

La facilidad de utilización de los “web sites” de partidos políticos. Estudio de algunos países de Europa del Este y Occidental (1999)*

Christl De Landtsheer
Departamento de Comunicación
Universidad de Amberes

Natalya Krasnoboka y Conny Neuner
Departamento de Comunicación
Universidad de Amsterdam

Traducción de Sonia Pérez Marco

* Texto revisado y ampliado a partir de la Comunicación presentada en el Seminario Internacional “Technological Innovation and Political Communication”. Universidad de Perugia (Italia), 2-4 de Diciembre 1999.

“Con las redes y la tecnología interactiva al alcance de la mano, la gente puede votar sobre asuntos, informarse por sí misma de la política gubernamental, interrogar a sus representantes: pueden llegar a ser el ciudadano activo, efectivo del ideal democrático” (Street, 1997:28).

Una de las principales promesas de Internet es que beneficiará el proceso democrático, en cuanto que cambiará los modelos actuales de comunicación política. Según esta creencia, Internet es considerada a menudo como el instrumento perfecto que devolverá —al menos en parte— el poder a los ciudadanos. La Red se considera la gran oportunidad para potenciar la participación, por ejemplo erradicando las jerarquías existentes en el panorama político e incluyendo más “gente corriente” (no sólo los privilegiados como candidatos, periodistas, organizaciones poderosas o ciudadanos influyentes) en los procesos de formación de opinión política y de toma de decisiones.

Cada vez más, se asegura que los ciudadanos se sienten decepcionados con la escasa influencia que ejerce su participación política, sobre todo cuando los planes y las decisiones políticas importantes se toman fuera de su alcance. El papel político que juegan los ciudadanos es cada vez más modesto. Con semejante trasfondo, con sus posibilidades de participación activa (por ejemplo, la interactividad inherente al medio, la rapidez de transmisión de datos, la oportunidad de comunicación de

muchos con muchos) y de nuevas formas de control para el usuario, Internet parece ser muy bienvenida.

¿Pero cómo podría ser esta "democracia enriquecida electrónicamente"? (Barber, Mattson and Peterson, 1997) ¿Mejora el uso de Internet el sistema democrático representativo existente haciéndolo más responsable, transparente e igualitario para los ciudadanos? ¿Podría Internet ayudar realmente a incrementar el flujo de información y comunicación entre las instituciones, la ciudadanía, los grupos de presión y los partidos políticos? ¿Es incluso posible, con la ayuda de Internet, rescatar más elementos de una democracia participativa?

Este estudio trata de dar una respuesta a estas preguntas buscando los beneficios potenciales que tendría para nuestra democracia contemporánea el uso político de Internet. ¿Qué se entiende por el término "democracia enriquecida electrónicamente"? Es éste un sistema político democrático en el cual los ordenadores y las redes digitales se utilizan para llevar a cabo aspectos cruciales del proceso democrático, como la información y la comunicación, la expresión y articulación de intereses, y la toma de decisiones (que incluye la deliberación y el acto de votar en sí) (Hagen 1997). En general, parece que el objetivo final es incrementar el nivel de participación ciudadana. Este estudio sostiene que el concepto de "democracia enriquecida electrónicamente" puede entenderse mejor si se interpreta como una teoría contemporánea sobre la participación política (Hagen, 1997:2; Abramson, Arterton, Orren, 1988: 34-60). En consecuencia, se hace hincapié en el concepto de una ciudadanía más activa. Parece posible utilizar el potencial democrático de Internet para optimizar el desempeño de las funciones de los intermediarios y de los actores del sistema político de toma de decisiones. Por consiguiente, la Red da poder a los ciudadanos al mejorar las condiciones de su participación en el sistema democrático.

Lo anterior, sin embargo, suena demasiado idealizado. Por ello, el presente artículo examina hasta qué punto semejantes posibilidades o promesas teóricas se están llevando a cabo en la práctica en la Red, y concibe un instrumento de medida de la facilidad de utilización, o "simplicidad de uso" (userfriendliness) de estos "webs" políticos. Se presentan además los resultados de la aplicación de este instrumento de evaluación en diferentes ciber enclaves políticos (incluidos los gubernamentales, los de partidos políticos y los de movimientos sociales) de países europeos (algunos de la Unión Europea y otros de Europa Central y del Este) durante la primavera de 1999. El principal punto de atención son los "webs" de Europa Central y del Este. El estudio revela profundas diferencias entre ellos, y sin embargo, también muestra diferencias entre los "webs" políticos de estos países y los de los países de la Unión Europea.

INTERNET Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

En una democracia los procesos políticos requieren el apoyo de los ciudadanos para legitimar los resultados del sistema de decisiones políticas. La comunicación política

debería intentar influir en la opinión pública para estimular la participación ciudadana en la vida política democrática. La principal función de la participación política es mantener el sistema político equilibrado a través de la legitimación de las acciones de los políticos basada en el apoyo popular (Milbrath, 1965: 1-38; Barber, 1984). Nosotros distinguimos cuatro dimensiones diferentes de participación política.

Primero, la dimensión básica de la participación política es la *búsqueda de información* —así como mantenerse al día de los acontecimientos—. Con la ayuda de Internet se puede disponer de mucha más información, con lo que se incrementa el conocimiento y el *seguimiento atento* de los asuntos políticos. Ahora, los departamentos gubernamentales, oficinas de asesoramiento ciudadano, bibliotecas, organismos municipales y muchas otras instituciones (públicas), especialmente a nivel local, pueden ofrecer su información en conexión directa. Además, los ciudadanos tienen acceso a muchos datos que antes no podían encontrar, o al menos no tan fácilmente. Por consiguiente, tanto a los políticos como a los organismos intermediarios se les pide que coloquen, con la suficiente amplitud, la información política necesaria en la Red. Por ejemplo, la adecuada elección de los enlaces hipertextuales sobre un asunto puede dar a los ciudadanos una buena visión panorámica de esos procesos políticos y al mismo tiempo les permite tener, con un simple 'toque de ratón', una información más detallada sobre los temas que les interesen en ese momento, la posibilidad de enlaces a algunas organizaciones relacionadas y un largo etcétera (Barber/Mattson/Peterson 1997:38).

La *discusión política activa* con la familia, amigos, compañeros, vecinos y otras gentes es la segunda dimensión de la participación política. Quizá una de las mejores maneras para incrementar y optimizar la participación de la ciudadanía en el gobierno es fomentar las conexiones en las comunidades. Con sólo facilitarles un servicio de correo electrónico y acceso a una base de datos, las redes ciudadanas —por ejemplo redes de ordenadores comunitarias delimitadas geográficamente— pueden promover grupos de discusión sobre diferentes asuntos, desde la elección de zonas de juegos para niños a temas de política local. La Red podría impulsar la discusión pública colectiva y la reflexión sobre asuntos de importancia, entre ciudadanos comunes, grupos de presión, partidos políticos, etc. (aunque tales comunidades virtuales nunca pueden substituir los encuentros "cara a cara", se pueden considerar como algo adicional a ellas) (Miller, 1996:35).

La *votación* es la tercera dimensión de la participación política y la central y más importante para los académicos. Los medios de comunicación de masas (periódicos, radio y televisión) se supone que son los encargados prioritarios de cubrir las campañas de los principales candidatos y los asuntos más candentes, en aras de una óptima autorepresentación social. Esto deja al margen de los ciudadanos una gran cantidad de asuntos. Pero Internet con su información interactiva y su capacidad comunicativa puede ayudar a compensar estos déficits. Las nuevas posibilidades que ofrece la Red pueden involucrar a los ciudadanos en lo sustancial de la política, mucho más que las simples cuestiones simbólicas y de estilo, ayudando a los ciuda-

danos a ir más allá de los anuncios de 30 segundos, las frases hechas de titulares o la usual cobertura electoral de "carrera de caballos" (Abramson, Orren, Arterton, 1988:91).

La cuarta dimensión, el *activismo político*, es, en algunos aspectos, igualmente importante para el funcionamiento de la democracia: los afiliados políticos trabajan en las campañas, organizan los actos locales del partido o las iniciativas de los ciudadanos, participan en las reuniones de la comunidad y en los grupos de trabajo, dirigen las organizaciones del partido o los grupos de interés, y se ofrecen como voluntarios en las organizaciones gubernamentales locales.

La brecha existente entre los representantes políticos y el electorado puede ser superada con la utilización de Internet como canal de comunicación directo (con menos distorsión), interactivo e igualitario. Los ciudadanos pueden sostener discusiones con inmediatez sobre la evolución de las legislaturas en curso. El electorado y los políticos ahora pueden hacer sus propios planes y desarrollar sus actuaciones dentro del proceso político. El sistema democrático en sí se vuelve más interpellable y transparente. Se les puede pedir a los representantes electos que expliquen determinados temas o que hagan balance de sus propias promesas o del historial de sus correspondientes acciones parlamentarias. Los ciudadanos tienen la posibilidad de hacerles llegar sus peticiones y necesidades en toda su extensión y complejidad. Y para ello no tienen que aspirar a ser profesionales de los medios de comunicación. Los grupos de presión –incluso los más pequeños y con menor influencia– tienen ahora más oportunidades para informar, reclutar y galvanizar ciudadanos, ofreciéndoles una mayor implicación a través de la Red, en correspondencia con las actividades que despliegan en la vida real. Muchas otras actividades de participación como comisiones parlamentarias, proyectos de actuación, iniciativas ciudadanas o foros y trabajo comunitario podrían optimizarse con la interactividad de la información y las posibilidades comunicativas aquí descritas (Gozte, 1998; Barnett 1997:206).

EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD DE UTILIZACIÓN DE LOS "WEBS" POLÍTICOS

La tabla de criterios o "esquema de evaluación" que desarrollamos intenta analizar las cuatro dimensiones de la participación política de las que hemos hablado anteriormente. Dicha lista se concibió teniendo en cuenta las perspectivas teóricas que detallamos al principio del artículo. Sin embargo también está basado en una primera observación (enero de 1999) y en un estudio piloto (primavera de 1999) de varios sitios "webs" de partidos políticos y movimientos sociales de Alemania, Holanda, y Gran Bretaña. Durante la primera mitad de 1999, examinamos una amplia muestra de "webs" políticos de la Federación Rusa, Ucrania, Polonia y la ex-Yugoslavia. Después comparamos los resultados de nuestra investigación dentro y entre los países de la Europa del Este y los países de la Unión Europea para conseguir datos que nos indicaran el nivel de desarrollo de la democracia electrónica en Europa.

Este esquema de evaluación pretende ser un instrumento crítico para analizar los "webs" políticos. Las categorías principales del esquema reflejan hasta qué punto estos enclaves contienen elementos que facilitan la participación política ciudadana (más que un potencial democrático genérico). A cada una de estas categorías le dimos un factor de ponderación en función de su potencial para influir desde niveles populares en las decisiones gubernamentales, incrementar la participación ciudadana y la educación, la ciudadanía activa, el servicio comunitario, la responsabilidad social y la interactividad entre los ciudadanos. Obviamente, los criterios que desarrollamos se superponen, pero el esquema de evaluación, que se muestra en la Tabla 1 y cuya aplicación práctica en un ejemplo se encuentra en la Tabla 2, es apropiado para obtener una visión aproximada sobre si determinado "webs" favorece la participación política o no. El esquema de evaluación incluye aspectos cualitativos y cuantitativos. Cuanto más se juzgue que un "webs" fomenta la participación ciudadana, mayor puntuación alcanza.

La calidad de los "webs" se evalúa en función de las cuatro categorías enumeradas a continuación, con las que se puede alcanzar un total absoluto de 240 puntos: 1. Información (de 0 a 60 puntos), 2. Interactividad (de 0 a 60 puntos), 3. Sencillez de uso (de 0 a 60 puntos), 4. Estética (de 0 a 60 puntos). Entre paréntesis se puede ver el factor de peso de cada uno de los indicadores. Cada una de las categorías principales (información, interactividad, facilidad de uso, estética) comprende unos criterios o subcategorías que como máximo puntúan cuatro puntos (0 puntos = El rasgo analizado no está presente, 1 punto = escasamente presente, 2 puntos = medianamente presente, 3 puntos = bastante presente, 4 puntos = muy presente o realmente apropiado). Estos puntos se multiplican por los correspondientes factores de ponderación de cada subcategoría. Los factores de ponderación se utilizan para acentuar la importancia de los aspectos o criterios que favorecen la participación. Los valores asignados a cada uno de los criterios fueron determinados mediante una reflexión colectiva de las autoras de este artículo. Cuantos más puntos obtenga la categoría o el "web", se supone que más se fomenta en ellos la participación. Después de sumar, se obtienen los resultados para cada una de las categorías específicas o principales. La suma general de todas las categorías (información, interactividad, sencillez de uso y estética) nos muestra un indicador general de facilidad de utilización de un determinado "web" político. Los criterios se especifican a continuación.

Tabla 1
ESQUEMA DE EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD DE UTILIZACIÓN
DE LOS "WEBS" POLÍTICOS

(0 puntos)	(1 punto)	(2 puntos)	(3 puntos)	(4 puntos)
No presente	Poco presente	Medianamente presente	Bastante presente	Muy presente /apropiado

Categorías	Factor de ponderación
<i>a) Información</i>	
1 Auto-presentación y relaciones públicas	(valor 1)
2 Información externa	(valor 2)
3 Información de generalidades útiles	(valor 3)
4 Información política para los ciudadanos	(valor 4)
5 Información política contextua	(valor 5)
<i>b) Interactividad</i>	
1 Sólo posibilidad de lectura	(valor 1)
2 Lectura y sólo envío de formularios	(valor 2)
3 Posibilidad de correo electrónico	(valor 3)
4 foros / grupos de discusión / comunidades virtuales	(valor 4)
5 posibilidad de auto-presentación para los ciudadanos	(valor 5)
<i>c) Sencillez de uso</i>	
1 Actualización o puesta al día	(valor 1)
2 Condensación de elementos (compactness)	(valor 2)
3 Ayuda para búsquedas y navegación	(valor 3)
4 Ayuda para documentación e investigación	(valor 4)
5 Enlaces	(valor 5)
<i>d) Estética</i>	
1 Sentido del humor / ironía	(valor 1)
2 Símbolos / propaganda política	(valor 2)
3 Imágenes / fotografías	(valor 3)
4 Atractivo visual / apelatividad	(valor 4)
5 Diseño / estructura	(valor 5)

1. INFORMACIÓN

Esta categoría se centra en los siguientes aspectos: el volumen, la calidad y el tipo de información y su utilidad en general. En esta categoría también cuenta toda la información que se facilita a través de enlaces (a otros "webs"). Se divide en los siguientes criterios o subcategorías:

Tabla 2
EJEMPLO DE EVALUACIÓN DE "WEBS" GUBERNAMENTALES
(COMO UN TIPO DE "WEB" SIMILAR AL DE LOS DE PARTIDOS POLÍTICOS
Y DE MOVIMIENTOS SOCIALES)

Categorías	Factor de Ponderación	Evaluación "web" de Gran Bretaña	Evaluación "web" de Holanda
1 Información			
1.1. Autopresentación	1	1 * 3 puntos (p) = 3 p	1 * 2 p = 2 p
1.2 Información externa	2	2 * 2 p = 4 p	2 * 4 p = 8 p
1.3. Información de generalidades útiles	3	3 * 4 p = 12 p	3 * 1 p = 3 p
1.4 Información política	4	4 * 3 p = 12 p	4 * 4 p = 16 p
1.5 Información de contexto	5	5 * 1 p = 5 p	5 * 3 p = 15 p
<i>Resultado total en información</i>		36 p	44 p
2 Interactividad			
2.1 Sólo lectura	"	"	"
2.2 Lectura y reenvío de formularios			
2.3 Correo electrónico			
2.4 Foros y grupos de discusión			
2.5 Posibilidad auto-presentación de ciudadanos			
<i>Resultado total en interactividad</i>			
3 Sencillez de uso			
3.1 Actualización real	"	"	"
3.2 Condensación			
3.3 Ayuda de búsqueda/ navegación			
3.4. Ayuda de documentación/ investigación			
3.5 Enlaces			
<i>Resultados totales en sencillez</i>			
4 Estética			
4.1 Sentido del humor	"	"	"
4.2 Símbolos / propaganda política			
4.3 Imágenes / fotos			
4.4 Atractivo visual			
4.5 Diseño / estructura			
<i>Resultados totales en estética</i>			
Resultados totales de la "web"		201 p	220 p

1.1 Auto-presentación y relaciones públicas (valor 1)

¿Proporciona el "web" algún tipo de "información básica" sobre el grupo en cuestión (el partido gubernamental en el poder, el partido político o la organización)? ¿Utilizan la Red como vehículo para la comunicación persuasiva en su propio favor (como una manera de hacer marketing o publicidad política)? Esta subcategoría se centra en los beneficios "indirectos" que proporciona esta información al ciudadano. La pregunta que se trata de responder cuando se toma en cuenta este criterio es la siguiente: ¿Proporciona el "web" la suficiente información a los ciudadanos (fotografías personales, biografías...) para que estos se formen su propia opinión sobre las personas o las instituciones que integran la organización?

1.2. Información externa (valor 2)

¿Proporciona el "web" información adicional o externa (aquella que se refiere a otras instituciones), por ejemplo en forma de enlaces a organizaciones extranjeras o a asuntos relacionados con los contenidos tratados en sus páginas? Nosotros consideramos que los ciudadanos obtienen un beneficio indirecto con este tipo de información (en el sentido de que les puede orientar o ayudarles a organizar determinadas acciones).

1.3 Información de generalidades útiles (valor 3)

¿Proporciona el "web" a los ciudadanos información general (relevante) que va más allá de la auto-presentación? Esta no tiene porqué ser política, sino que basta con que sea útil (por ejemplo: horas de apertura, direcciones de contacto, datos estadísticos, información sobre el uso de los fondos públicos, áreas de responsabilidad y otros tipo de información que pueden afectar y transformar las ideas de los usuarios, cambiar la visión que tienen del mundo, instarles a la acción o al menos conseguir atraer su atención, etc.)

1.4. Información política para los ciudadanos (valor 4)

Este criterio considera si la información política facilitada contribuye a la transparencia de los procesos democráticos y favorece la participación ciudadana. Esto sucedería en los siguientes casos: contribuyendo a la formación de opinión, ayudando al establecimiento de prioridades y contribución a las políticas importantes, acceso libre a la información del partido o del gobierno, declaraciones e información oportuna sobre los asuntos de ese momento que reflejen claramente los puntos de vista del partido u organización, resultados de elecciones, listado de prioridades políticas, información sobre elecciones o acciones planificadas de movimientos sociales, proyectos de futuro, proyecciones de situación, predicciones estadísticas, etc ...

1.5. Información política de contexto (valor 5)

Esta categoría examina si se muestran opiniones diversas tanto como declaraciones y comentarios de la dirección. ¿Proporciona el "web" información específica sobre los asuntos tratados que no siempre se encuentre en los medios de comunicación masivos (como periódicos, radio, televisión)? ¿Pueden los internautas descubrir diferentes opiniones que no suelen aparecer en los boletines informativos de mayor audiencia? Para entender la actividad política y tomar parte en sus acciones es necesario este tipo de información.

2. INTERACTIVIDAD

¿Qué posibilidades de interactividad ofrecen los "webs" políticos a los ciudadanos para debatir y utilizar la información suministrada? ¿Se trata a los usuarios como

espectadores pasivos y meros espectadores desvinculados, como receptáculos de información u objetivos de la propaganda política, más que como ciudadanos activos?

Esta categoría se divide en las siguientes cinco subcategorías.

2.1. Sólo posibilidad de lectura (valor 1)

¿Ofrece el “web” únicamente pura información inerte sin que los ciudadanos tengan la posibilidad de aportar nada? Los “webs” de sólo lectura simplemente hacen accesibles contenidos para proporcionar a los ciudadanos información política pero sin animarles al diálogo.

2.2. Lectura y sólo respuesta a formularios (valor 2)

¿Se ofrece -junto a la mera información- la posibilidad de enviar un mensaje (por ejemplo para conseguir más información, quejarse o contactar con políticos, una organización...)? ¿Se trata a los usuarios como simples receptores de información? ¿Se considera a los ciudadanos como partícipes de un proceso estático donde realmente nunca se contempla la actuación del usuario, sin proporcionar opciones de retroalimentación ni acceso a información adicional? ¿Hay al final de cada pantalla la posibilidad de interactuar (como un botón donde pinchar) y enviar un mensaje, o sólo existe tal opción en la pantalla de inicio?

2.3. Posibilidad de correspondencia electrónica (valor 3)

¿Se trata a los usuarios como participantes activos y comprometidos? ¿Se promueve la interactividad y comunicación bidireccional con vínculos regulares de retroalimentación? ¿Garantizan que la comunicación podrá ser y de hecho será recíproca? Por ejemplo, ¿se muestran direcciones de correo, un libro de visitas, hojas informativas, campañas mediante conexión directa? ¿Se pone en contacto a los ciudadanos “comunes” -utilizando las tecnologías interactivas- con expertos o responsables políticos (verticalmente) para cubrir sus demandas y sus necesidades del día a día así como para solventar sus intereses particulares (por ejemplo, requiriendo información, haciendo observaciones, interviniendo o participando en votaciones ‘on-line’ sobre asuntos actuales o inscribirse en un curso...)? ¿Se favorece la comunicación de tipo jerárquico entre políticos y ciudadanos pasivos, entre la “élite” y las “masas” o entre los funcionarios públicos y sus administrados?

2.4. Foros y grupos de discusión (valor 4)

Esta subcategoría se centra en los “webs” que ofrecen información política y los medios

para utilizarla y debatir sobre ella (los foros de debate o 'chats' que se proporcionan vía enlace no cuentan en este criterio). ¿Se provee información al ciudadano con la posibilidad de que una vez leída y reflexionado sobre ella se pueda acceder a un foro de debate, de manera que los nuevos datos adquiridos puedan discutirse con otras personas?. ¿Se proporciona la posibilidad de moverse respectivamente entre la información y la deliberación, tanto de manera vertical como horizontal? ¿Se ofrece la posibilidad de comunicarse sobre todo lateralmente, enlazando a los ciudadanos directamente sin ningún tipo de intermediación? ¿Se facilita la creación de foros para diferentes grupos de ciudadanos (con inclinación partidaria) con la intención de que encuentren una voz pública?. Las preguntas siguientes son igualmente importantes: ¿sobre cuántos temas hay grupos de discusión?, ¿tienen estos grupos moderador?, etc...

2.5. Posibilidades de auto-presentación (valor 5)

¿Ofrece el "web" a los ciudadanos la oportunidad de presentarse a sí mismos? ¿Les da la posibilidad de presentar información, que en su opinión, es interesante o importante para sus conciudadanos (por ejemplo colgando su propia página personal dentro del "web" de una organización como Amnistía Internacional para dar información nueva y comparada) y que puede servir como información adicional relacionando a los ciudadanos o a las instituciones?. Esta subcategoría pone la atención en la presentación y el debate sobre los propios asuntos, planes o actividades. También se fija en los "'webs'" que ayudan a comprometerse así como a organizar actividades comunes (por ejemplo en la página principal de los sindicatos, los partidos políticos u otras organizaciones políticas o ciudadanas). Si en definitiva se facilita la autoorganización de los ciudadanos.

3. SENCILLEZ DE USO

Este criterio se refiere a la sencillez de utilización de los "'webs'" políticos. ¿Hasta qué punto resultan atractivos y fáciles de usar para los nuevos usuarios? . . .

3.1. Actualización o puesta al día (valor 1)

¿La información que contiene el "web" es reciente? ¿Cuántos pantallas o foros de discusión están caducados?

3.2. Condensación ('Compactness') (valor 2)

¿Cómo es de concisa la información presentada? ¿Está bien estructurada y relacionada de manera que se pueda picar en los enlaces si se desea más información? ¿El "web" es fácil de leer y entender o simplemente han colgado artículos enormes en la Red? ¿Hay accesos directos a la información o es necesario navegar a través de todo

el "web" para encontrarla? ¿Hay demasiada información superflua? ¿Contiene la información política más importante?

3.3 Ayuda para la búsqueda y la navegación (valor 3)

¿Existen motores de búsqueda -para el propio "web" y así como para Internet en general? ¿Facilitan otros recursos (posibilidad de investigar en bases de datos de acuerdo con los intereses del ciudadano con sólo poner una palabra clave, posibilidades de encontrar documentación y comentarios sobre comisiones de estudio, adquisición de información comparativa, etc...) ¿Cuántos buscadores están disponibles? ¿Responden a la mayoría de los "deseos de búsqueda" de los usuarios?

3.4. Ayuda para la investigación y la documentación (valor 4)

¿Es fácil para los ciudadanos la navegación a través del "web"? ¿Son comprensibles los títulos de los menús de navegación? ¿Existen ilustraciones, imágenes y ejemplos que ayuden a la navegación? ¿Ofrecen el contenido en otro idioma (al menos en inglés)? ¿Están todas las pantallas localizables en los menús de navegación o existe alguna que quede descolgada?

3.5. Enlaces (valor 5)

¿Están estructurados con utilidad los enlaces para los votantes/ ciudadanos, como por ejemplo las "páginas amarillas electrónicas"? ¿Son lo suficientemente accesibles y convenientes, conducen al usuario a los "'webs" relacionados más importantes? Seguir la pista de los enlaces a través de la Red puede ser parecido a curiosear en una biblioteca y puede avivar el interés de los ciudadanos en determinados temas e incrementar la participación política. Ejemplos de un enlace "conveniente" sería, por ejemplo, que cada vez que el ciudadano abandonara el enclave apareciera automáticamente una lista de grupos de contacto dentro de su comunidad donde se le animara a la participación directa y al compromiso político con respecto al tema en cuestión. O también, enlaces que encaminen a los ciudadanos a redes comunitarias presenciales locales, que alientan mejor la formación de una confianza social y estimulan la práctica democrática. En la misma línea ayudaría el que la página principal enumerase los "'webs" más relevantes para una determinada campaña y que se pudieran visitar con un simple toque de ratón, convirtiéndose así en una fuente de información comunitaria para las áreas vecinales. Esto incluye enseñar a los ciudadanos locales a usar la Red para obtener más información o las aplicaciones informáticas que les permitan construir sus propios conglomerados de información ¿Conectan los enlaces en todas direcciones a los ciudadanos (por ejemplo, ciudadanos de a pie entre ellos, entre éstos y políticos y organizaciones, etc...) o los encaminan casi siempre hacia instituciones de similar rango?

4. ESTÉTICA

¿Hasta qué punto el "web" y los mensajes que contiene resultan creativos, innovadores y atractivos para captar la atención de los ciudadanos? ¿Elaboran la información de manera nueva o utilizan la Red como una extensión de los medios de comunicación ya establecidos como, la televisión o los periódicos?

4.1. Sentido del humor/ ironía (valor 1)

¿El "web" tiene sentido del humor (político) (por ejemplo utilizando parodias, caricaturas políticas, imágenes divertidas, ironía en el estilo de escribir, comentarios divertidos o sarcásticos)?

4.2. Símbolos/ propaganda política (valor 2)

¿Se da un buen equilibrio entre propaganda e información política, de manera que la propaganda no vaya en detrimento de una información política más útil? Esta categoría tiene como objetivo juzgar la capacidad persuasiva de la comunicación política. ¿Utilizan a menudo símbolos (nacionales) típicos como la rosa del Partido Laborista? ¿Cómo es de persuasivo el estilo de escritura o el tono general? ¿Hay una sobrecarga de propaganda política? ¿De qué manera intentan convencer a los ciudadanos de la importancia de su apoyo o respaldo económico así como de la utilidad de la organización para la ciudadanía? ¿Cómo es de atractivo el "web" para conseguir llamar la atención o reclutar a nuevos miembros, seguidores, etc..?

4.3. Imágenes y fotos (valor 3)

¿Utilizan imágenes para facilitar, ilustrar o explicar la información de manera más comprensible así como para ayudar a formarse una idea más adecuada de las instituciones o los políticos? ¿Se muestran imágenes de las noticias políticas (como por ejemplo fotografías de miembros del Parlamento)? Si el "web" muestra imágenes sólo de determinados políticos y "personaliza" como en televisión, no se considerará "bueno" o "apropiado", sino que obtendrá una calificación "media" porque difícilmente aporta información útil a los ciudadanos.

4.4. Atractivo visual / apelatividad (valor 4)

La forma en que está diseñado el "web" es una parte central de su atractivo (por ejemplo qué tipo de colores se utilizan, si las versiones de texto sólo están acompañadas de vídeos u otras apelaciones visuales; ¿es el "web" en general divertido, cautivador, lleno de color; está diseñado de modo que los ciudadanos puedan sentirse partícipes activos, etc..?).

4.5. Diseño/ estructura (valor 5)

¿Se ofrecen solamente titulares, artículos y formatos clásicos de información o también se utilizan estructuras prácticas y fáciles de usar en forma de mapas? La manera en que se diseña y estructura el "web" es importante para atraer la atención. Los "webs" bien organizados comienzan con un mapa de situación claramente estructurado que contiene imágenes en las que se puede lograr una visualización de conjunto.

"WEBS" DE VARIOS PAÍSES EUROPEOS

El estudio compara varios "webs" políticos europeos en el periodo comprendido entre enero y finales de mayo de 1999. Examinamos los ciber enclaves de los principales partidos políticos de todos los países considerados. Junto a esto, en los países de la Unión Europea (Gran Bretaña, Holanda, Alemania) analizamos también los "webs" del partido gubernamental (<http://www.politicalresources.net/europe.htm>) y de cinco movimientos sociales (Greenpeace, Amnistía Internacional, un sindicato, una organización juvenil y un movimiento por la democracia electrónica). En los países del Este de Europa (Rusia, Ucrania, Polonia y Yugoslavia) analizamos los enclaves electrónicos de algunos políticos.

Hemos elegido los países de Europa Centro Oriental como punto clave en el estudio. Las llamadas nuevas democracias han aparecido en la escena europea casi al mismo tiempo que lo ha hecho Internet. El uso de la Red para propósitos políticos es, probablemente, el único aspecto de la comunicación política donde el este y el oeste europeo han tenido las mismas posibilidades de partida (al menos en cuanto a tiempo). Los políticos del este de Europa que aspiran a implantar los valores democráticos en sus países, tienen la oportunidad de empezar a utilizar Internet como el medio más democrático. Pero, ¿lo utilizan? ¿Utilizan la Red para propósitos democráticos e interactivos? ¿Es este uso diferente del que se realiza en el oeste de Europa? Con estas cuestiones y expectativas empezamos nuestra investigación.

LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA

Evaluamos treinta y cuatro "webs" de tres países de la Unión Europea teniendo en cuenta las cuatro dimensiones de la participación política anteriormente descritas (búsqueda de información, discusión política activa, votación y afiliación política) que están representadas en nuestro esquema de evaluación en forma de categorías y subcategorías. Los países elegidos fueron Gran Bretaña (diez "webs"), Alemania (doce) y Holanda (doce), que se encuentran entre las democracias tecnológicamente más avanzadas del mundo. Holanda es uno de los países más pequeños de Europa y es considerado como una sociedad de "consenso". Gran Bretaña tiene un sistema político muy polarizado. Y Alemania, después de la unificación de la República Democrática Alemana (Alemania del Este) y la República Federal Alemana, se encuentra con numerosos problemas de tipo económico, político y con dos tipos de ciudadanos.

Los resultados obtenidos del estudio de los "web" de estos países se encuentran en las Tablas 3, 4 y 5, y en el Gráfico 1.

Tabla 3
PAÍS: GRAN BRETAÑA: EL MEJOR VALORADO DEL PAÍS ES "PENSANDO EN POLÍTICA" (THINKING POLITICA) (217 PUNTOS)

"web"-sites políticos	Información	Interactividad	Sencillez Uso	Estética	FU Total
"web" Gubernamental	49	16	51	25	141
Partido Laborista	29	13	34	38	114
Partido Demócrata Liberal	32	17	21	28	98
Partido Conservador	40	18	50	53	161
Partido Verde Fundamental	57	19	33	16	125
Amnistía Internacional	57	19	52	38	166
"Greenpeace"	60	32	60	40	192
"web" de los Sindicatos ("Trade Unions")	60	24	52	36	172
"Pensado en Política" ("Thinking Política")	60	56	58	43	217
Ciudadanos británicos conectados ("UK Citizens Online")	54	48	47	39	188

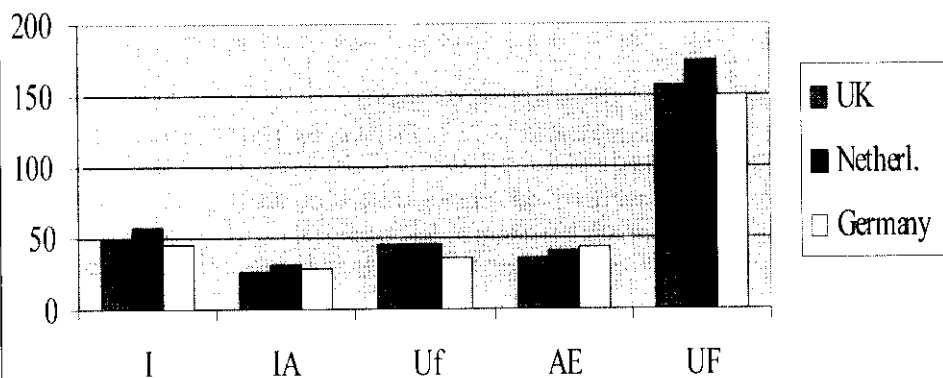
Tabla 4
PAÍS: HOLANDA/PAÍSES BAJOS: EL MEJOR VALORADO DEL PAÍS ES EL "WEB" GUBERNAMENTAL (214 PUNTOS)

"web"-sites políticos	Información	Interactividad	Sencillez Uso	Estética	FU Total
"web" Gubernamental	60	52	59	43	214
Partij van de Arbeid	59	30	41	44	174
Partij voor Vrijheid en Democratie	56	46	37	40	179
Demokraten 66	57	33	45	32	167
Groen Links	49	27	32	42	150
Dutch Socialist Party	57	36	60	57	210
Christen Democratisch Appel	60	28	45	46	179
Amnistía Internacional	60	39	45	38	182
Greenpeace	51	19	44	38	152
CNV (Unión Sindical)	51	13	36	29	129
Landelijke Studenten Vakbond	60	40	47	39	186
Stichting Sociales Databank	57	16	48	49	170

Tabla 5
PAÍS: ALEMANIA: EL MEJOR VALORADO DEL PAÍS ES "GREENPEACE"
(219 PUNTOS)

"web"-sites políticos	Información	Interactividad	Sencillez Uso	Estética	FU Total
"web" Gubernamental	43	10	30	42	125
CSU	44	18	30	48	140
CDU	53	37	42	45	177
FDP	43	40	26	49	158
SPD	44	51	50	54	199
PDS	37	36	35	28	136
Verdes	46	46	51	51	194
Amnistía Internacional	18	12	13	22	65
Greenpeace	59	49	60	51	219
ÖTV (Unión Sindical)	28	12	25	40	105
RCDS (estudiantes)	54	9	21	27	211
Politik Digital	60	32	49	48	189

Gráfico 1
FACILIDAD DE UTILIZACIÓN (UF) DE LOS "WEB" POLÍTICOS DE PAÍSES DE EUROPA OCCIDENTAL (1999) (SUMANDO "INFORMACIÓN" (I), "INTERACTIVIDAD" (IA), "SENCILLEZ DE USO" (UF) Y ESTÉTICA (AE))



Holanda es el país que consiguió una puntuación media más alta con 174 puntos, seguido de Gran Bretaña (160 puntos) y Alemania (157 puntos). La media de los treinta y cuatro "webs" examinados de estos países es 164 puntos.

Holanda obtiene en general los mejores resultados, aunque, sin embargo, Gran Bretaña alcanza una ligera mejor puntuación en la categoría "Facilidad de Uso" (46 puntos comparados con los 45 de Holanda y los 36 de Alemania), mientras que Alemania y Holanda reciben la misma puntuación en la categoría "Estética" (42 comparados con los 36 puntos de Gran Bretaña). Tomando en consideración los tres países, la categoría "Información" alcanza como media 50 puntos, "Facilidad de Uso" 40 puntos y 29 la categoría "Interactividad".

Los resultados de los enclaves gubernamentales son excelentes en Holanda (214 puntos), aunque relativamente pobres en Gran Bretaña (141 puntos) y muy pobres en Alemania (125 puntos).

La puntuación obtenida por los partidos políticos y los sindicatos de los tres países es en general pobre, con la mejor puntuación para los partidos políticos de Holanda (176 puntos) y Alemania (167 puntos) y la mejor puntuación para los sindicatos de Gran Bretaña (172 puntos), y a la inversa (partidos políticos ingleses: 124 puntos, sindicatos holandeses: 129 puntos, sindicatos alemanes: 105 puntos).

El partido político con los mejores resultados en Holanda es el "Partido Socialista" (Socialist Party, SP, 210 puntos), de extrema izquierda; en Alemania es el Partido Social-demócrata (SPD, 199 puntos), y en Gran Bretaña el Partido Conservador (161 puntos).

Los "webs" de movimientos estudiantiles obtienen muy buena puntuación en todos los países (Alemania: 189 puntos; Gran Bretaña: 188 puntos; Holanda: 170 puntos), al igual que sucede con los enclaves de "Greenpeace" (Alemania: 219 puntos; Gran Bretaña: 192 puntos; Holanda: 152 puntos). Sin embargo Amnistía Internacional alcanza relativamente buenos resultados en Holanda (182 puntos), medianos en Alemania (166 puntos) y muy pobres en Alemania (65 puntos).

Los cinco mejores "webs" de los treinta y cuatro examinados son los siguientes:

1. "Greenpeace" en Alemania (219 puntos)
2. El movimiento estudiantil británico "Thinking Política" ("Pensando en Política") (217 puntos)
3. El "web" gubernamental de Alemania (214 puntos)
4. El movimiento estudiantil alemán (211 puntos)
5. El Partido Socialista de extrema izquierda holandés (210 puntos)

Los peores quedan así:

1. Amnistía Internacional en Alemania (65 puntos)
2. El Partido Demócrata Liberal británico (98 puntos)
3. El "web" del sindicato alemán (105 puntos)
4. El Partido Laborista británico (114 puntos)
5. El "web" gubernamental alemán al alimón con el "web" de los Verdes británicos (125 puntos)

En Gran Bretaña, el "web" mejor valorado es el de movimiento estudiantil "Thinking Política" (217 puntos). Una de las razones estriba en su estilo de presentación: "Hola, bienvenidos al "web" de "Thinking Política". Intentamos ofrecer a los lectores un amplio abanico de asuntos de las ciencias sociales, desde la teoría política, pasando por la sociología, hasta la filosofía. Por favor, firma en nuestro libro de visitas si tienes tiempo". La puntuación media de los movimientos sociales (162 puntos) es mejor que la de los "'webs" gubernamentales (141) o la de los partidos políticos (124).

En Holanda, el mejor "web" es el gubernamental (214 puntos), claramente mejor valorado que los de los partidos políticos (176 puntos de media) y de los movimientos sociales (164 puntos de media).

En Alemania, "Greenpeace" tiene el mejor "web" (219 puntos), pero los otros movimientos sociales alcanzan también buenas puntuaciones: el movimiento estudiantil RCDS (211 puntos) y "Política Digital" (Politik Digital) (189 puntos). Los resultados de los partidos políticos alemanes no son muy altos (167 puntos de media). Los "'webs" que reciben menos puntos son "Amnistía Internacional" (65 puntos), el sindicato OTV (105 puntos) y el enclave gubernamental (125 puntos).

LOS PAÍSES DE CENTRO Y ESTE EUROPEO

Analizamos los "webs" políticos de cuatro países del centro y este de Europa de acuerdo con las cuatro dimensiones de la participación política (búsqueda de información, discusión política activa, votación y afiliación política) representadas en las categorías y subcategorías de nuestro esquema de evaluación. Los países elegidos fueron la Federación Rusa, Polonia, ex-República Federal Yugoslava y Ucrania. Rusia es el país europeo más grande y centro neurálgico de la ex-Unión Soviética, tiene un gran potencial político y técnico. Polonia es una de las más prósperas nuevas democracias, miembro reciente de la OTAN, y está a la espera de su incorporación a la Unión Europea. La República Federal de Yugoslavia es el país más "problemático" en términos democráticos. Ucrania es el segundo país más grande de Europa (en términos geográficos) y ex-integrante de la Unión Soviética; celebraba elecciones presidenciales a finales de 1999. Los resultados obtenidos se presentan en las Tablas 6 y 7 (Rusia), 8 (Polonia), 9 (Yugoslavia), 10 (Ucrania) y en el Gráfico 2 la comparación conjunta de todos ellos.

Tabla 6
ACCESIBILIDAD DE LOS WEB SITES POLÍTICOS EN RUSIA
(PARTIDOS POLÍTICOS, 1999)

Categorías (valores)	Partido Democrático-Liberal	Partido Comunista	Unión Democrática de Rusia	Yabloko	NDP	Alternativa Democrática de Rusia	Partido Cristiano-Demócrata Ruso	Cadetes
1. Información								
1.1. auto-presentación (1)	1*4=4	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*3=3	1*3=3	1*2=2	1*4=4
1.2. información externa (2)	2*0=0	2*1=2	2*0=0	2*4=8	2*0=0	2*3=6	2*0=0	2*4=8
1.3. información de generalidades útiles (3)	3*1=3	3*1=3	3*0=0	3*4=12	3*0=0	3*1=3	3*0=0	3*0=0
1.4. información política para los ciudadanos (4)	4*2=8	4*2=8	4*0=0	4*3=12	4*1=4	4*2=8	4*1=4	4*4=16
1.5. información política de contexto (5)	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*4=20	5*0=0	5*1=1	5*0=0	5*3=15
Resultados 1	15	17	2	56	7	25	6	43
2. Interactividad								
2.1. sólo lectura(1)	1*4=4	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*3=3	1*3=3	1*2=2	1*4=4
2.2. lectura y escritura(2)	2*4=8	2*1=2	2*0=0	2*3=6	2*0=0	2*3=6	2*1=2	2*1=2
2.3. correspondencia electrónica (3)	3*2=6	3*2=6	3*0=0	3*4=12	3*0=0	3*3=9	3*0=0	3*1=3
2.4. posibilidad de presentación para los ciudadanos (4)	4*3=12	4*0=0	4*0=0	4*4=16	4*0=0	4*3=12	4*0=0	4*2=8
2.5. foros/grupos de discusión/comunidades virtuales (5)	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*4=20	5*0=0	5*3=15	5*0=0	5*0=0
Resultados de 2	30	12	2	58	3	45	4	17
3. Accesibilidad								
3.1. actualidad (1)	1*4=4	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*1=1	1*4=4
3.2. ayuda para búsqueda y navegación (2)	2*1=2	2*0=0	2*2=4	2*4=8	2*0=0	2*2=4	2*0=0	2*4=8
3.3. ayuda para documentación e investigación (3)	3*1=3	3*1=3	3*0=0	3*4=12	3*0=0	3*2=6	3*0=0	3*4=12
3.4. enlaces (4)	4*1=4	4*0=0	4*3=12	4*4=16	4*0=0	4*3=12	4*0=0	4*3=12
3.5. homogeneidad (5)	5*3=15	5*0=0	5*2=10	5*3=15	5*2=10	5*3=15	5*0=0	5*3=15
Resultados de 3	28	7	28	55	12	41	1	51
4. Estética								
4.1. sentido del humor/ironía (1)	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*1=1	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0
4.2. atractivo visual/llamativo (2)	2*4=8	2*1=2	2*0=0	2*3=6	2*3=6	2*2=4	2*1=2	2*2=4
4.3. diseño/estructura (3)	3*4=12	3*2=6	3*1=3	3*3=9	3*3=9	3*3=9	3*1=3	3*2=6
4.4. símbolos/propaganda política (4)	4*4=16	4*1=4	4*0=0	4*3=12	4*2=8	4*1=4	4*1=4	4*2=8
4.5. personalización (imágenes/fotografías) (5)	5*4=20	5*1=5	5*1=5	5*2=10	5*1=5	5*1=5	5*2=10	5*1=5
Resultados de 4	56	17	8	38	28	22	19	23
Total FU	129	53	40	207	50	133	30	134

Tabla 7
ACCESIBILIDAD DE LOS WEB SITES POLÍTICOS EN RUSIA (POLÍTICOS Y MOVIMIENTOS SOCIALES, 1999). EL MEJOR VALORADO DEL PAÍS ES EL WEB SITE DE KIRIENKO (221 PUNTOS)

Categorías (valores)	Hakamada	Lebed'	Nemstov	Kirienko	Part. Comunista Jov. Revolucion.	Pamyat	Un. Nacional Rusa
1. Información							
1.1. auto-presentación (1)	1*4=4	1*4=4	1*4=4	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*4=4
1.2. información externa (2)	2*3=6	2*3=6	2*2=4	2*3=6	2*2=4	2*4=8	2*2=4
1.3. información generalidades útiles (3)	3*3=9	3*1=3	3*4=12	3*4=12	3*2=6	3*3=9	3*1=3
1.4. información política para los ciudadanos (4)	4*4=16	4*3=12	4*3=12	4*3=12	4*0=0	4*1=4	4*2=8
1.5. información política de contexto (5)	5*3=15	5*2=10	5*3=15	5*3=15	5*3=15	5*4=20	5*3=15
Resultados 1	50	35	47	49	27	45	34
2. Interactividad							
2.1. sólo lectura(1)	1*4=4	1*4=4	1*4=4	1*4=4	1*3=3	1*4=4	1*4=4
2.2. lectura y escritura(2)	2*4=8	2*2=4	2*4=8	2*4=8	2*0=0	2*4=8	2*1=2
2.3. correspondencia electrónica (3)	3*4=12	3*1=3	3*2=6	3*4=12	3*0=0	3*0=0	3*1=3
2.4. posibilidad de presentación para los ciudadanos (4)	4*4=16	4*2=8	4*1=4	4*4=16	4*0=0	4*0=0	4*3=12
2.5. foros/grupos de discusión/comunidades virtuales (5)	5*4=20	5*0=0	5*0=0	5*4=20	5*0=0	5*0=0	5*3=15
Resultados de 2	60	19	22	60	3	12	36
3. Sencillez Uso							
3.1. actualidad (1)	1*4=4	1*4=4	1*3=3	1*4=4	1*0=0	1*3=3	1*4=4
3.2. ayuda para búsqueda y navegación (2)	2*4=8	2*4=8	2*2=4	2*4=8	2*1=2	2*3=6	2*2=4
3.3. ayuda para documentación e investigación (3)	3*4=12	3*3=9	3*2=6	3*4=12	3*1=3	3*4=12	3*2=6
3.4. enlaces (4)	4*3=12	4*3=12	4*2=8	4*4=16	4*1=4	4*3=12	4*1=4
3.5. homogeneidad (5)	5*4=20	5*3=15	5*3=15	5*4=20	5*2=10	5*3=15	5*4=20
Resultados de 3	56	48	36	60	19	48	38
4. Estética							
4.1. sentido del humor/ironía (1)	1*1=1	1*0=0	1*3=3	1*4=4	1*1=1	1*0=0	1*0=0
4.2. atractivo visual/llamativo (2)	2*4=8	2*4=8	2*4=8	2*4=8	2*1=2	2*3=6	2*1=2
4.3. diseño/estructura (3)	3*4=12	3*4=12	3*4=12	3*4=12	3*2=6	3*3=9	3*3=9
4.4. símbolos/propaganda política (4)	4*1=4	4*4=16	4*3=12	4*2=8	4*2=8	4*4=16	4*2=8
4.5. personalización (imágenes/fotografías) (5)	5*4=20	5*4=20	5*4=20	5*4=20	5*2=10	5*4=20	5*2=10
Resultados de 4	45	56	55	52	27	51	29
Total FU	211	158	160	221	76	156	137

Partidos políticos: Partido Comunista de la Federación Rusa; Partido Democrático-Liberal de Rusia; Unión Democrática de Rusia; Yabloko; NDP (líder- Viktor Cher-

nomyrdin); Alternativa Democrática de Rusia; Partido Cristiano-Demócrata Ruso; Partido de los Demócratas Constitucionales (Cadetes). Políticos: Alexander Lebed', gobernador de Krasnoyarskobl原因, futuro posible candidato para las elecciones presidenciales; Irina Hakamada, una de las jóvenes mujeres políticas rusas más famosa, miembro del Parlamento; Boris Nemstow, ex - vice primer ministro en el gobierno ruso, uno de los llamados jóvenes reformistas (young reformers); Sergey Kirienko, ex -primer ministro de Rusia, uno de los llamados jóvenes reformistas. Movimientos: Liga Comunista Joven Revolucionaria (Revolutionary Young Communist League) (Rusia y Ucrania); Frente Patriótico-Nacional "Pamyat" (Memoria); Unidad Nacional Rusa.

Tabla 8
ACCESIBILIDAD DE LOS WEB SITES POLÍTICOS EN POLONIA (1999). EL MEJOR VALORADO DEL PAÍS ES EL PARTIDO DEL PUEBLO POLACO (131 PUNTOS)

Categorías (valores)	Social Democracia	Solidaridad	Partido del Pueblo Polaco	Movim. para la Reconstr. de Polonia	Democracia Cristiana	Partido Conservador del Pueblo	Patriotismo
1. Información							
1.1. auto-presentación (1)	1*3=3	1*2=2	1*4=4	1*2=2	1*3=3	1*3=3	1*2=2
1.2. información externa (2)	2*1=2	2*1=2	2*3=6	2*0=0	2*0=0	2*0=0	2*0=0
1.3. información de generalidades útiles (3)	3*0=0	3*0=0	3*1=1	3*0=0	3*0=0	3*0=0	3*0=0
1.4. información política para los ciudadanos (4)	4*1=4	4*1=4	4*3=12	4*1=4	4*0=0	4*0=0	4*1=4
1.5. información política de contexto (5)	5*1=5	5*2=10	5*3=15	5*0=0	5*1=5	5*1=5	5*2=10
Resultados 1	14	18	40	6	8	8	16
2. Interactividad							
2.1. sólo lectura(1)	1*2=2	1*2=2	1*4=4	1*2=2	1*2=2	1*3=3	1*2=2
2.2. lectura y escritura(2)	2*2=4	2*2=4	2*4=8	2*0=0	2*2=4	2*4=8	2*2=2
2.3. correspondencia electrónica (3)	3*0=0	3*0=0	3*0=0	3*0=0	3*0=0	3*0=0	3*0=0
2.4. posibilidad de presentación para los ciudadanos (4)	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0
2.5. foros/grupos de discusión/comunidades virtuales (5)	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0
Resultados de 2	6	6	12	2	6	7	6
3. Sencillez Uso							
3.1. actualidad (1)	1*3=3	1*2=2	1*4=4	1*1=1	1*3=3	1*2=2	1*2=2
3.2. ayuda para búsqueda y navegación (2)	2*0=0	2*0=0	2*2=4	2*0=0	2*0=0	2*0=0	2*0=0
3.3. ayuda para documentación e investigación (3)	3*0=0	3*0=0	3*2=6	3*0=0	3*0=0	3*0=0	3*0=0
3.4. enlaces (4)	4*2=8	4*1=4	4*3=12	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0
3.5. homogeneidad (5)	5*2=10	5*1=5	5*4=20	5*0=0	5*2=10	5*2=10	5*1=10
Resultados de 3	24	9	46	1	13	12	12
4. Estética							
4.1. sentido del humor/ ironía (1)	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0
4.2. atractivo visual/llamativo (2)	2*2=4	2*1=2	2*4=8	2*0=0	2*2=4	2*2=4	2*2=4
4.3. diseño/estructura (3)	3*2=6	3*1=3	3*4=12	3*0=0	3*2=6	3*2=6	3*1=3
4.4. símbolos/propaganda política (4)	4*2=8	4*1=4	4*2=8	4*2=8	4*2=8	4*2=8	4*1=4
4.5. personalización (imág./fotog.) (5)	5*1=5	5*0=0	5*1=5	5*0=0	5*1=5	5*2=10	5*0=0
Resultados de 4	23	9	33	8	23	28	11
Total FU	67	42	131	17	50	55	45

Partidos: Akcja Wyborcza Solidarnosc (Acción Electoral Solidaridad)- coalición de fuerzas democráticas de centro-derecha; Socjaldemokracja Rzeczypospolitej Polskiej (Social Democracia de la República de Polonia); Polskie Stronnictwo Ludowe (Partido del Pueblo Polaco); Ruch Odbudowy Polski (Movimiento para la Reconstrucción de Polonia); Chrzescijanska Demokracija III Rzeczypospolitej (Democracia Cristiana de la Tercera República Polaca); Stronnictwo Konserwatywno Ludowe (Conservadores-Partido del Pueblo); Ruch dla Rzeczypospolitej Oboz Patriotyczny (Movimiento para la República y la Patria (Patriotism))

Tabla 9
ACCESIBILIDAD DE LOS WEB SITES POLITICOS EN YUGOSLAVIA (1999).
EL MEJOR VALORADO DEL PAIS ES EL CONGRESO PARA LA UNIDAD SERBIA
SERBIAN UNITY CONGRESS (208 PUNTOS).

Categorías (valores)	Nueva Democracia	Partido Socialista Serbia	Mov. de Renovación Serbia	Partido Democrático	Alianza Ciudadana Serbia	Partido Nacional del Congreso	Nuevo Partido Comunista	Unidad Serbia del Congreso
1. Información								
1.1. auto-presentación (1)	1*3=3	1*4=4	1*3=3	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*3=3	1*4=4
1.2. información externa (2)	2*1=2	2*4=8	2*1=2	2*4=8	2*2=4	2*4=8	2*3=6	2*4=8
1.3. información de generalidades útiles (3)	3*0=0	3*0=0	3*1=1	3*0=0	3*0=0	3*2=6	3*2=6	3*3=9
1.4. información política para los ciudadanos (4)	4*0=0	4*4=16	4*1=4	4*4=16	4*2=8	4*4=16	4*2=8	4*4=16
1.5. información política de contexto (5)	5*0=0	5*4=20	5*1=5	5*4=20	5*2=10	5*4=20	5*3=15	5*4=20
Resultados 1	5	48	14	48	24	54	38	57
2. Interactividad								
2.1. sólo lectura(1)	1*3=3	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*3=3	1*4=4
2.2. lectura y escritura(2)	2*3=6	2*4=8	2*3=6	2*3=6	2*1=2	2*3=6	2*2=4	2*4=8
2.3. correspondencia electrónica (3)	3*3=0	3*0=0	3*0=0	3*2=6	3*0=0	3*2=6	3*2=6	3*3=9
2.4. posibilidad de presentación para los ciudadanos (4)	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*0=0	4*2=8
2.5. foros/grupos de discusión/comunidades virtuales (5)	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*2=10
Resultados de 2	9	12	8	16	4	16	13	39
3. Sencillez Uso								
3.1. actualidad (1)	1*4=4	1*4=4	1*4=4	1*4=4	1*2=2	1*4=4	1*3=3	1*4=4
3.2. ayuda para búsqueda y navegación (2)	2*2=4	2*3=6	2*1=2	2*2=4	2*2=4	2*4=8	2*1=2	2*4=8
3.3. ayuda para documentación e investigación (3)	3*2=6	3*4=12	3*1=3	3*4=12	3*2=6	3*4=12	3*2=6	3*4=12
3.4. enlaces (4)	4*4=16	4*1=4	4*0=0	4*3=12	4*1=4	4*4=16	4*2=8	4*4=16
3.5. homogeneidad (5)	5*3=15	5*4=20	5*3=15	5*4=20	5*3=15	5*4=20	5*2=10	5*4=20
Resultados de 3	45	46	24	52	31	60	29	60
4. Estética								
4.1. sentido del humor/ ironía (1)	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0
4.2. atractiva visual/llamativo (2)	2*3=6	2*4=8	2*3=6	2*4=8	2*3=6	2*4=8	2*2=4	2*4=8
4.3. diseño/ estructura (3)	3*3=9	3*4=12	3*3=9	3*4=12	3*3=9	3*4=12	3*3=9	3*4=12
4.4. símbolos/ propaganda política (4)	4*3=12	4*4=16	4*3=12	4*2=8	4*2=8	4*4=16	4*3=12	4*3=12
4.5. personalización (imágenes/ fotografías) (5)	5*2=10	5*4=20	5*3=15	5*3=15	5*3=15	5*3=15	5*2=10	5*4=20
Resultados de 4	37	56	42	42	38	51	42	52
Total FU	96	162	81	158	97	181	123	208

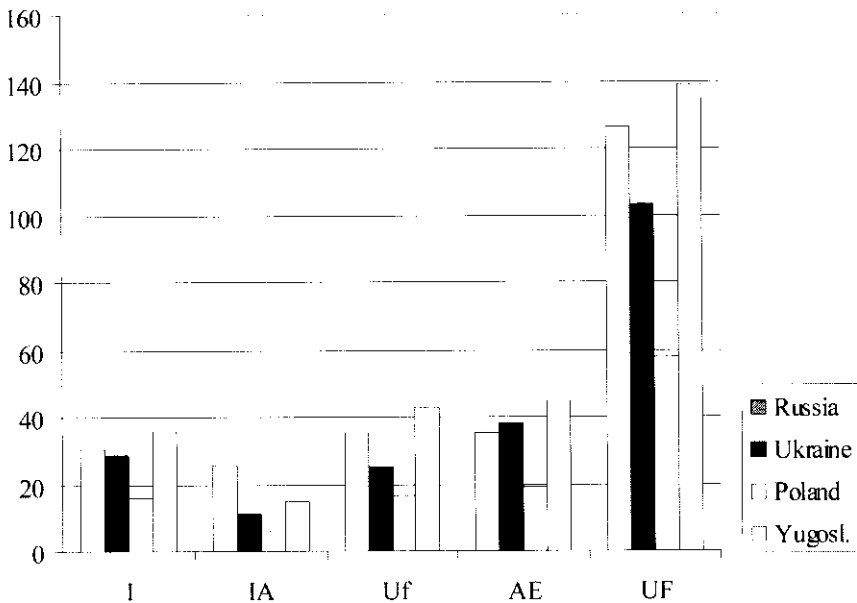
Partidos: Socialisticka Partija Srbije (Partido Socialista Serbia), líder Slobodan Milošević; Nova Demokratija-Pokret za Srbiju (Nuevo Partido Democrático?); Srpski Pokret Obnove (SPO)- Movimiento Serbia de Renovación- líder Vuk Drasković; Demokratska Stranka (DS)- Partido Democrático; Gradjanski Savez Srbije (Alianza Civil/Ciudadana de Serbia); Saborna Narodna Stranka (Partido Nacional del Congreso); Nove Komunističke Partije Jugoslavije (NKPJ) – Nuevo Partido Comunista de Yugoslavia; Congreso para la Unidad Serbia.

Tabla 10
ACCESIBILIDAD DE LOS WEB SITES POLÍTICOS EN UCRANIA. EL MEJOR VALORADO DEL PAÍS ES EL WEB SITE DE MARCHUK (137 PUNTOS).

Categorías (valores)	Partido: Hromada (líder Pavlo Lazarenko)	Partido: Eduna Roduna	Partido: Partido Verde	Político: Olexander Moroz	Político: Evgen Marchuk
1. Información					
1.1. auto-presentación (1)	1*2=2	1*3=3	1*3=3	1*4=4	1*3=3
1.2. información externa (2)	2*1=2	2*2=4	2*1=2	2*3=6	2*3=6
1.3. información de generalidades útiles (3)	3*0=0	3*1=3	3*0=0	3*3=9	3*1=3
1.4. información política para los ciudadanos (4)	4*3=12	4*3=12	4*1=4	4*4=16	4*4=16
1.5. información política de contexto (5)	5*1=5	5*1=5	5*0=0	5*2=10	5*3=15
<i>Resultados 1</i>	21	27	9	45	42
2. Interactividad					
2.1. sólo lectura(1)	1*2=2	1*4=4	1*3=3	1*4=4	1*4=4
2.2. lectura y escritura(2)	2*0=0	2*4=8	2*2=4	2*4=8	2*4=8
2.3. correspondencia electrónica (3)	3*0=0	3*1=3	3*0=0	3*0=0	3*0=0
2.4. posibilidad de presentación para los ciudadanos (4)	4*0=0	4*0=0	4*1=4	4*0=0	4*1=4
2.5. foros/grupos de discusión/ comunidades virtuales (5)	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0	5*0=0
<i>Resultados de 2</i>	2	15	11	12	16
3. Sencillez Uso					
3.1. actualidad (1)	1*1=1	1*4=4	1*1=1	1*3=3	1*4=4
3.2. ayuda para búsqueda y navegación (2)	2*2=4	2*1=2	2*1=2	2*0=0	2*4=8
3.3. ayuda para documentación e investigación (3)	3*2=6	3*2=6	3*1=2	3*0=0	3*0=0
3.4. enlaces (4)	4*1=4	4*0=0	4*3=12	4*0=0	4*0=0
3.5. homogeneidad (5)	5*2=10	5*4=20	5*2=10	5*3=15	5*4=20
<i>Resultados de 3</i>	25	32	17	18	32
4. Estética					
4.1. sentido del humor/ ironía (1)	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0	1*0=0
4.2. atractivo visual/llamativo (2)	2*2=4	2*3=6	2*3=6	2*4=8	2*4=8
4.3. diseño/ estructura (3)	3*2=6	3*2=6	3*3=9	3*4=12	3*4=12
4.4. símbolos/ propaganda política (4)	4*2=8	4*2=8	4*3=12	4*3=12	4*3=12
4.5. personalización (imágenes/fotografías) (5)	5*2=10	5*3=15	5*0=0	5*4=20	5*3=15
<i>Resultados de 4</i>	28	38	27	52	47
Total FU	73	113	64	127	137

Partidos: Hromada, líder Pavlo Lazarenko; Eduna Roduna, Familia Unida, todos los movimientos políticos ucranianos; Olexander Moroz , líder del Partido Socialista, candidato para las elecciones presidenciales en Ucrania; *Políticos:* Evgen Marchuk, candidato a las elecciones presidenciales en Ucrania, ex – miembro del Partido Social-Demócrata (unido) (fraction) en el Parlamento, ex – primer ministro.

Gráfico 2
FACILIDAD DE UTILIZACIÓN (UF) DE LOS “WEB” POLÍTICOS DE PAÍSES DE EUROPA DEL ESTE Y CENTRAL (1999) (SUMANDO “INFORMACIÓN” (I), “INTERACTIVIDAD” (IA), “SENCILLEZ DE USO” (UF) Y ESTÉTICA (AE).



RUSIA

Rusia es uno de los países del Este de Europa más representados en la Red. También tiene el mayor número de partidos políticos presentes en Internet –cerca de veinte-. Esto significa que casi todos los principales partidos políticos rusos se han dado cuenta de la importancia de este nuevo medio. Desgraciadamente, la elección y valoración de tales enclaves se vio afectada por el hecho de que no todos los partidos políticos rusos tienen “web”, pues algunos estaban “en construcción” (el de Nash Dom Russia), y otros en renovación (el de Democraticheskij Souz). Existen dos razones principales para no usar Internet: primero, algunos partidos no creen realmente en la

necesidad e importancia de este nuevo medio de comunicación para su actividad; segundo, muy a menudo los partidos no tienen suficientes recursos humanos y financieros para crear y mantener activos sus "webs". Entre los partidos que tienen sus "páginas" en Internet, hemos elegido los ocho más populares en Rusia. Difieren en su apariencia visual y en el nivel de uso de las posibilidades de Internet.

La puntuación media alcanzada por los "webs" de los partidos es 97 puntos (Tabla 6). Los mejores resultados los ha obtenido el "web" del Partido Socialdemócrata Ruso Yabloko (Manzana en ruso) liderado por Grigory Yavlinsky, un famoso político y economista ruso (207 puntos). Es el partido de las élites profesionales e intelectuales. El nombre del partido fue creado con las primeras letras de los apellidos de sus líderes (Yavlinsky, Boldyrev, Lukin) y su ideología es socialdemócrata. El símbolo oficial del partido es una "manzana". Entre los partidos políticos rusos, Yabloko es el que ha desarrollado un ciber enclave de manera más adecuada y con gran éxito. En comparación con los demás, Yabloko se caracteriza por el uso de los más modernos medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación. El partido ha elegido el diseño "periódico" (tabloide) para su "web". Utilizan Internet principalmente por dos razones: auto-presentación e interconexión entre el partido y la población. Además están pensando crear la primera organización de partido virtual en Rusia. Mantienen varios foros interactivos, numerosos grupos de discusión, encuestas de opinión permanentes y breves informes, además de las "páginas" de la rama juvenil del partido y "webs" de organizaciones regionales. Una de las cosas más destacables dentro de los contenidos políticos rusos en Internet es la biblioteca virtual del "web" de Yabloko con los artículos y libros rusos y soviéticos más famosos sobre filosofía, sociología y política publicados desde finales del siglo XIX y relacionados con los problemas políticos.

Los partidos políticos que consiguen una puntuación bastante por encima de la media son el *Partido Democrático Liberal* (129 puntos), *Alternativa Democrática de Rusia* (133 puntos) y "Los Cadetes" (134 puntos). El *Partido Democrático Liberal* (LDPR), liderado por el carismático y populista Zhirinovsky, es bastante popular en el país y se puede considerar como una de las principales fuerzas nacionalistas entre los partidos políticos rusos. Desde el punto de vista del ciber marketing político, el "web" del LDPR es el mejor ejemplo. Al margen de otras posibilidades interactivas ofrecidas en él, los grupos de discusión han fallado por ahora. Sin embargo, este hecho tiene más que ver con la imagen que tiene la población del partido que con otra cosa –el LDPR no es tomado en serio por la mayoría de los ciudadanos-. La actualidad y actualización del "web" queda patente desde la pantalla de inicio –en las fechas del análisis, vez de utilizar el logotipo habitual del partido habían colocado una imagen con el slogan "¡Paz en los Balcanes! ¡No más bombas!". Es el "web" más pintoresco de los partidos políticos rusos. Incluso es posible escuchar el himno de Rusia cantado por su líder. La gente puede enviar un mensaje a cualquier miembro parlamentario del LDPR, además hay anuncios del partido y ofrecen el horario de programas de radio y televisión sobre el LDPR o en los que participarán algunos de sus miembros. La parte más brillante y propagandística del "web" es una sección llamada "Nuestras noticias", donde se presentan y explican las noticias del momento bajo el punto de vista del partido.

Alternativa Democrática Rusa (Demokraticheskiy Vybor Rossii) es otro partido de intelectuales y reformadores, liderado por Egor Gajdar. Sin embargo, a diferencia del partido de Yavlinsky, Yabloko, el DVR intenta llegar no sólo a sus votantes objetivo, sino a la gente "corriente" en general y para ello utiliza métodos bastante populistas. "Los Cadetes" es el Partido Demócrata Constitucional.

El "web" con peores resultados es el del *Partido Demócrata-Cristiano Ruso* (30 puntos). Otros tres partidos más están muy por debajo de la puntuación media posible: el *Partido Comunista de la Federación Rusa* (CPRF) (53 puntos), la *Unión Democrática de Rusia* (Demokraticheskiy Souz Rosii), y *Nuestra Casa Rusia* (Nash Dom Rosija) (50 puntos). El CPRF es el heredero del ex-Partido Comunista Soviético. Es uno de los partidos más importantes de Rusia y su líder Zyuganov era su principal aspirante para las elecciones presidenciales rusas de Junio de 2000. La información de su "web" se centra exclusivamente en el partido. Sólo utilizan la Red para la auto-presentación. Proporcionan una completa información sobre su organización, sus publicaciones políticas, acciones, acontecimientos, actividades, etc. Las referencias bibliográficas son escasas; la versión inglesa no está casi desarrollada y es muy anticuada. El diseño es muy severo, incluso ralo, pero bien estructurado. El DSR es uno de los pocos partidos políticos rusos que tiene una posición pro-occidental. Fue creado alrededor del famoso disidente soviético Valeria Novodvorskaya como un movimiento de apoyo a Yeltsin antes de las anteriores elecciones presidenciales. Su posición política puede denominarse centrista, con un especial acento en los asuntos internos, la protección social y el papel de Rusia en el mundo. El líder del partido es el Primer Ministro Chernomyrdin. El *Partido Demócrata-Cristiano Ruso* (RCHDP) tiene como líder a Chuev y es un prototipo de los partidos demócrata-cristianos europeos.

Desgraciadamente, el uso de Internet está muy lejos todavía de la interactividad real entre los ciudadanos y los políticos en los países del Este europeo. Aunque Rusia es el mejor ejemplo entre los países del centro y este de Europa (de acuerdo a los términos de nuestro estudio) del uso "apropiado" de Internet (*Yabloko* entre los partidos políticos, Hakamada y Kirienko entre todos los "webs"); sin embargo todavía son muy limitadas las oportunidades de intervención para los ciudadanos. Todos los partidos consideran la auto-presentación como la principal razón para estar presentes en la Red. Pero no la desarrollan demasiado, quedando en realidad bastante restringida. Sobre todo hay información sobre la historia del partido, actividades, documentos, congresos, etc. Los enlaces a otros enclaves sólo incluyen partidos afines dentro del país y en el extranjero bajo el nombre de "direcciones de nuestros amigos". El atractivo visual se entiende desde la perspectiva de la propaganda de los símbolos del partido. El sentido del humor brilla por su ausencia. Las biografías de los líderes del partido son serias y "secas". Sólo Yablinsky incluye algunos comentarios de sus amigos y parientes sobre su infancia.

De los ocho partidos analizados, sólo dos utilizan de manera adecuada la posibilidad de interactuar con los ciudadanos que ofrece Internet. El bajo nivel de interactividad se puede explicar por dos razones: primero, los partidos todavía

no se han dado cuenta de esta magnífica capacidad de Internet; segundo, la mayoría de ellos temen "echar a perder" la belleza de su "web" con las críticas de la gente.

En los países del Este de Europa, junto a los "'webs'" de los partidos políticos, ahora parece estar de moda crear también páginas electrónicas personales de políticos. Incluso cuando el partido o el movimiento político tiene su "web", el líder prefiere tener a su vez su propio enclave. A pesar de que la ayuda para la navegación en los "'webs'" rusos es muy deficiente y la mayoría de ellos apenas tienen enlaces, hemos conseguido localizar los "'webs'" personales de cuatro políticos.

En comparación con los "'webs'" de los partidos políticos, el nivel de uso de las posibilidades interactivas es mucho más alto en estos "'webs'" personales (Tabla 7). Observándolos, vemos que alcanzan de media 160 puntos y que los "'webs'" de Kirienko (221 puntos) y Hakamada (211 puntos) son los que obtienen los mejores resultados. *Sergey Kirienko* fue el Primer Ministro ruso durante la crisis financiera que vivió el país en el verano de 1998. Tenía un proyecto real y estructurado para reformar la economía rusa pero fue destituido después de varios meses en el cargo y una opinión muy negativa por parte de la población rusa. Este político concibió la idea de crear un Parlamento a través de Internet. Los visitantes de su "web" pueden discutir sobre los propósitos y responsabilidades de este "e-Parlamento". Junto a esto, ofrece muchos tipos de discusiones y encuestas de opinión sobre aspectos actuales de la vida política y social rusa. Kirienko es, probablemente, el único político ruso que no tiene "miedo" de contar historias divertidas sobre su vida y su actividad política e invita a los visitantes a unirse a él con sus propios chistes y anécdotas sobre su persona. *Irina Hakamada* es una famosa economista rusa y una de las pocas mujeres miembro del Parlamento. Hakamada y Kirienko tienen grupos de discusión permanentes y comunidades virtuales, los visitantes de sus "'webs'" pueden leer cualquier pregunta o respuesta formulada dada por los políticos pueden también hablar entre ellos, sugerir nuevas formas de comunicación, etc. En estas "páginas" se pueden encontrar no sólo artículos escritos por estos políticos y biografías publicadas en otros medios, sino también historias sobre ellos contadas por los miembros de su familia y sus amigos. Tienen además álbumes de fotos reales, que reflejan su vida privada.

Los "'webs'" de políticos que se sitúan en la evaluación alrededor de la puntuación media posible son el de *Lebed* (158 puntos) y el de *Nemstov* (160 puntos). Alexander Lebed es antiguo general del Ejército Soviético y gobernador de la región de Krasnoyarsk. *Boris Nemstov* fue Viceprimer Ministro de Rusia. Todos los "web" de políticos resultan agradables y no están demasiado politizados. Intentan que los visitantes se comuniquen con personas "normales" en vez de con políticos en estado puro. Así pues, el principal objetivo de los "'webs'" personales de los políticos rusos puede decirse que es un deseo de presentar su "cara humana".

Evaluamos también los "'webs'" de varios movimientos sociales rusos. El de *Pamyat* (Memoria) –el Movimiento Nacional Monárquico Ruso Ortodoxo–, que alcan-

za 156 puntos, tiene una colección de fotografías de los iconos ortodoxos rusos, una biblioteca de libros dedicada a la historia rusa y una colección de iglesias rusas y de música popular tradicional. Otros movimientos como la Unión Nacional Rusa y la Liga Comunista Joven Revolucionaria obtienen 137 y 76 puntos respectivamente.

POLONIA

Los "webs" polacos consiguen como media 58 puntos. Polonia tiene el mayor número de ciber enclaves "caducados". Muchos de ellos se utilizaron durante las últimas elecciones parlamentarias y presidenciales y no se volvieron a actualizar. Los "webs" polacos tienen problemas con la interactividad. La correspondencia electrónica, las posibilidades de auto-presentación para los ciudadanos y los foros o grupos de discusión están ausentes por completo. El "web" del *Partido del Pueblo Polaco* (PSL) obtiene unos buenos resultados (131 puntos) comparado con los demás. Es el único que tiene ayuda para la navegación y las búsquedas. Los otros "webs" son los de *Social Democracia de la República de Polonia* (SDRP, 67 puntos), *Partido Conservador del Pueblo* (55 puntos), *Democracia Cristiana de la Tercera República Polaca* (50 puntos), *Movimiento para la República y el Patriotismo* (45 puntos), *Acción Electoral Solidaridad* (coalición de fuerzas de centro-derecha, heredero del famoso sindicato "Solidaridad" y liderado por el primer presidente polaco Lech Valesa) -con 42 puntos-. La peor puntuación corresponde al *Movimiento para la Reconstrucción de Polonia*, partido orientado hacia la derecha europea, enraizado en la tradición del movimiento de independencia polaco (17 puntos).

EX-YUGOSLAVIA

Todos los "webs" yugoslavos están actualizados y por la calidad y cantidad de información pueden competir con los rusos. Tienen además el más alto nivel de *Personalización* (imágenes de guerra). Desgraciadamente, tienen el mismo punto débil: las categorías de interactividad, sentido del humor e información sobre generalidades. La puntuación media es 139 puntos (Tabla 9).

El partido *Unidad Serbia del Congreso* alcanza los mejores resultados (208 puntos), seguido del *Partido Nacional del Congreso* (181 puntos). Este último es un partido de derechas, liderado por profesores universitarios serbios y otros representantes de las élites intelectuales. Otros "webs" que recibieron puntuaciones por encima de la media fueron el *Partido Socialista Serbio*, liderado por Slobodan Milosevic (162 puntos) y el Partido Democrático (158 puntos).

Los partidos que puntuaron por debajo de la media fueron el *Nuevo Partido Comunista* (123 puntos), la *Alianza Ciudadana Serbia* (97 puntos), *Nueva Democracia* (96 puntos) y el *Movimiento para la Renovación Serbia* (81 puntos).

UCRANIA

Los "webs" ucranianos alcanzan de media 103 puntos (Tabla 10). Están cerca de los polacos en cuanto a las razones y propósitos de su utilización. Realmente, la mayoría de los "webs" de Europa Centro Oriental fueron creados durante las últimas campañas electorales. Pero, si Rusia y Yugoslavia intentan tenerlos actualizados e incluso cambiar su diseño de vez en cuando, los políticos polacos y ucranianos los usaron exclusivamente por razones electorales y después se olvidaron de ellos. *Hromada* y el *Partido Verde* son un buen ejemplo de esta actitud. Ambos "webs" se crearon antes de las últimas elecciones parlamentarias en Ucrania y no se volvieron a utilizar después; son los que han recibido la puntuación más baja. *Hromada* (Comunidad) (76 puntos) de ideología socioliberal fue la segunda fuerza de oposición del país (después del *Partido Comunista de Ucrania*), pero su popularidad ha caído desde las elecciones presidenciales de 1998 debido al proceso judicial abierto contra su líder, Pavlo Lazarenko. El *Partido Verde* (64 puntos) se asemeja a los partidos ecologistas occidentales. Tiene un gran número de escaños en el Parlamento y proclama que quiere lo mejor para el futuro ecológico del país y que no se posicionará políticamente dentro de ninguna ideología. Los otros tres "webs" son nuevos. Se han creado recientemente (dos o tres meses antes del análisis), pero la razón es la misma —las cercanas elecciones presidenciales en Ucrania—. Dos de éstos son "webs" personales de políticos que se presentan como candidatos al cargo presidencial, el otro, siendo el "web" de un movimiento social, realmente presenta también a un candidato pugnando por el sillón presidencial. En general ofrecen abiertamente todo tipo de información sobre los políticos, pero son bastante restringidos en términos de interactividad.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS "WEBS" POLÍTICOS DEL CENTRO Y ESTE DE EUROPA

Los partidos políticos del centro y este Europeo están familiarizados con el nuevo medio y su utilización para objetivos políticos. En este aspecto no se diferencian mucho de sus colegas del oeste de Europa. Además, no parece haber ninguna conexión entre el uso de Internet y la posición ideológica de derecha, centro o izquierda del partido. Tanto los partidos comunistas como los nacionalistas han creado sus enclaves electrónicos y continúan explorando las posibilidades que ofrece la comunicación a través de la Red.

Durante el periodo considerado, la primavera de 1999, la puntuación sobre facilidad de utilización de los "webs" de países de la Europa Centro Oriental oscila entre 139 puntos de promedio (ex-Yugoslavia), 127 (Rusia), 103 (Ucrania) y 58 (Polonia). Ninguno alcanzó el máximo de 240 puntos. Los "webs" que obtuvieron mejores resultados fueron los de Kirienko (221 p.) y el de Yabloko (207 p.) así como el del *Congreso para la Unidad Serbia* (208 p.).

Lo que es realmente común en todos los partidos de estos países es la manera en que entienden la posibilidades ofrecidas por Internet: un canal más para persuadir y atra-

er votantes. Esto se observa en la puntuación media que alcanza la categoría "Estética" en los cuatro países (34 puntos), la más alta en relación a las demás. Los resultados promedio varían entre los 45 puntos (Yugoslavia), 38 (Ucrania), 35 (Rusia) y 19 (Polonia). El punto de partida para la existencia de la mayoría de los "webs" es la proximidad de las campañas electorales. Por lo tanto, las subcategorías de apariencia visual, diseño, símbolos y propaganda y personalización, correspondientes a "Estética", alcanzan muy buenos resultados en todos los "webs" analizados, a pesar de que todos ellos difieren en su apariencia visual. La única subcategoría que no obtuvo buena puntuación en ninguno de los "webs" fue la de "Humor".

Igualmente importante para todos los países es la categoría general de "Sencillez de Uso" (con una puntuación media de 30 puntos), incluyendo las subcategorías referidas a la actualización de las noticias y los documentos presentes en su "web". Tanto los "webs" rusos como yugoslavos estuvieron publicando noticias sobre la guerra de Kosovo durante el tiempo que duró el conflicto, como el tema más importante. Todos ellos manifestaban una toma de postura política y una declaración formal del partido al respecto. No se encontró nada similar en los "webs" ucranianos o polacos. Las puntuaciones obtenidas en esta categoría varían entre los 43 puntos de promedio (Yugoslavia), 35 (Rusia), 25 (Ucrania) y 17 (Polonia). La distribución de los enlaces es desigual pero la mayoría de los "webs" ofrecen hiperenlaces que encaminan hacia el "web" del Gobierno, al Parlamento, o a partidos extranjeros con la misma posición política. Algunos partidos rusos y yugoslavos han creado verdaderas bibliotecas digitales en su "web", dando a los ciudadanos la oportunidad no sólo de examinar el catálogo de publicaciones sino de leer y "descargarse" en el ordenador muchos de los libros y artículos.

También resulta relevante la categoría de "Información" (que alcanza la puntuación media de 28 puntos) y especialmente la subcategoría de auto-presentación. Los resultados obtenidos oscilan entre 36 puntos (Yugoslavia), 31 (Rusia), 29 (Ucrania) y 16 (Polonia). La subcategoría que sin embargo tiene peores resultados es "información de generalidades".

La "Interactividad" que es realmente la categoría principal de nuestro estudio (de acuerdo con el objetivo de la investigación) es la que obtiene la peor puntuación media con sólo 14,5 puntos. Los resultados varían entre los 26 puntos (Rusia), 15 (Yugoslavia), 11 (Ucrania) y 6 (Polonia). Todavía hay varios "webs" que son de sólo lectura. Y la correspondencia electrónica y especialmente los 'chats' y los foros de discusión son desconocidos para la mayoría de los partidos o están escasamente presentes.

Las páginas personales de políticos son más "abiertas" y muestran mayor predisposición a ponerse en contacto con los ciudadanos. Desafortunadamente, estos enlaces personales sólo existen en Rusia y Ucrania; en Polonia y Yugoslavia están completamente ausentes. Al mismo tiempo, Ucrania y Polonia tienen un gran número de "webs" sin actualizar, "caducados", que se utilizaron solamente en el periodo pre-electoral. Dentro de las características interactivas, la más utilizada es el servicio de

lectura y sólo envío de formularios. Otra práctica que utilizan muchos partidos políticos es responder a las preguntas de los ciudadanos directamente en el "web". El relativamente bajo nivel de interactividad de los "webs" del centro y este de Europa se puede explicar de dos maneras: primero, por el escaso nivel de conocimientos informáticos y de utilización de la Red que tienen los políticos y ciudadanos de estos países. Y segundo, por el miedo de los políticos a poner en la Red otras opiniones que no sean las suyas. De hecho, esto indica, junto con la ausencia del sentido del humor y de información de generalidades, que los políticos del Europa Centro Oriental no están preparados todavía para mantener discusiones realmente abiertas con sus ciudadanos, no sólo sobre los puntos fuertes de su programa político sino también sobre otros asuntos menores, la vida privada, sus ambiciones y sus intereses.

CONCLUSIÓN Y SÍNTESIS

¿Se han dado cuenta ya los partidos y movimientos políticos de las ventajas que ofrece Internet? ¿Tienen sus propios "webs"? ¿Están los políticos realmente "contentos" de descubrir este nuevo medio más democrático y abierto que permite dialogar en conexión directa con sus con-ciudadanos? Todas estas y muchas otras preguntas las tuvimos en cuenta al empezar el estudio del potencial democrático de los "webs" de los partidos políticos. Así pues, el nivel de participación política de los ciudadanos fue considerado como el principal objetivo de nuestra investigación.

El creciente flujo de información, el alto nivel de interactividad, la interconexión entre diferentes "webs", las posibilidades de auto-presentación, etc., se consideran los aspectos más avanzados de Internet. De acuerdo con estas características hemos desarrollado un esquema de evaluación con cuatro categorías principales: *Información*, *Interactividad*, *Sencillez de Uso* y *Estética*. Esta división permite evaluar conjuntamente la calidad de los "webs" políticos y el nivel de implicación de los ciudadanos en las actividades políticas en conexión directa. La máxima puntuación que se puede obtener dentro de cada subcategoría es de cuatro puntos: 0 puntos: cuando el rasgo analizado no está presente; 1 punto: está escasamente presente; 2 puntos: medianamente presente; 3 puntos: bastante presente; 4 puntos: muy presente o presente de manera apropiada.

Nuestro examen de los "webs" de cuatro países del centro y este de Europa y de tres países de la Unión Europea durante la primavera de 1999 sugiere que las categorías y subcategorías con las que conformamos nuestro esquema de evaluación son descriptores relevantes para el análisis de los "webs" políticos. La más alta puntuación que podían obtener era 240 puntos. Ninguno la ha alcanzado. Pero por otra parte, varios "webs" han conseguido más de 200 puntos. Entre ellos tres son rusos y uno yugoslavo.

En conjunto, la puntuación de la "Facilidad de Utilización" es de media más alta en los países de la Unión Europea (164 puntos) que en los del centro y este de Europa (107 puntos). Sin embargo, debemos tener en cuenta que, en lo que se refiere a los

países de la Unión Europea, elegimos los que están probablemente más avanzados, mientras que para los países de Europa Centro Oriental, evaluamos los "webs" de países obviamente muy diferentes en términos tecnológicos.

Nuestro análisis del criterio de "Búsqueda de información" revela que tanto en los países del este como del oeste de Europa, los ciudadanos pueden conseguir a través de los "webs" políticos, información sobre los partidos y sus diferentes organizaciones, el Gobierno (objetivos, temas de interés, acontecimientos, posicionamiento sobre determinados temas...) y sobre la situación política nacional e internacional. Siguiendo los enlaces, los ciudadanos pueden acceder fácilmente a otros "webs", no sólo con contenidos políticos sino también sociales, históricos y culturales (Tabla 11, Gráfico 3). Esta categoría, "Información", es la más desarrollada en los países de la Unión Europea (alcanza 50 puntos de media); los resultados oscilan entre los 56 puntos (Holanda), 50 (Gran Bretaña) y 44 (Alemania). Estos países consiguen una puntuación más alta en "Estética" (34 puntos) y en "Sencillez de Uso" (30 puntos) que en "Información" (28 puntos). En esta última categoría los países del centro y este de Europa varían entre los 36 puntos (Yugoslavia), 31 (Rusia), 29 (Ucrania) y 16 (Polonia).

La evaluación de la categoría "Estética" revela especialmente que los políticos tanto del este como del oeste europeo han descubierto que el uso de los "webs" durante las campañas electorales es barato y además puede atraer a un gran número de lectores o visitantes. En esta categoría los países del este alcanzan de media 34 puntos, y los del la Unión Europea, 40 puntos. Sin embargo es Yugoslavia la que obtiene la máxima puntuación con 45 puntos. Parece, sin embargo, que la "Votación" sigue siendo considerada, tanto en los países del Este como de la Unión Europea, como la parte más importante de la vida democrática y la comunicación política.

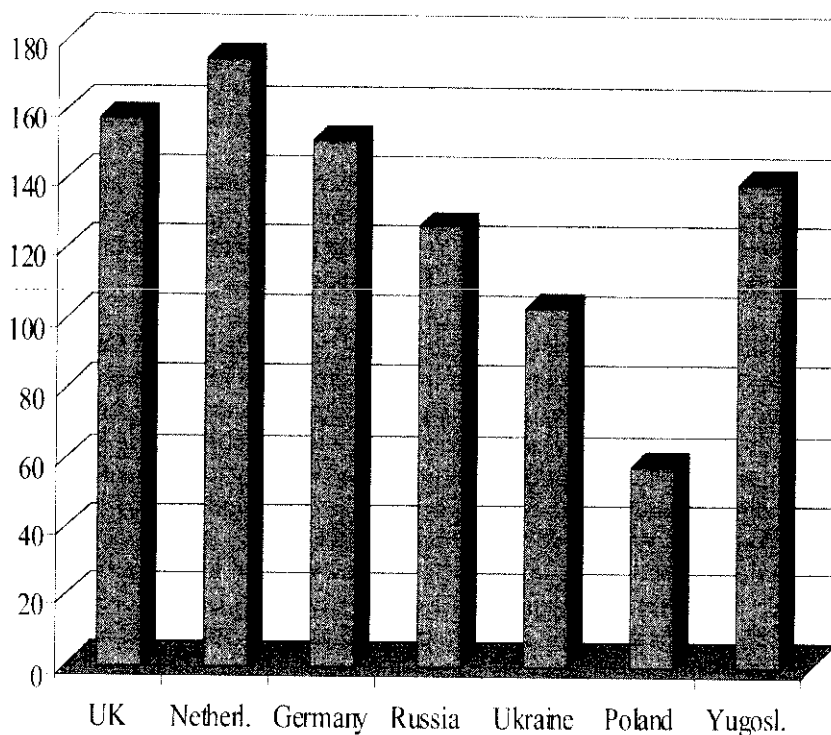
La "Sencillez de Uso" es la segunda categoría con mejor puntuación en los países de la Unión Europea (42,5 puntos de media) y en los del centro y este de Europa (30 puntos de media), aunque sin embargo, Yugoslavia (43 puntos) tiene unos resultados medios superiores a los de Gran Bretaña (36 puntos).

La "Interactividad" está poco desarrollada en los "webs" de Europa Centro Oriental (14,5 puntos de media). Esta conclusión incita a creer que la discusión política activa no es muy frecuente entre los partidos y ciudadanos de estos países. Y quizá sea la carencia de equipo técnico y de conocimientos informáticos, una de las causas por las que los partidos y los ciudadanos no participen activa y permanentemente en las discusiones directas en red. También parece que la "actividad política", como la más importante forma de interactividad democrática en la Red, es apenas usada en los países del este europeo. Pero, la Interactividad es también la categoría con peores resultados en los países tecnológicamente avanzados de la Unión Europea (29 puntos de media), así por ejemplo Gran Bretaña (26 puntos) recibe los mismos puntos que Rusia (26 p.).

Tabla 11
FACILIDAD DE USO (USERFRIENDLYNESS (FU)) DE LOS SITIOS WEB DE PARTIDOS POLÍTICOS EN ALGUNOS PAÍSES DEL ESTE Y OESTE DE EUROPA (1999)

	Gran Bretaña	Países Bajos /Holanda	Alemania	Rusia	Ucrania	Polonia	Yugoslavia
Información	49.8	56.4	44.1	30.5	28.8	30.5	29
Interactividad	26.2	31.6	29.3	25.5	11.2	25.5	18
Sencillez de Uso	45.8	44.9	36.0	35.2	24.8	35.2	30
Estético	35.6	41.4	42.1	35.1	38.4	35.1	36
FU	157.4	174.3	159.8	126.3	103.4	77.6	80

Gráfico 3
FACILIDAD DE UTILIZACIÓN (UF) DE LOS "WEB" POLÍTICOS DE VARIOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA (GRAN BRETAÑA, HOLANDA Y ALEMANIA) Y DE LA COMUNIDAD DE ESTADOS DE EUROPA DEL ESTE Y CENTRAL (RUSIA, UCRANIA, POLONIA Y YUGOSLAVIA (1999) (SUMANDO "INFORMACIÓN" (I), "INTERACTIVIDAD" (IA), "SENCILLEZ DE USO" (UF) Y ESTÉTICA (AE).



REFLEXIÓN DE FONDO

¿Es cierto que Internet contribuye a asentar una concepción restringida de la democracia como la describe Chomsky donde "el ciudadano es un consumidor, un observador pero no un participante" (1989:14)? No lo creemos así. Los académicos se han dado cuenta ya de las oportunidades que brinda Internet para interactuar con los ciudadanos: amplio acceso, comunicación abierta, 'chats' o foros electrónicos y listas de distribución pueden ser útiles no sólo para los objetivos de pequeños grupos de interés o comunidades virtuales, sino que pueden convertirse en el punto de partida que devuelva el poder de la actividad y la participación política a los ciudadanos.

¿Qué podemos decir de los mejores "webs" políticos? La mayoría de ellos utilizan el estilo de los periódicos digitales (tabloidizados) para sus "páginas". Entre los mejores "webs" se encuentran los de los partidos políticos Yabloko y el Congreso de la Unidad Serbia. Yabloko tiene una amplia red de foros y 'chats'. Sus comités regionales tienen "webs" propios, los cuales están enlazados con el "web" principal del partido. Ahora están intentando organizar una comunidad virtual del partido con sus órganos separados de autogobierno. El Congreso de la Unidad Serbia tiene una detallada información sobre la llamada cuestión de Kosovo. Un par de días antes del comienzo de la guerra, tenía numerosos enlaces a "webs" políticos, gubernamentales, independientes y de medios de comunicación de todo el mundo, para dar acceso a la gente a diferentes puntos de vista. Han desarrollado también un nuevo tipo de interactividad: la gente podía enviar sus preguntas y sugerencias no sólo a los miembros del partido sino también a miembros del Parlamento e incluso al señor y la señora Clinton y al señor y la señora Gore. El "web" de Sergey Kirienko, ex Primer Ministro de Rusia, tiene el mismo estilo y la misma estructura ya mencionada. Incluso se puede decir que es el "web" más abierto y "amigable" de los países del este y el oeste de Europa. Kirienko no tiene miedo de hacer chistes sobre sí mismo y anima a todos los visitantes de su "web" a hacer lo propio y enviar sus relatos sobre él, sus países, ellos mismos, etc. La página principal contiene imágenes de su familia, sus hijos, anécdotas de sus hijos sobre su padre y hasta comentarios poéticos de su esposa. Irina Hakamada es una de las pocas mujeres políticas famosas en Rusia y en el Este de Europa. Su "web" es bastante íntima y femenina. Los visitantes realmente tienen la impresión de que hablan con esta tierna y amable mujer, que es, al mismo tiempo, uno de los más serios y sólidos políticos y economistas rusos. Ella contesta personalmente las preguntas de los visitantes. Y emplea un gran espacio en su "web" para las discusiones humanas sencillas y para las reflexiones sobre la vida, la familia, el amor y el lugar de la mujer en la sociedad. Lo mejor de estas discusiones es que son completamente apolíticas...

BIBLIOGRAFÍA

Abramson/Arterton/Orron (1988). *The Electronic Commonwealth. The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics*. Basic Books. New York 1988.

Barber/Mattson/Peterson (1997). *The State of "Electronically Enhanced Democracy". A Survey of the Internet. A Report for the Markle Foundation*. Financiado por Walt Whitman Center for the Culture and Politics of Democracy. October 1997.

Gotze, John (1998). *Participation in the information age*.
<http://www.gotzespace.dk/pzhd/it.html>. (ya no está disponible en Internet).

Hagen, Martin (1997). *A Typology of Electronic Democracy*. http://www.uni-giessen.de/fbo3/vinci/labore/netz/hag_en.htm. (ya no está disponible en Internet)

Milbrath, Lester W. (1965). *Political Participation. How and why do people get involved in politics?*. Chicago: Northwestern University.

Miller, Steven E. (1996). *Civilising Cyberspace. Policy, Power, and the Information Superhighway*. New York: ACM Press.

Street, John (1997). "Remote Control? Politics, Technology and "Electronic Democracy". *European Journal of Communication*. Vol. 12(1):27-42.