al pueblo los deseos de las autoridades, sino para comunicar a las autoridades los deseos del pueblo” (Sartori, *ídem*).

“El partido no es una comunidad, sino un conjunto de comunidades, una unión de pequeños grupos diseminados a lo largo y ancho del país (secciones, comités, asociaciones locales, etc.) ligados por instituciones coordi-

nadoras” (Maurice Duverger, *Political Parties*, Methuen, 1995).

4.2.2. Partidos de cuadros y partidos de masas

“La distinción entre partidos de cuadros y partidos de masas no se basa en sus dimensiones, en el número de sus miembros: no se trata de diferencia de tamaño sino de estructura (...)

Los socialistas aspiran, en primer lugar, a educar políticamente a la clase obrera, a formar en ella una élite capaz de tomar en sus manos el gobierno y la administración del país: los miembros constituyen, por ende, el elemento fundamental del partido, la materia prima de su actividad (...)

El partido de cuadros corresponde a una concepción opuesta: en este caso se trata de agrupar a una serie de personalidades al objeto de preparar elecciones, dirigir campañas y mantener contacto con los candidatos. Personajes influyentes, en primer lugar, cuyo nombre, prestigio o conexiones respalden al candidato y le aseguren votos; en segundo lugar expertos que conozcan el arte de manipular a los electores y de organizar campañas, y por último, financieros que aporten material de guerra. Lo que importa aquí no es la cantidad sino la calidad” (M. Duverger).

4.2.3. Identificación partidaria

“Un partido es de masas si sus electores se identifican con él. Pero la identificación es un proceso lento que tiene lugar a través de una socialización política gradual, en la familia, entre los amigos, en el trabajo. De aquí se deduce que es poco probable que quienes se identifican con un partido cambien con frecuencia su fidelidad política” (J. Blondel, *Partidos de masas y sociedades industrializadas*).

“Ser “partidarios” de algo significa siempre identificarse con un grupo y diferenciarse de otro. Todo partido, en su misma esencia, significa asociación en una determinada organización y diferenciación de otras por un programa específico” (...)

“La tarea primordial de los partidos es la de organizar la caótica voluntad pública “Sacar orden del caos de

una multitud de votantes” (Lord Bryce). Son agentes de ideas, que constantemente aclaran, sistematizan y exponen la doctrina del partido. Son representantes de los grupos sociales de interés, que acortan las distancias entre el individuo y la gran comunidad. Elevan al máximo la educación de los votantes en el esquema competitivo de por lo menos dos partidos y aguzan su libertad de opción” (Sigmund Neumann, en *El Gobierno: estudios comparados*, Alianza Editorial, 1981).

4.2.4. Variables de la caracterización

Estructura	Organizada Parcialmente organizada Desorganizada
Motivación	Reparto del Poder Promoción de Ideas Ambas
Actitud	Ideológica Pragmática Mix
Posición	Izquierda Centro Derecha
Liderazgo	Personalista Equipo Mix

A esta clasificación de atributos se le podría sumar:

Objetivos programáticos:

- Amplios, generales.
- Puntuales, específicos (Partido Verde, Partido agrario, regionales, etc.).

Finalidad:

- Obtener cuotas de poder.
- Testimoniales.

Grado de participación:

- Controlados por una burocracia del aparato.
- Alta participación de los afiliados.

Otras formas de partido:

Además de los partidos de masas y los de cuadros han surgido otras formas:

- Catch-all: Son partidos extremadamente pragmáticos, con baja intensidad ideológica, alto grado de desarrollo de la maquinaria electoral, gran poder económico. Se derivan de los viejos partidos de masas, despojados del carácter ideológico y de representatividad específica de clases o sectores sociales.
- Los partidos “Cartel”: profesionalizados, pequeños, con gran llegada al aparato estatal, financiados desde el Estado. Muchos partidos europeos entran en esta clasificación.

4.3. El Ciberpartido

En un contexto de crisis partidaria se asiste a la instalación de la plataforma web 2.0 como nuevo escenario de confrontación social y política. Antes que los partidos tomaran conciencia de esto, muchos movimientos sociales, ONGs, grupos de presión, etc., han instalado una fuerte presencia en la web. No sólo por medio de sus sitios web, sino a través de su presencia en foros, wikis, redes sociales, etc.

En lugar de la afiliación tradicional, los ciberpartidos ofrecen a los votantes la oportunidad de desarrollar vínculos más estrechos con el partido y más beneficios de los que se asignan tradicionalmente a los miembros.

Los “ciberpartidos” replantean el papel de los partidos en los siguientes puntos:

1. Se rompe la distinción entre “afiliado” y “simpatizante”: interesa no tanto la afiliación como la popularidad en la red, la captación de redes sociales, el incremento de las visitas.
2. Se rompe el poder del aparato: se transparenta la selección de candidatos, la discusión de propuestas programáticas, etc. Los candidatos, para imponerse, deben tener presencia en la Red, con sitios propios, Facebook, Twitter, etc.

3. Se crean “tareas partidarias” virtuales. En vez de pegar carteles, los militantes son invitados a crear sitios Wiki, participar en foros, en redes sociales, crear cadenas de contactos, crear eventos.

4. Se recogen demandas, quejas, pedidos de forma directa, “puenteando” el tradicional papel de los “punteros”.

5. Se puede establecer programas de e-learning de capacitación de cuadros y funcionarios.

6. Los partidos pueden competir con las ONGs en detectar y organizar la demanda social específica, crear wikis vecinales o sectoriales, foros de discusión, etc.

7. Los sitios web se pueden utilizar para unir las unidades locales o sectoriales de los partidos descentralizados.

8. Los sitios web partidarios pueden ser utilizados con buenos resultados para explicar al electorado los intrincados trámites del armado de coaliciones políticas.

El reto para los partidos políticos es encontrar formas de agregación de intereses en la misma forma que los movimientos sociales populares ya lo están haciendo.

No hay duda que la capacidad de los sitios web bien diseñados para presentar un portal de inicio coherente, en comparación con las fragmentadas ONG y movimientos sociales, muestra una capacidad de los partidos para aportar un punto de referencia.

Los partidos tienen que redefinir su concepto de “identificación” y trabajar para crearse una identidad en Internet.

El incremental “construir y aprender” característico de las tecnologías basadas en la web significa que los partidos, al igual que todas las organizaciones, tienen que empezar a interactuar con sus seguidores en el fin de desarrollar la relación. La presencia en Internet no es algo que se puede establecer un día para otro. Con organizaciones de todo tipo que invierten tiempo y recursos en tecnologías basadas en Internet para desarrollar sus relaciones con sus clientes, los partidos políticos que no sigan su ejemplo pueden encontrarse cada vez más aislados de sus partidarios.

4.4. Primeros pasos

Los partidos que desean establecer una presencia permanente y significativa en la Red, deben desarrollar algunas de las siguientes tareas:

- Discutir qué modelo de colaboración Partido-Ciudadanos adoptar, en términos de:

- Criterios de membresía (afiliados plenos, amigos).

- Niveles de participación que se darán a unos y otros.

- Herramientas generales que se pondrán a disposición (sitio web, Wiki, Facebook, etc.).

- Armar “tareas” que permitan atraer y canalizar la participación (encuestas, relevamiento de necesidades barriales o sectoriales, foro de discusión de propuestas, aporte de columnistas, blogs personales, concursos de ideas, diseño colaborativo, “carta de lectores”, relato de experiencias, etc.).

- Acceso a información partidaria: programas, proyectos de ley, actividad partidaria, Parlamento, manifiestos generales, propuestas concretas, acceso a bibliografía sociopolítica, etc.).

- Secciones específicas de sectores partidarios (provincias, jóvenes, mujeres, trabajadores, empresarios, profesionales, etc.).

- Programas de capacitación vía e-learning para afiliados en general y para funcionarios, legisladores, etc.

- Eventos específicos: seminarios, celebraciones, eventos sociales, etc.

APÉNDICES

1. Listado de Sitios Gob. 2.0 de David Osimo

Name	Domains of usage in government	Link
Aboliamoli.eu	Regulation, law enforcement	www.aboliamoli.eu
Alaska State		
Agencies database	Cross-agency collaboration	http://wikis.ala.org/godort/index.php/alaska
CAISI wiki	Cross-agency collaboration	www.caisi.ca
California wildfires	Service provision	http://gigaom.com/2007/10/23/web-20-the-california-fire-crisis/
Caughtya	Law enforcement	www.caughtya.org
Census mash-ups	Regulation, knowledge management	http://www.gcensus.com/faq.php
Change	Participation	www.change.org
Chicagocrime	Law enforcement, public sector information	www.chicagocrime.org
Commentonthis	Participation	www.commentonthis.com
Cyberbullying		
Campaign	Public communication	http://www.ifilm.com/video/2848115
Davos conversation	Participation, public communication	www.davosconversation.org
Delaware State Portal	Service provision	www.delaware.gov
Directionlessgov	Service provision	www.directionlessgov.com
Farmsubsidy	Transparency, public sector information	www.farmsubsidy.org
Fixmystreet	Service provision	www.fixmystreet.com
Ganfyd	Knowledge management, human resources	www.ganfyd.org
Gapminder	Knowledge management, regulation, public sector information	www.gapminder.com
Intellipedia	Cross-agency collaboration, knowledge management	
Katrina help	Service provision	http://katrinahelp.info/
Maplight.com	Transparency, public sector information, participation	www.maplight.com
Mybikelane	Law enforcement, transport	www.mybikelane.com
Netmums	Service provision	www.netmums.com
OpenGorotto	Public communication, human resources management	http://open-gorotto.jp/
PatientOpinion	Service provision, human resources management	www.patientopinion.com
Peer-to-Patent	Regulation, knowledge management	www.peertopatent.com
Planningalerts.com	Transparency, public sector information	www.planningalerts.com
Police using YouTube	Law enforcement, police	www.youtube.com
Ratemyteachers	Service provision	www.ratemyteachers.com
San Francisco buspasses	Service provision, public sector information	http://www.skot9000.com/muni/
Self-help groups Equip	Service provision	http://www.equip.nhs.uk/
They work for you	Participation, transparency, public sector	www.theyworkforyou.com
UK floods	Service provision, disaster management	http://www.edparsons.com/?p=504

Name	Domains of usage in government	Link
US agencies recruiting online	Human resources management	http://chronicle.com/wiredcampus/
UtahNationalParks	Service provision, Human resources management	http://davidfletcher.blogspot.com/2
Web Cameron	Participation	www.webcameron.org.uk
Schools Appeals	Service provision	www.schoolappeals.org.uk

ACERCA DEL ÁREA I+D

El presente documento fue elaborado por el Equipo de Investigación y Desarrollo de la Fundación CiGob y contó con la coordinación del Lic. Esteban Lijalad. (Licenciado en Sociología, UBA, 1972 / Especialista en Análisis de Opinión Pública / Director de Proyectos – desde 1977- en consultoras de investigación social (ARESCO, HISPANIA SERVICE, EQUAS, SOFRES, H. HAIME, LAUZAN Y ASOCIADOS, GEA CONSULTORES, ANALOGIAS, TESIS CONSULTORES) / Asesor de Gabinete Ministerio de Educación (1996-99) / Consultor en el ENHOSA (1997) / Consultor PNUD (Ministerio de Economía, 2002-2005) / Investigador de CiGob (2008 en adelante))

ACERCA DE LA FUNDACIÓN CIGOB

CiGob es una organización que trabaja en el desarrollo de herramientas de gestión y de formación específicas para fortalecer las Oficinas de Gobierno, de forma que éstas se encuentren mejor preparadas para enfrentar la complejidad y dar respuesta a las demandas de la sociedad.

www.cigob.org.ar



Los documentos de CiGob se encuentran bajo licencia de Creative Commons - atribución no comercial - sin derivadas 2.5