

CUADERNO DE TRABAJO N°9 /JUNIO 2017

TRANSPARENCIA EN INTERNET
ESTUDIO DE CASO DE LA PLATAFORMA
CANDIDATO TRANSPARENTE EN EL MARCO
DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES 2016

UNIDAD DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES DIRECCIÓN DE ESTUDIOS CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA

CUADERNO DE TRABAJO N°9 / JUNIO 2017

TRANSPARENCIA EN INTERNET ESTUDIO DE CASO DE LA PLATAFORMA CANDIDATO TRANSPARENTE EN EL MARCO DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES 2016

UNIDAD DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES / DIRECCIÓN DE ESTUDIOS / CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA

Esta obra está licenciada bajo licencia
Creative Commons Atribución –
Compartir Igual 4.0 Internacional



Ediciones Consejo para la
Transparencia, Santiago Chile
Junio 2017

Preparado por Paula Alcaíno,
Dirección de Estudios.

Diseño y Composición: Paulina Carrasco R.
ISSN 0719-4609

Índice

	Índice	02
1	PRESENTACIÓN	04
2	Antecedentes	05
2.1	Relación entre transparencia, confianza y participación electoral	11
2.2	Internet como una herramienta para la transparencia	15
2.3	Acceso a internet en Chile	18
3	Estudio de caso: Candidato Transparente	24
3.1	Metodología de Evaluación	25
3.2	Inscripción y conocimiento de la plataforma	27
3.2.1	Inscripción de candidatos	27
3.2.2	Conocimiento ciudadano	30
3.3	Evaluación del diseño, usabilidad y contenidos	31
3.3.1	Diseño y usabilidad	32
3.3.2	Contenidos	35
3.4	Percepción del aporte de esta plataforma	37
3.5	Aprendizajes y propuestas	40
3.5.1	Mayor difusión a la ciudadanía	40
3.5.2	Mayor promoción hacia los candidatos	41
4	Conclusiones	42
5	Bibliografía	44

1. Presentación

El presente documento da cuenta del aporte de internet como herramienta para promover la transparencia. A partir de la revisión del caso de la plataforma Candidato Transparente del Consejo para la Transparencia –puesta a disposición de candidatos a alcalde y de la ciudadanía en la elección municipal del año 2016– se muestra cómo esta tecnología contribuye al acceso a la información en periodos de elecciones. Por medio de este ejemplo, se busca avanzar en esta discusión y la generación de otras acciones similares que aporten a la transparencia y, con ello, contribuir a la profundización de la democracia.

En la primera sección, se detalla la importancia de internet como tecnología para un mayor acceso a información y, con esto, para la generación de confianza hacia lo público y una participación ciudadana más activa (incluyendo ciclos electorales). Junto con ello, se describe la relevancia del cumplimiento de ciertos estándares de calidad y usabilidad de la información. De manera específica, también se caracteriza el nivel de uso de internet en Chile, y dado su amplio alcance, se expone la relevancia que tiene la generación de iniciativas de información por esta vía.

En el segundo capítulo, se describe la plataforma Candidato Transparente, mostrando su nivel de conocimiento y uso ciudadano, así como la adhesión por parte de los candidatos a alcalde (considerando que la

publicación en el sitio era voluntaria). Posteriormente, se detallan los resultados de la evaluación de la plataforma, a partir de entrevistas y focus groups realizados a diferentes actores, describiendo los beneficios percibidos y las oportunidades de mejora de la plataforma.

Se concluye que este tipo de plataformas son consideradas un aporte por parte de ciudadanos y candidatos para una votación más informada y, por sobre todo, para aumentar la transparencia de las campañas, pero que requieren de estrategias de promoción para que cumplan con sus propósitos de transparentar información y apoyar una efectiva participación informada.

El presente documento da cuenta del aporte de internet como herramienta para promover la transparencia. A partir de la revisión del caso de la plataforma Candidato Transparente del Consejo para la Transparencia –puesta a disposición de candidatos a alcalde y de la ciudadanía en la elección municipal del año 2016– se muestra cómo esta tecnología contribuye al acceso a la información en periodos de elecciones. Por medio de este ejemplo, se busca avanzar en esta discusión y la generación de otras acciones similares que aporten a la transparencia y, con ello, contribuir a la profundización de la democracia requieren de estrategias de promoción para que cumplan con sus propósitos de transparentar información y apoyar una efectiva participación informada.

2. Antecedentes

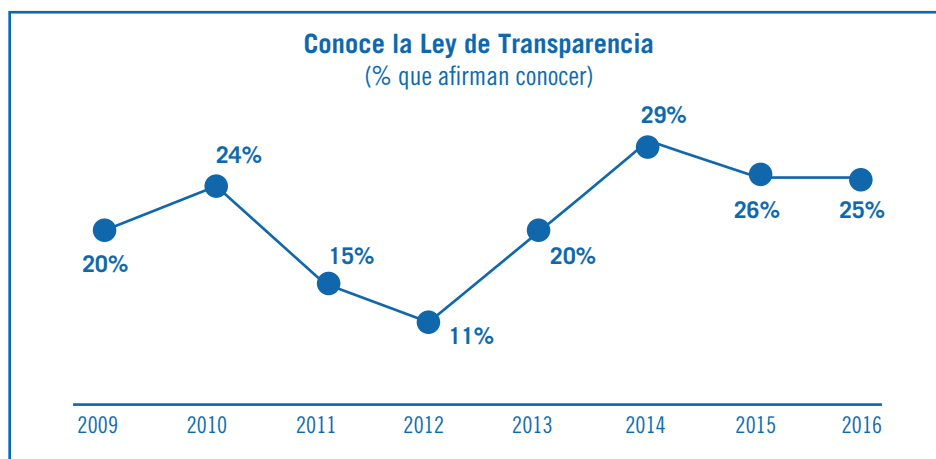
Desde el año 2009, Chile cuenta con una normativa de derecho de acceso a la información pública (Ley 20.285, denominada Ley de Transparencia), la que incorpora un órgano garante encargado de que ésta se resguarde: el Consejo para la Transparencia, en adelante, CPLT. Esta normativa responde a las necesidades actuales de la democracia, en que la rendición de cuentas y la transparencia han adquirido un rol central (Bonsón, Torres y Royo, 2012). Así, la transparencia se constituye en una demanda de parte de los ciudadanos, quienes requieren que las instituciones públicas pongan a su disposición la información que generan y que ellos necesitan.

La importancia de la transparencia tiene su correlato en los beneficios esperados del derecho de acceso a la información pública, los cuales pueden resumirse en cuatro grandes ámbitos: 1) permitir el acceso a otros derechos relevantes (denominado también “derecho llave”), 2) promover una mejor participación ciudadana (más informada y más

efectiva) 3) apoyar el combate a la corrupción y 4) modernizar el Estado, mejorando su gestión (Nash, Rodríguez y Chacón, 2016; Lindstedt & Naurin, 2010; Grimmelikhuijsen & Meijer, 2014; PNUD, 2014). Junto a ello, se ha señalado la importancia del acceso a la información como mecanismo para aumentar la confianza ciudadana hacia el sector público (Vigoda, 2002; CPLT, 2015), aspecto fundamental en una sociedad democrática.

A pesar de esta demanda ciudadana, en Chile la mayoría de la población no ha ejercido (ni exigido) este derecho de manera importante, ya sea por falta de condiciones o habilidades para hacerlo (Pefaur y Moreno, 2016). Al respecto, los datos del VIII Estudio Nacional de Transparencia (en adelante, ENT), elaborado en 2016, muestran que sólo un 25% de los ciudadanos conoce la Ley de Transparencia y un 20% ha escuchado hablar del CPLT (Mori, 2016).

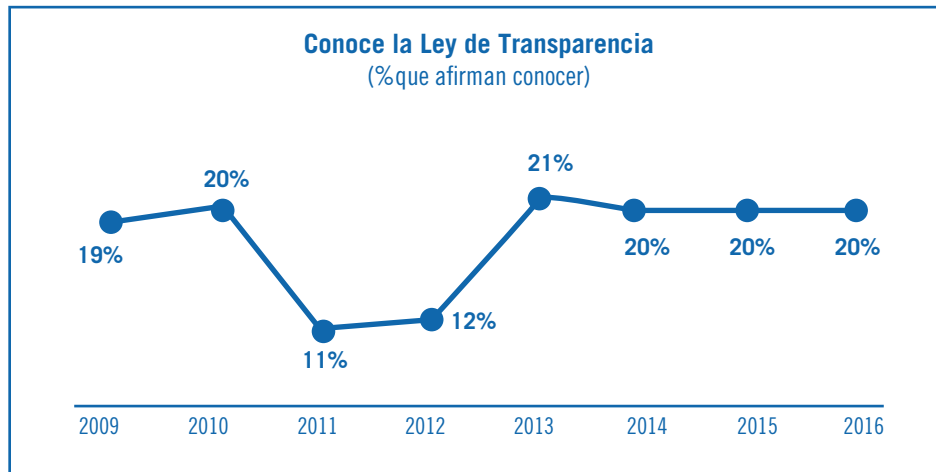
Gráfico 1. Conocimiento de la Ley de Transparencia



Fuente: ENT, 2016

El bajo nivel de conocimiento se aprecia de manera consistente en los estudios realizados año a año. En el caso del conocimiento de la Ley, ésta llegó a su punto más alto en 2014 (29%), mientras que en 2012,

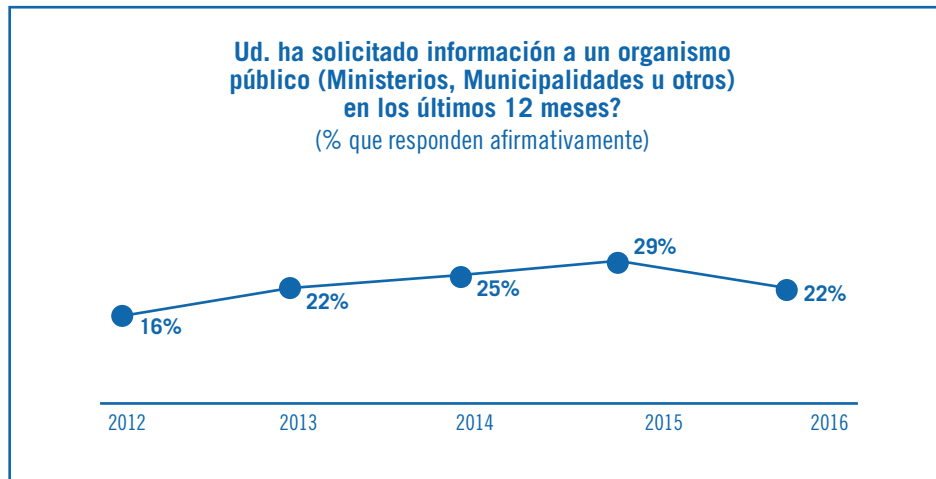
es decir, tres años luego de su entrada en vigencia, sólo alcanzó un 11%. En el caso del CPLT, el mayor porcentaje de conocimiento se observa el año 2013 (21%) y el menor el 2011 (11%).

Gráfico 2. Conocimiento de la Ley de Transparencia

Fuente: ENT, 2016

De igual manera, al revisar el nivel de personas que afirman haber solicitado información pública, se observa que el porcentaje es, más bien, bajo. Ello, incluso si se considera que en el ENT esto se pregunta de manera amplia, es decir, contempla no sólo quienes han solicitado

información por las vías formales que determina la Ley de Transparencia, sino que también, a través de mecanismos donde no exista un registro escrito (por ejemplo teléfono).

Gráfico 3. Solicitudes de información realizadas

Fuente: ENT, 2016

En esta línea, es que se hace relevante una mayor promoción del conocimiento del derecho de acceso a la información, de modo de favorecer su uso. Sumado a ello, también se requiere avanzar hacia la disminución de obstáculos para que el ciudadano acceda a la información pública, de modo que ésta sea fácilmente obtenible, y además, cumpla con ciertos estándares “de calidad”, es decir, sea comprensible, confiable, actualizada y precisa.

Al existir un bajo conocimiento y ejercicio del derecho de acceso a la información, o al predominar condiciones que dificultan su ejercicio,

se hace más difícil que se logren los múltiples beneficios esperados de este derecho. Al respecto, el ENT 2016 muestra que, pese a que en la ciudadanía existe una valoración positiva del acceso a la información por parte de la mayoría de los ciudadanos –un 60% considera que es útil y un 65% que es necesario–, se considera complejo el acceso a dicha información. Así, sólo un 20% considera que el acceso a la información pública es fácil y sólo un 17% dice que es rápido, según se presenta en la tabla a continuación, tendencia que se ha mantenido en los años en que se ha medido.

Tabla 1. Percepciones sobre el derecho de acceso a la información

	2016	2015	2014	2013
Percepción sobre las posibilidades de acceder	Fácil	20%	25%	24%
	Rápido	17%	21%	19%
Valoración de acceso a la información pública	Útil	60%	67%	71%
	Necesario	65%	75%	81%

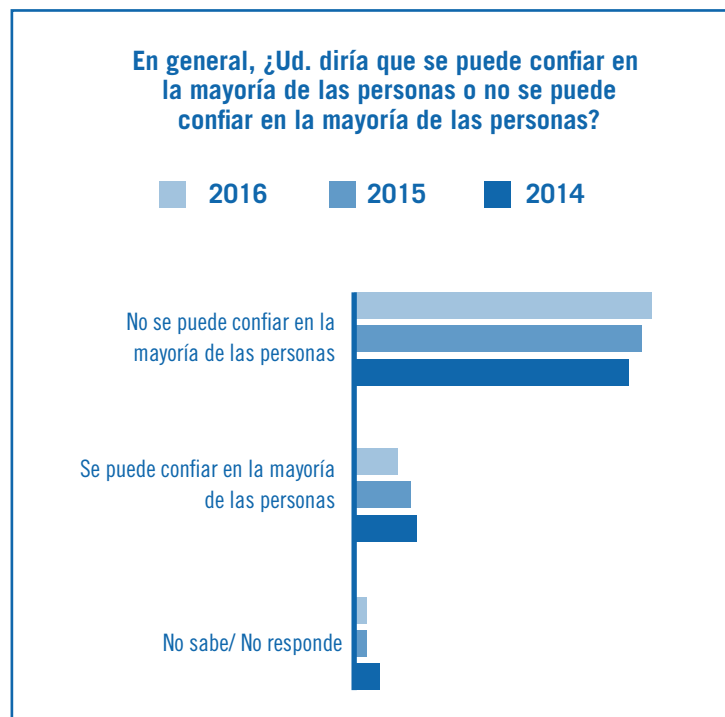
Fuente: ENT, 2016

2.1 Relación entre transparencia, confianza y participación electoral

En la actualidad, Chile se encuentra en un escenario de una significativa crisis de confianza (Pefaur y Moreno, 2016), lo cual se aprecia en diferentes ámbitos, tanto interpersonal

como hacia las instituciones, incluyendo aquellas de carácter público. En el primer caso, los datos del ENT muestran un bajo nivel de confianza de los chilenos hacia las personas en general.

Gráfico 4. Niveles de confianza interpersonal

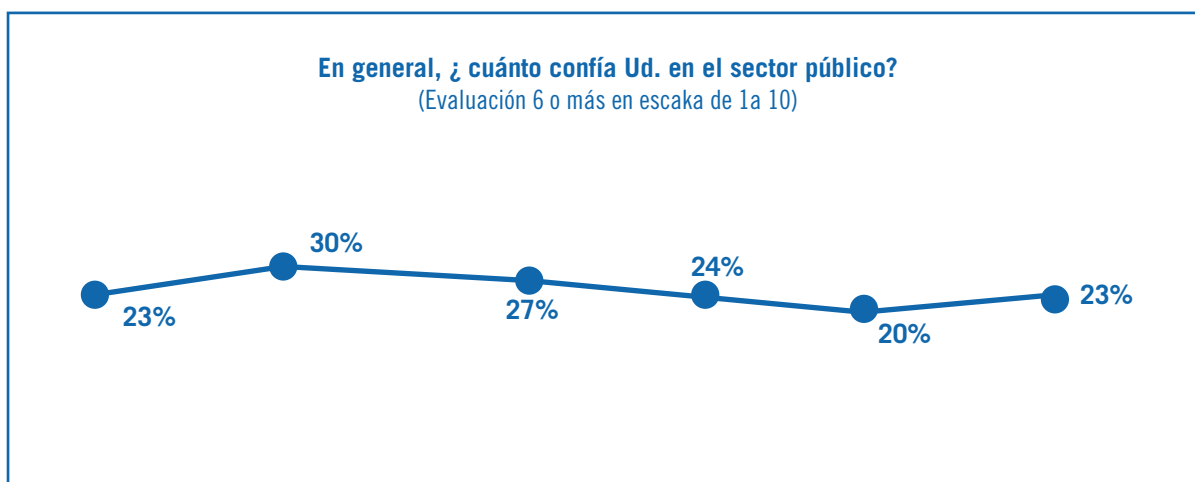


Fuente: ENT, 2016

En lo que respecta a la baja confianza hacia las instituciones públicas, ésta se ha agudizado particularmente en la última década (Latinobarómetro, 2015). Al respecto, el ENT 2016 muestra que sólo 23% de los

ciudadanos confía en el sector público, cifra consistente con otros estudios en la materia (Latinobarómetro, 2015; Centro de Políticas Públicas UC, 2016, CEP, 2015; PNUD, 2014).

Gráfico 5. Niveles de confianza en el sector público



Fuente: ENT, 2016

Adicionalmente, para el caso de los partidos políticos –al cual pertenecen la mayoría de las principales autoridades de Gobierno, Parlamento y municipios–, se observa que los ciudadanos desconfían especialmente de ellos, siendo las instituciones que registran los menores niveles de

confianza social y alcanzando niveles bajos, incluso, al compararlos con otros países de la región (PNUD, 2014). Así, los datos del ENT un 95% de los chilenos afirma tener poca o ninguna confianza hacia ellos.

Lo anterior se relaciona, justamente, con la percepción de bajos niveles de transparencia y honestidad de estas instituciones (en el ENT 2016, sólo un 8% y un 9% de los encuestados consideró que los partidos políticos reunían estos atributos). Esto también ocurre al considerar el sector público en general, donde existe una sensación similar, lo cual

contribuye a acentuar la percepción de falta de probidad de estas instituciones (PNUD, 2014). Esta relación entre desconfianza y falta de transparencia, se observa claramente en el ENT 2016, donde se observa que los ciudadanos asocian de manera significativa ambos elementos al evaluar los órganos públicos.

Tabla 2. Relación entre confianza y transparencia

	¿Qué tan transparentes cree Ud. que son los organismos públicos en Chile?
En general, ¿Cuanto confía Ud. en el sector público?	* 0,7

*Prueba correlación de Pearson. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: ENT, 2016

Por otro lado, se ha postulado que factores como la desconfianza y la desafección hacia lo público y la política no sólo se muestran en las opiniones de los ciudadanos, sino que se expresan de manera concreta en la disminución de su cantidad de militantes y, especialmente, en la baja en el apoyo en las urnas (PNUD, 2014). De esta manera, esta problemática tendría relación con la participación electoral de los chilenos, si bien se trata de un fenómeno que obedecería, además, a otras causales (ver, por ejemplo, Usach, 2016; PNUD, 2016). Esto se

confirma en el ENT 2016, donde se muestran que si bien la percepción de transparencia y confianza son bajas en la población en general, éstas juegan un rol central en la participación electoral. Así, quienes tienen más confianza y perciben mayor transparencia en los organismos públicos, muestran mayores niveles de disposición a votar. A su vez, es interesante observar que la intención de voto es mucho mayor entre quienes valoran la existencia de la Ley de Transparencia en el país.

Tabla 3. Relación entre confianza, transparencia

	Si las elecciones municipales fueran el próximo domingo, ¿Ud. iría a votar?	
	Si	No
En general, ¿cuánto confía Ud. en el sector público?*	4,5	3,8**
¿Qué tan transparentes cree Ud. que son los organismos públicos en Chile?*	4,0	3,5**
¿Qué tanta utilidad tiene, para Ud. como ciudadano, la existencia de la Ley de Transparencia en el Estado?*	6,2	4,9**

*Considera una escala de 1 a 10, donde 1 es “nada” y 10 es “mucho”.

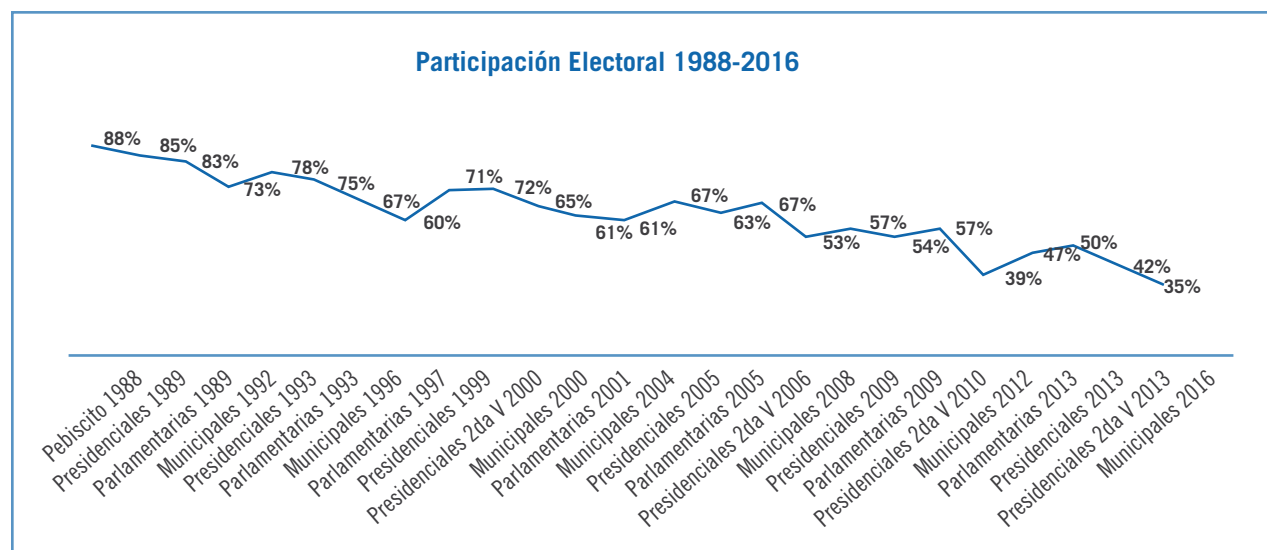
** Diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,05$) (Prueba T de Student).

Fuente: ENT, 2016

Lo señalado anteriormente cobra especial relevancia al considerar que Chile es el país de Latinoamérica en que más ha caído la participación electoral, la cual ha descendido sostenidamente en los últimos

20 años (Latinobarómetro, 2015). La Ley de Inscripción Automática y Voto Voluntario aumentó el padrón electoral, sin embargo, para las últimas elecciones municipales, se registró sólo un 35% de participación.

Gráfico 6. Participación* Electoral en Chile



* La participación es calculada como los votos emitidos dentro de la población en edad de votar de la comuna considerando proyecciones poblacionales del INE.

Fuente: Usach, 2016

La transparencia no sólo juega un rol importante en su relación con la participación electoral, pues también existe evidencia que muestra cómo la información oportuna sobre el desempeño de las autoridades puede incidir en la decisión de votar por uno u otro candidato, especialmente si éstos cometen actos asociados a la falta a la probidad. Por ejemplo, un estudio realizado en Brasil (Ferraz y Finan, 2008) muestra el impacto de una iniciativa anti corrupción consistente en una serie de auditorías sobre el uso de recursos públicos a diversos municipios del país que, posteriormente, fueron difundidas a la ciudadanía. Los resultados

mostraron que esta información redujo la probabilidad de reelección de alcaldes vinculados a hechos de corrupción¹, y de manera contraria, la aumentó en aquellos que mostraron un comportamiento probo. Este tipo de estudios han sido replicados en otros contextos (al respecto, ver World Bank, 2016) y validan la importancia de divulgar información pública, en este caso, sobre la gestión de los candidatos a un cargo de representación popular, lo cual constituye un aporte para una mejor toma de decisiones de los electores.

¹ Por ejemplo, el nivel de reelección de los alcaldes incumbentes se redujo en un 17% para aquellas municipalidades donde la auditoría encontró dos o más hechos de corrupción, comparada con aquellas del grupo de control (municipalidades cuyas auditorías fueron informadas a los ciudadanos con posterioridad a las elecciones).

2.2 Internet como una herramienta para la transparencia

En las secciones anteriores se destacó la relevancia de mejorar el acceso a información pública a los ciudadanos, específicamente en casos de procesos electorales. En este contexto, las tecnologías de información y, especialmente internet, constituyen herramientas relevantes para avanzar en la transparencia, al facilitar la diseminación de la información (Harder y Jordan, 2013).

De la misma forma, el uso de internet constituiría una medida efectiva de parte del Estado para publicitar información sobre su gestión de una manera costo-efectiva (Bertot, Jaeger y Grimes, 2010). En efecto, utilizar estas plataformas implicaría menores gastos en recolectar, almacenar, distribuir y acceder a información en comparación con otros medios (por ejemplo, presencial, televisión, radio). Además, independiente del lugar en que se origine esta información, facilitaría su consumo en cualquier momento, espacio y a través de diferentes dispositivos (fijos o móviles) (Berrocal, Redondo y Domínguez, 2012).

Por último, en muchos casos permite el acceso a la información, sin la necesidad de realizar determinados trámites o gestiones que se realizan cuando se busca la información de manera presencial y/o en soporte de papel (Fumega, 2014).

A partir de lo anterior, se comprende que muchos países que poseen leyes de acceso a la información han ligado la implementación de estas normativas al uso de internet (Bertot et al, 2010). Por ejemplo, en el caso chileno, la Ley de Transparencia considera la publicación de información obligatoria en las páginas web institucionales – lo cual se denomina Transparencia Activa² –, la que debe ser actualizada mensualmente por los órganos del Estado. En esta misma línea, Chile, al igual que otros países de la región como México y Brasil, ha implemen-

tado una plataforma que permiten presentar solicitudes de acceso a la información en línea, denominada Portal de Transparencia (www.portaltransparencia.cl)³, que se encuentra en funcionamiento desde 2013. Lo casos anteriores constituyen ejemplos de la manera en que las personas pueden acceder a la información que produce el Estado (Fumega, 2014).

Sin embargo, para que internet se constituya en una herramienta efectiva de transparencia, se requiere que las páginas cumplan ciertos estándares en términos de lenguaje, facilidad de uso, pertinencia y actualización, de modo que no sólo se garantice el acceso a información, sino que también esta información sea utilizable por quien la consulta. De esta manera, poner a disposición la información en una página web no tiene garantizado un beneficio o éxito per se (Bertot et al, 2010), pues depende de cómo se publican estos contenidos.

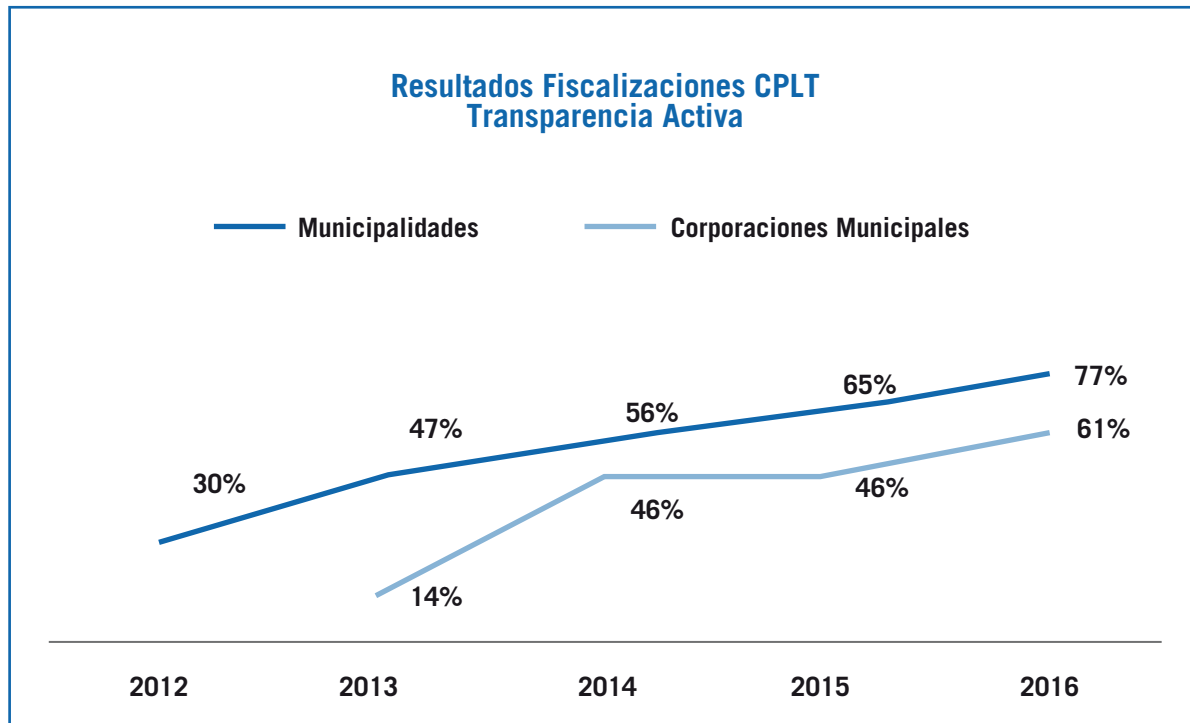
A modo de ilustrar lo anterior, es interesante revisar las fiscalizaciones históricas de Transparencia Activa realizadas por el Consejo para la Transparencia, en las cuales se audita que determinada información pública –requerida por Ley–, esté disponible y actualizada. Para el caso de los municipios y corporaciones municipales⁴, en 2012, los primeros cumplían sólo con un 30% de lo que la normativa exigía, mientras que para las corporaciones municipales, éste porcentaje era aún menor para el primer año que fueron fiscalizadas (2013). De esta manera, durante los primeros años de fiscalización, se detectó una brecha importante en cuanto a la información que debían poner a disposición de la ciudadanía a través de internet, todo lo cual dificultaría el acceso de manera fácil, rápida y oportuna. Con los años, estas entidades han aumentado su porcentaje de desempeño de manera significativa, si bien aún no se observa un cumplimiento cabal de parte de ellas.

² Las materias que contempla la sección de Transparencia Activa en Chile son: Estructura orgánica; facultades, funciones y atribuciones de cada una de sus unidades u órganos internos; marco normativo que les sea aplicable; planta del personal, personal a contrata y a honorarios, con las correspondientes remuneraciones; resultados de las auditorías al ejercicio presupuestario del respectivo órgano y en su caso, las aclaraciones que procedan; mecanismos de participación ciudadana; actos y resoluciones que tengan efectos sobre terceros, entre otros requerimientos establecidos en el Artículo 7° de la Ley 20.285.

³ El Portal de Transparencia permite además revisar la información de Transparencia Activa publicada de la mayoría de las instituciones públicas del país y realizar reclamos por eventual incumplimiento de la normativa.

⁴ Las corporaciones municipales son personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro. Su finalidad es administrar y operar los servicios traspasados de educación y salud, así como también en algunos casos, la atención de menores.

Gráfico 7. Porcentaje de cumplimiento en fiscalizaciones de Transparencia Activa realizadas por el Consejo para la Transparencia (2012-2016)



Asimismo, serán relevantes el nivel de aceptación y uso de los funcionarios públicos de estas páginas web, por ejemplo, que carguen y actualicen la información y, muy especialmente, del interés y utilización que le dé la ciudadanía, es decir, cuánto y cómo visiten la página. Por ejemplo, Silvana Fumega (2014) muestra que el caso de las plataformas de solicitudes de acceso a la información han estado

marcadas por un uso elitizado: sus principales usuarios son mayormente hombres, personas con mayor nivel educacional y mayores ingresos –lo cual coincide con el perfil de los principales usuarios de internet– por lo cual la autora señala la necesidad de incrementar el uso de estas herramientas tanto en los sectores medios, como en aquellos donde existe un menor acceso a internet.

En los últimos años internet ha experimentado cambios significativos a partir de la Web 2.0 y el auge de las redes sociales, ofreciendo mayores posibilidades de interactividad, con lo cual, además, se superan limitaciones de comunicación previamente existentes. En este sentido, ya no sólo interesa la utilización de esta tecnología para informar algo determinado, sino que también, para lograr una participación más activa de los ciudadanos, ya sea a partir de su conocimiento de lo que hace el Estado, como también de la comunicación de éstos con las instituciones públicas y entre grupos de ciudadanos. En palabras de Aguirre, estos nuevos desarrollos “difunden ideas, obsequian información y provocan la deliberación para construir la democracia” (2013:132). Algunos ejemplos de ello se encuentran en las consultas públicas que se hacen por internet, los foros ciudadanos online y la disposición de datos abiertos para luego ser utilizados en aplicaciones web que reporten algún beneficio social a los ciudadanos⁵.

Por ello, se hace interesante estudiar el real aporte de internet en la promoción de la transparencia para diferentes iniciativas y en diferentes contextos, considerando que el nivel de penetración de internet es diverso a lo largo del mundo (y entre distintos grupos sociales), y que también existen distintos canales de acceso y usos que se le da a esta tecnología. En la siguiente sección se describe la situación de internet en el contexto chileno.

⁵ Un caso reciente de ello es la consulta ciudadana sobre el Plan de Desarrollo Comunal realizada por la Municipalidad de San Joaquín, que incorporó un sistema mixto donde los vecinos pudieron votar por diferentes proyectos en lugares habilitados (puntos de votación), pero también pudieron hacerlo por medio de internet (ver más información en: <http://www.redsanjoaquin.cl/2017/05/15/con-gran-participacion-concluyo-consulta-ciudadana/>).

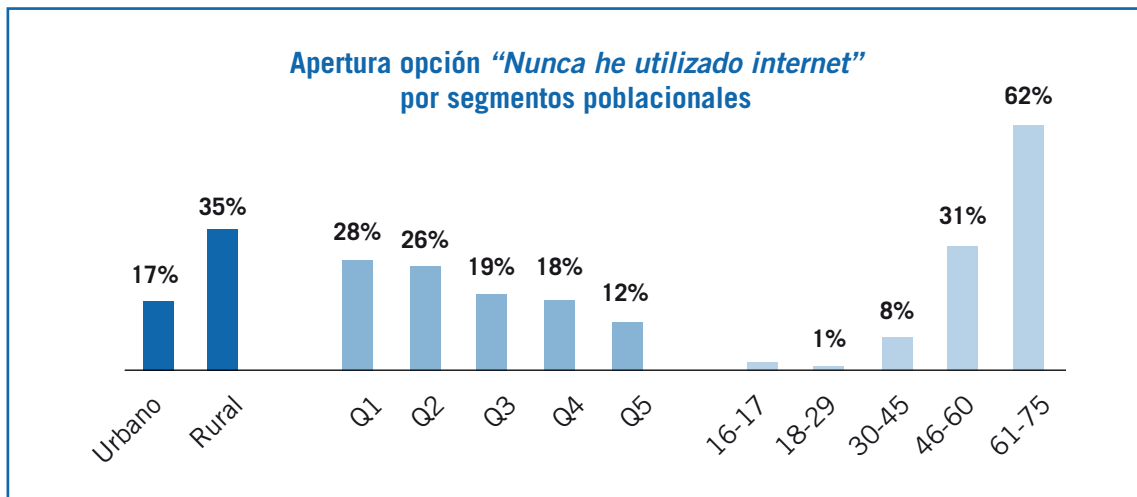
2.3 Acceso a internet en Chile

De acuerdo a la VII Séptima Encuesta de Acceso, Usos y Usuarios de Internet realizado por Ipsos-Subtel en el año 2016, un 72% de hogares a nivel nacional cuentan con acceso a internet, cifra que ha mostrado un crecimiento a lo largo de los años, lo cual se explica, en gran parte, por el mayor acceso a internet móvil vía smartphones. De igual manera, se aprecia un amplio uso de internet en el país, con un 77%

de personas que señalan haberlo utilizado en los últimos tres meses. Como es de esperar, este porcentaje disminuye en los grupos de mayor edad, en los sectores de menores recursos (quintil de ingresos) y en las zonas rurales, siendo de estos tres, la edad el principal factor que determina el uso.

Tabla 1. Uso de internet en Chile

Uso de Internet	%
En los últimos tres meses	77%
Entre 3 meses y un año	1%
Más de un año	2%
Nunca he utilizado internet	20%



Fuente: Ipsos-Subtel, 2016

Respecto de los principales usos de internet, entre aquellos que señalan tener acceso en el hogar, se menciona, en primer lugar, la realización de actividades asociadas a la comunicación con otras personas, donde es interesante destacar el amplio uso de las redes sociales y de servicios de mensajería. De acuerdo al ENT 2016, un 74% de los chilenos usan este tipo de servicios, principalmente Whatsapp

(68%) y Facebook: 63%. En segundo lugar, aparece la utilización de internet para adquirir información, especialmente como herramienta de apoyo a la educación, a la realización de actividades laborales y también, la búsqueda de información en general. El tercer ámbito que destaca, es el uso para entretenimiento, como descargar, escuchar o ver contenidos en línea.

Gráfico 8. Principales actividades en internet en Chile

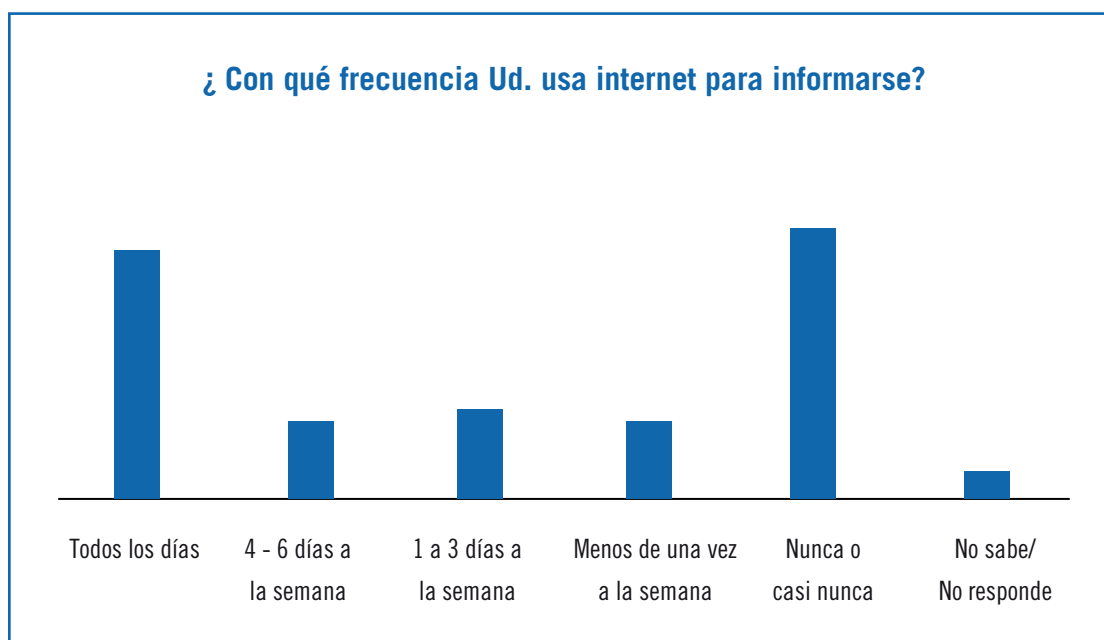


Fuente: Ipsos-Subtel, 2016

De lo anterior, es posible señalar que internet constituye una herramienta primordial para comunicarse, pero también para informarse por parte de los chilenos. Al respecto, el ENT 2016, muestra que un 53% de los

chilenos se informa al menos una vez a la semana a través de internet, si bien un 34% no lo utiliza nunca para estos propósitos.

Gráfico 9. Uso de internet como medio para informarse



Fuente: ENT, 2016

Se ha señalado que, en la actualidad, el propósito de informarse vía internet (como también a través de otros medios, como la televisión o la prensa escrita) está también relacionado con el de obtener entretenimiento. Sobre ello, se ha acuñado el término infotainment (o infoentretimiento en español) para referirse al uso de la información, donde ésta debe ser entretenida, fácil de usar y útil (Berrocal et al, 2012). Así, gran parte de los contenidos más populares de la web,

incluyendo las noticias, caen en esta categoría, como lo muestran las tendencias de búsqueda de información de Google en Chile durante 2016. Cabe destacar que dos de las principales búsquedas corresponden a páginas del Estado, las cuales estarían relacionadas con la finalidad de utilidad, lo cual es consistente con lo reportado en el estudio Ipsos-Subtel (2016), donde se señala que el uso de páginas estatales tiene como propósitos principales buscar información y realizar trámites.

Tabla 5. Principales búsquedas en Google (Chile, 2016)

Web	Categoría/Materia
Servel	Estatal
CyberMonday 2016	Compras
Bono Marzo 2016	Estatal
Pokemon Go	Videojuegos
Copa América Centenario	Deportes
Elecciones EEUU	Política Internacional
Juegos Olímpicos Río 2016	Deportes
Donald Trump	Política Internacional
Slither io	Videojuegos
Volverías con tu ex	Televisión

Fuente: Google, 2016

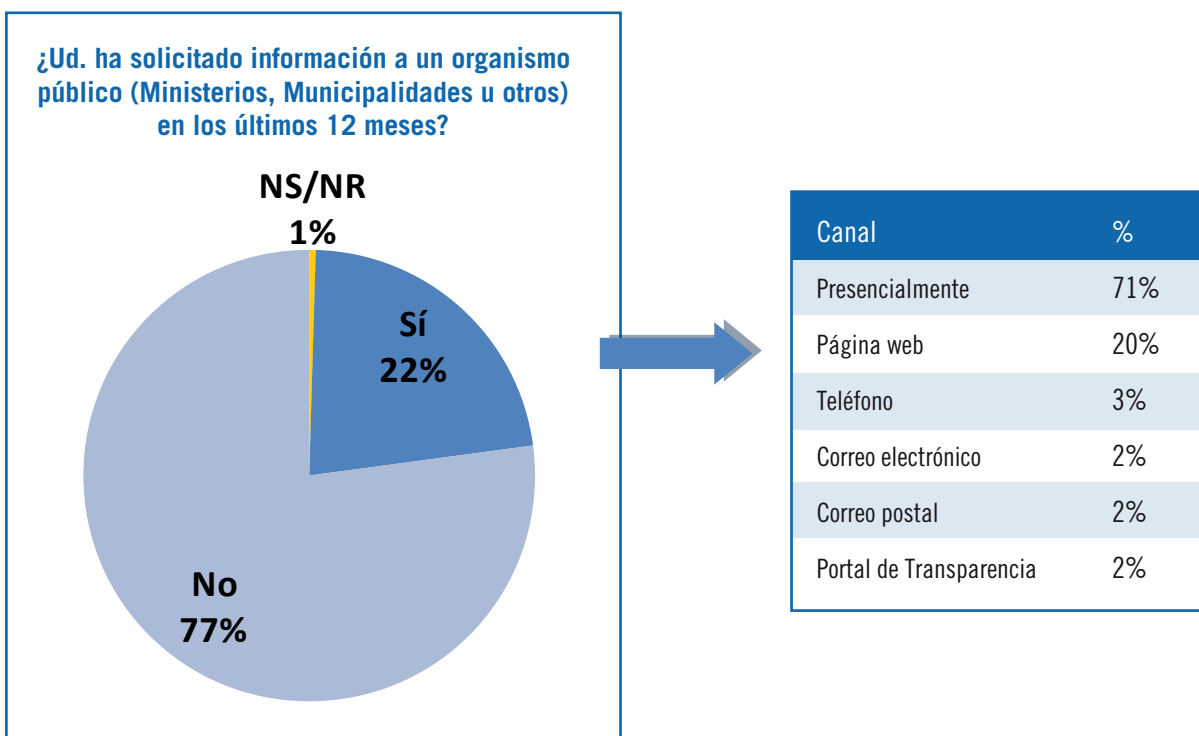
Por ejemplo, la gran cantidad de visitas a la página del Servicio Electoral (Servel), estaría asociado a que fue un año electoral y a la gran cantidad de información que entrega esta página en este contexto (por ejemplo, conocer el local de votación y si se es vocal de mesa). De igual manera, la búsqueda de Bono Marzo, estaría relacionada con el propósito de acceder a un subsidio o beneficio por parte del Estado. Este último caso es relevante, pues concuerda con lo reportando por el

ENT 2016, que señala que uno de los principales propósitos por los cuales se requiere información pública es la obtención de subsidios y/o beneficios del Estado, lo cual se relaciona con la idea del derecho de acceso a la información como “derecho llave”, señalada anteriormente. En esta misma línea, se postula que la información que las personas más valorarían es la que se encuentra directamente relacionada con su bienestar (Fumega, 2014:16).

Sin embargo, el uso de internet para solicitar información a los órganos públicos sigue siendo bajo: los datos del ENT 2016 mostraron que sólo un 5% de los chilenos había solicitado información a un organismo público, en los últimos 12 meses, vía canales que utilizan internet, es decir, correo electrónico, página web o por medio del Portal

de Transparencia (un 22% afirma haber realizado este requerimiento considerando todos los canales disponibles). De igual manera, sólo un 11% de los chilenos ha buscado información en Transparencia Activa dentro de las páginas de los órganos públicos.

Gráfico 10. Nivel y canales de uso del derecho de acceso a la información

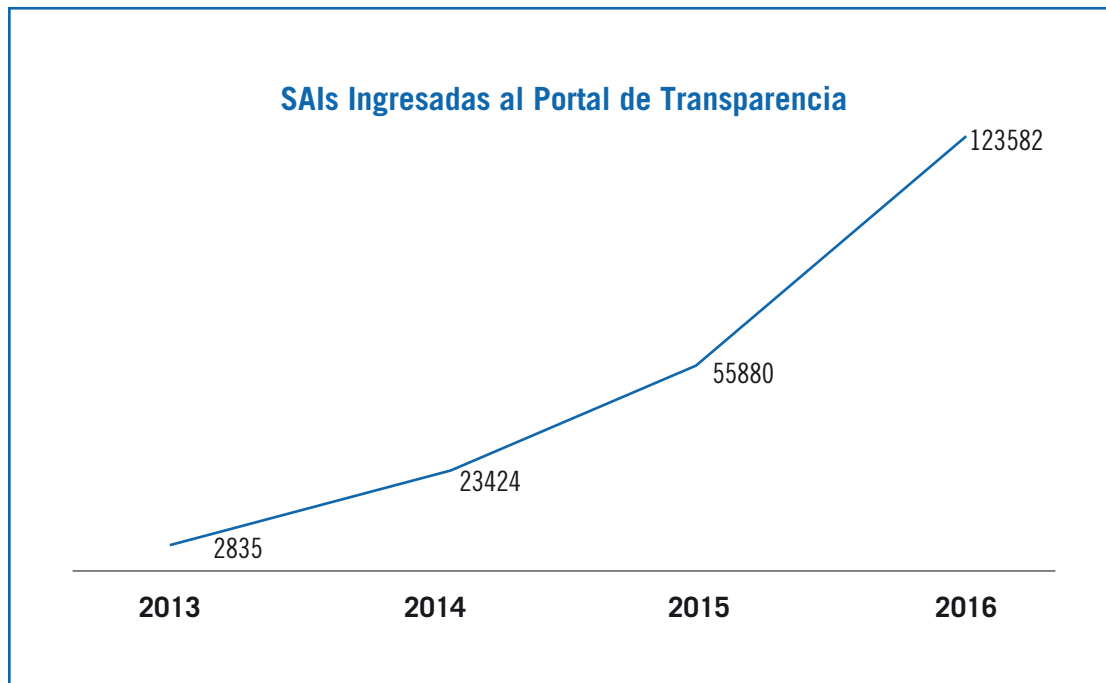


Fuente: ENT, 2016

A pesar de lo anterior, es interesante destacar que el número de solicitudes de acceso a la información que se realizan vía online (a través del Portal de Transparencia) aumenta año a año de manera significativa. Así, mientras en el primer año de funcionamiento del Portal se

recibieron 2.835 solicitudes, para el 2016 éstas habían llegado a 123.582. Esto muestra el gran crecimiento del uso de internet para pedir información pública, tendencia que podría mantenerse en los próximos años.

Gráfico 11. Solicitudes de Acceso a la Información Ingresadas al Portal de Transparencia



Fuente: Reporte Estadístico CPLT, 2016

De esta forma, el acceso y uso de páginas del Estado para acceder a información pública de manera formal todavía no es algo masivo, pero tiene un potencial relevante dada la alta penetración de internet en

Chile, y el interés que despierta cierta información del Estado, especialmente aquella que pueda tener utilidad para el ciudadano en términos generales, como el acceso a beneficios o subsidios.

3 Estudio de caso: Candidato Transparente

La plataforma Candidato Transparente (www.candidatotransparente.cl) constituye una página web del Consejo para la Transparencia que pone a disposición de la ciudadanía información de los candidatos a elecciones en Chile. En una primera instancia, se utilizó para las elecciones municipales (de alcalde) de octubre 2016, estando a disposición del público entre el 24 de agosto y el 20 de octubre de ese año. Actualmente (a mayo de 2017) presenta información de los candidatos a elecciones primarias, tanto presidenciales como parlamentarias.

El objetivo de Candidato Transparente es entregar información sobre los candidatos para facilitar la decisión de voto de los ciudadanos, generando así, condiciones que posibiliten una mayor transparencia de la información sobre quienes se presenten como candidatos. Con ello, se busca incidir en una participación más informada del electorado y, eventualmente, en el aumento de la confianza hacia el candidato por el cual se decide votar (y/o hacia su partido político). De esta manera, el Consejo para la Transparencia, aún cuando no tiene atribuciones legales específicas en este tema, decidió poner a disposición de la ciudadanía esta página, con el propósito de aportar a la confianza, la participación informada y, finalmente, la consolidación de una cultura de transparencia.

Para las elecciones municipales del 2016, Candidato Transparente presentó información sobre diversos ámbitos de interés, como la trayectoria, el equipo electoral, las propuestas y el presupuesto considerado de campaña, información que debía ser llenada por los propios candidatos a alcalde, quienes se adherían de manera voluntaria por medio de un proceso de inscripción.

Respecto de las propuestas, se solicitaba que el candidato priorizara aquellas más importantes sobre 16 temáticas, como salud, medio ambiente y educación, entre otras. Además, la página tenía una opción de interactividad, que permitía realizar un match entre las propuestas del candidato y la priorización que realizaba el ciudadano de las mismas temáticas.

Toda la información anterior, a su vez, se complementaba con otra de carácter comunal, la cual publicaba el CPLT a partir de fuentes propias y secundarias. En el primer caso, se informaban los niveles de transparencia de la comuna, de acuerdo a los puntajes obtenidos en las fiscalizaciones que realiza el Consejo en este ámbito. En el caso de la información secundaria, se consideraban datos demográficos, presupuesto comunal y número de centros de salud y educación municipal, lugares permitidos para propaganda y causas en tribunales. Todos estos datos se extraían de la Contraloría General de la República, el Servicio Electoral y el Sistema Nacional de Información Municipal.

3.1 Metodología de Evaluación

Con el fin de conocer la percepción y nivel de satisfacción de los diferentes usuarios de la página web Candidato Transparente, así como para establecer mejoras para futuros procesos de elecciones, se realizó un proceso de evaluación de la plataforma. Para esta evaluación, se consideraron diferentes fuentes de información, tanto cualitativa como cuantitativa.

En el caso de la información cuantitativa, se realizó una encuesta online voluntaria publicada dentro la web Candidato Transparente. Se obtuvo un total de 48 encuestas (81% correspondían a ciudadanos,

19% a candidatos, asesores de campaña y otros). Asimismo, el Estudio Nacional de Transparencia 2016 (ENT 2016) incluyó una pregunta sobre el conocimiento de la plataforma (N=2.083).

La información cualitativa, fue recopilada durante los meses de noviembre y la primera quincena de diciembre de 2016. Ésta incluyó dos focus groups (entrevistas grupales) con ciudadanos y once entrevistas con diferentes actores relevantes: candidatos a alcalde, periodistas y expertos electorales, según se presenta a continuación.

Tabla 6. Detalle de fuentes cualitativas

Técnica	Tipo de entrevistado
Focus groups ciudadanos	Mujeres C3 (7 participantes) Hombres C1 (8 participantes)
Entrevistas Candidatos	Inscrito en la plataforma, ganó la elección (2) Inscrito en la plataforma, perdió la elección No inscrito en la plataforma, ganó la elección No inscrito en la plataforma, perdió la elección
Entrevistas Periodistas	Periodista radio local Periodista prensa local Periodista prensa nacional Periodista de datos
Entrevistas Expertos electorales	Profesor universitario Consultor - Asesor

*En aquellos casos en que se realizó más de una entrevista, se indica el número de éstas entre paréntesis.

En el caso de los focus groups con ciudadanos, se mostró detalladamente la plataforma a los participantes para luego recoger sus opiniones al respecto. Como se observa en la Tabla precedente, el primer focus group, se aplicó a mujeres de nivel socioeconómico medio bajo (C3) y, el segundo, a hombres de nivel socioeconómico medio alto (C1). Esta decisión se basó en los perfiles de solicitantes de información pública y de reclamantes ante el CPLT: de acuerdo a los datos obtenidos en el ENT 2016, la mayoría de quienes solicitan información pública son mujeres de este nivel socioeconómico (aunque no necesariamente lo realizan por canales formales o invocando la Ley de Transparencia). Por su parte, según la experiencia del Consejo, quienes reclaman por denegación del derecho de acceso a la información, son —en su mayoría— de sexo masculino y de un alto nivel educacional y de ingresos.

Por su parte, las entrevistas a los candidatos a alcalde, consideraron tres candidatos que publicaron su información en Candidato Transparente y dos que no lo hicieron. En el primer caso, dos resultaron ganadores en la elección (un candidato y una candidata) y uno (una candidata) obtuvo un resultado desfavorable. Por su parte, de los que no se inscribieron, uno resultó ganador y otro (una candidata) no resultó elegido.

Respecto de los periodistas, se buscó contactar tanto a aquellos de medios de alcance nacional como de carácter local y/o regional. En el caso de los expertos electorales, se realizaron dos entrevistas: una a un profesor universitario especialista en temas de elecciones y una segunda, a un consultor en estas temáticas.

3.2 Inscripción y conocimiento de la plataforma

Según se señaló anteriormente, el éxito de una plataforma web del Estado está dado, entre otros factores, por el nivel de uso que tenga por parte de los ciudadanos y de los encargados de actualizar la información (en este caso particular, de los aspirantes a cargos de representa-

ción popular y de los administradores de la página en el CPLT). Como se observará a continuación, en esta primera versión de la página Candidato Transparente, no hubo un alto nivel de inscripción de candidatos ni tampoco de conocimiento ciudadano, problemáticas que se relacionan y afectan entre sí.

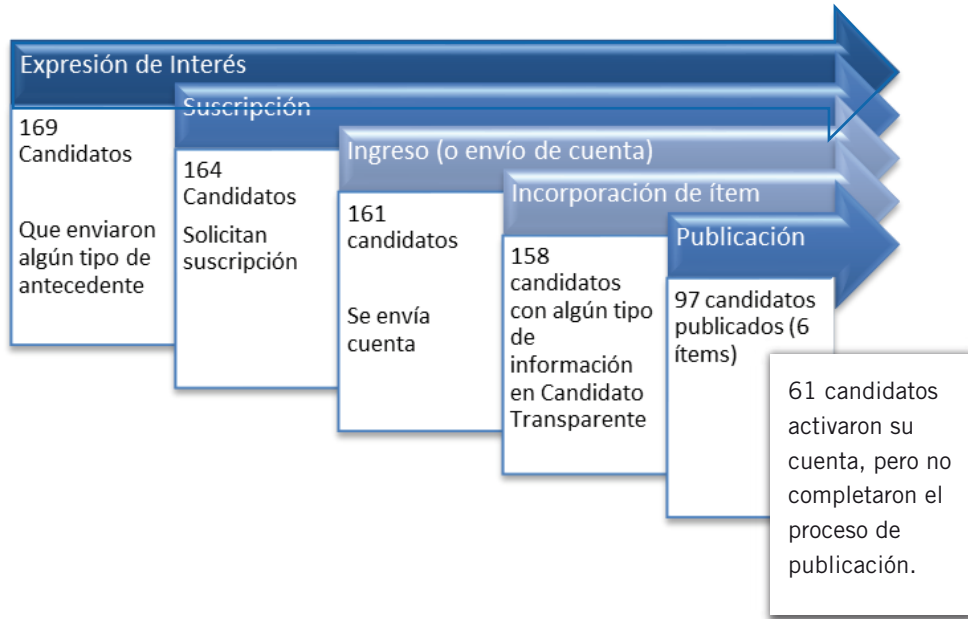
3.2.1 Inscripción de candidatos

Candidato Transparente requería que los propios candidatos (o personas de sus comandos de campaña) completaran la información solicitada. Por ello, el Consejo para la Transparencia debió realizar una difusión de esta página entre ellos, lo cual se hizo a partir de la invitación a través de los partidos políticos, así como por medio de redes sociales del CPLT. Aquellos candidatos que estaban interesados en inscribirse debían participar de un proceso formal en el cual debían 1) enviar copia de su carnet de identidad y firmar un documento de

adhesión (ver Anexos), el cual establece su responsabilidad respecto de la veracidad de la información publicada y autorizaba la publicación de cierta información (por ejemplo, declaraciones de patrimonio) 2) solicitar su suscripción 3) activar su cuenta y 4) completar 6 ítems de información⁸. En total, 97 alcaldes finalizaron el proceso, lo cual es equivalente a sólo un 8% de los candidatos que participaron en esa elección a nivel nacional (de un total de 1.211).

⁸ Los 6 ítems que debían completar eran: Candidatura, Persona, Trayectoria, Equipo Electoral, Propuesta, Presupuesto. Los dos primeros se incluían automáticamente al activar la cuenta.

Imagen 1. Proceso de inscripción de candidatos



Si bien el requisito de inscripción podría complejizar la adhesión de candidatos, se observa que en el proceso de llenado de la información, sólo 61 candidatos no completaron esta tarea⁹, lo cual da cuenta que el principal problema de la baja adhesión no estuvo asociado a ello de manera significativa. De hecho, varios entrevistados destacaron el proceso formal de inscripción aplicado por el Consejo, otorgando mayor credibilidad y calidad a lo que se publicaba (por ejemplo, al compararla con otras páginas web que proporcionaban información electoral), y por lo mismo, solicitaron que ello se debería destacar mejor en la plataforma para futuras versiones.

En el caso de aquellos entrevistados que reportaron problemas para que los candidatos pudieran inscribirse, las mayores dificultades se percibieron en el proceso de carga de la información en el sistema, especialmente, porque se realizó en tiempos de campaña, lo cual demanda tiempo que el candidato puede ocupar para estar en terreno.

⁹El ítem menos completado por aquellos que no finalizaron el proceso fue el de Presupuesto.

Es interesante señalar que, en general, la invitación de los partidos políticos jugó un rol importante en el nivel de conocimiento por parte de los candidatos —si bien algunos afirmaron inicialmente haberla conocido por otros medios—, como también en el de inscripción de éstos en la plataforma.

“A través de amigos y personas que colaboraban en la campaña, me dijeron: parece que el Consejo para la Transparencia está haciendo algo. Así que estuvimos averiguando, hasta que encontramos información de que estaban listos con la plataforma en internet y ahí nos contactamos.” (Candidato inscrito)

“Bueno, nosotros suscribimos el acuerdo con Candidato Transparente como partido. Esto se dio a nivel centralizado, el presidente del partido y la coordinadora territorial suscribieron este acuerdo para comprometer estándares de transparencia más altos. Entonces, a los candidatos se nos dijo: está este compromiso, hay que usar la plataforma.” (Candidata no inscrita)

Asimismo, de las entrevistas se desprende el potencial que puede tener el que los ciudadanos demanden que sus candidatos se inscriban. Esto se infiere al observar que los candidatos no inscritos señalaron no haber tenido mayores presiones para inscribirse, lo cual posiblemente generaba la percepción de que no les traería mayores dividendos en términos de resultados electorales. Sin embargo, como se abordará en la siguiente sección, para que ello ocurra, se requerirá que la página sea conocida y visitada de manera más masiva.

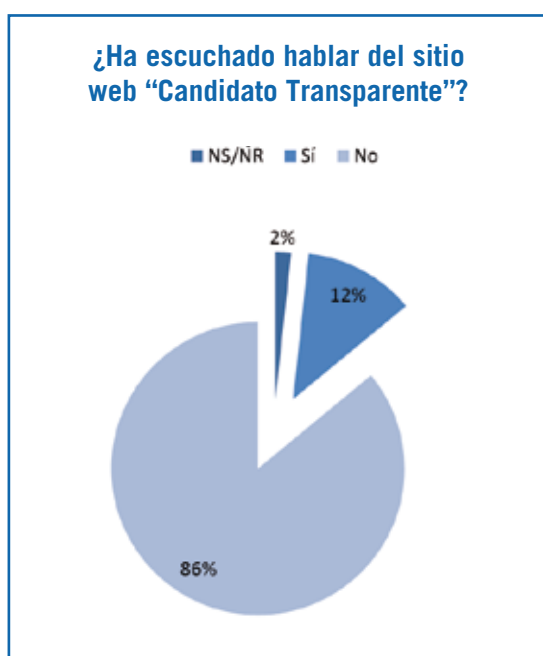
“Nadie me cobró no estar en la página de transparencia durante la campaña. Nadie me dijo: si quieres ser transparente sube tu información, nadie lo comentó ni lo pidió.” (Candidato no inscrito)

“De hecho si yo lo decía (que estaba inscrita en la página), daba igual, nunca nadie me dijo: ‘usted no ha subido la información como otros candidatos de otras comunas que sí, usted es el único que no está’.” (Candidata no inscrita)

3.2.2 Conocimiento ciudadano

Respecto del nivel de uso y conocimiento por parte de los ciudadanos, la plataforma registró 25.988 visitas durante el período que estuvo activa. Esta cifra puede entenderse de mejor manera al complemen

tarla con aquella sobre el conocimiento de la página por parte de la ciudadanía. Según fue reportado por el ENT 2016, un 12% de las personas señaló haber escuchado sobre la página.



Fuente: ENT, 2016

El nivel de conocimiento ciudadano se refleja también en los focus groups realizados con ciudadanos, donde pocos de ellos manifestaron saber de Candidato Transparente previo a esta actividad. En este ámbito, varios señalaron que para las elecciones se informaron a través de la televisión o no se informaron mayormente, dado que su candidato era un alcalde en ejercicio o personas ya conocidas en otros ámbitos.

“Sí tú me preguntas, yo no sabía esto. Pero pensaba que debería haber un página como ésta.” (Ciudadana, C3)

Aquí también es interesante abordar el rol que eventualmente podrían haber tenido los medios de comunicación en dar a conocer la página.

Si bien se generaron diversas noticias en medios escritos y radiales sobre la plataforma, los periodistas entrevistados señalaron que el interés que pueden tener estos contenidos desde el punto de vista noticioso está condicionado por el hecho de que pocos candidatos se habían sumado a la plataforma.

“Nosotros hicimos un par de notas con esos contenidos, particularmente, conociendo el grado de adhesión que habían tenido los candidatos y eventualmente revisando algún tipo de información como patrimonio o compromisos. Ahora, el problema es que uno no puede hacer una nota completa si es que no tiene a todos los candidatos.” (Periodista diario local)

3.3 Evaluación del diseño, usabilidad y contenidos

Conforme a lo señalado anteriormente, respecto de que la transparencia no implica sólo entregar información, sino que esta última debe ser de calidad —comprensible, oportuna, actualizada, pertinente—, es que se consideró necesario que los diferentes actores consultados evaluaran la plataforma en términos de la información que entregaba, su facilidad de acceder a ésta y la manera en que ella se presentaba.

En general, los entrevistados tienen una impresión positiva de la plataforma Candidato Transparente, principalmente respecto de crear una página centralizada de candidatos a alcaldes, así como de la información que se busca transparentar. Sin embargo, también se sugieren mejoras importantes para la página web, varias de las cuales se encuentran en línea con la búsqueda de infoentretenimiento, planteada en la sección anterior.

3.3.1 Diseño y usabilidad

Respecto del diseño, los ciudadanos mencionaron que éste no resultaba atractivo para quien la visitaba como, por ejemplo, los colores, imágenes y texto.

“Está muy opaca, no tiene vida” (Ciudadana, C3)

“Si tengo que usarla no tengo problema, pero si voy pasando, no me emociona entrar (a la página).” (Ciudadano, C1)

Al respecto, algunos sugirieron que una forma de mejorar la plataforma es utilizando elementos audiovisuales (por ejemplo, videos), o también la posibilidad de incluir más opciones donde sea posible que los usuarios interactúen en la plataforma (por ejemplo, enviar preguntas a los candidatos, vincular con redes sociales).

“Evaluar riesgo de abrirla a comentarios libres, de modo que tenga interacción y sea más dinámica.” (Ciudadano, C1)

Imagen 2. Portada de la Plataforma Candidato Transparente



Respecto del diseño, los ciudadanos mencionaron que éste no resultaba atractivo para quien la visitaba como, por ejemplo, los colores, imágenes y texto.

“Está muy opaca, no tiene vida” (Ciudadana, C3)

“Si tengo que usarla no tengo problema, pero si voy pasando, no me emociona entrar (a la página).” (Ciudadano, C1)

Al respecto, algunos sugirieron que una forma de mejorar la plataforma es utilizando elementos audiovisuales (por ejemplo, videos), o también la posibilidad de incluir más opciones donde sea posible que los usuarios interactúen en la plataforma (por ejemplo, enviar preguntas a los candidatos, vincular con redes sociales).

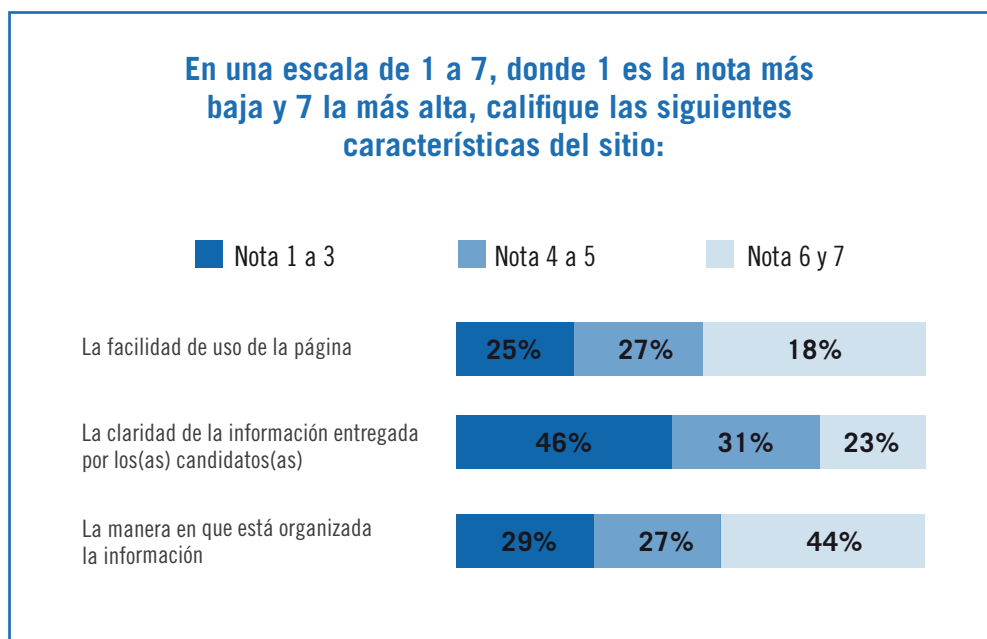
“Evaluar riesgo de abrirla a comentarios libres, de modo que tenga interacción y sea más dinámica.” (Ciudadano, C1)

“La primera impresión no dice mucho de qué se trata la página.” (Ciudadano, C1)

Estos resultados concuerdan con la encuesta realizada en el sitio web, donde la claridad de la información de los candidatos obtuvo una nota promedio de 3,6 (considerando una escala de 1 a 7).

Por el contrario, la facilidad de uso y la manera en que está organizada la información obtuvieron mejores calificaciones, teniendo en su mayoría notas 6 y 7.

Gráfico 13. Evaluación de claridad, facilidad de navegación y orden de la información de Candidato Transparente

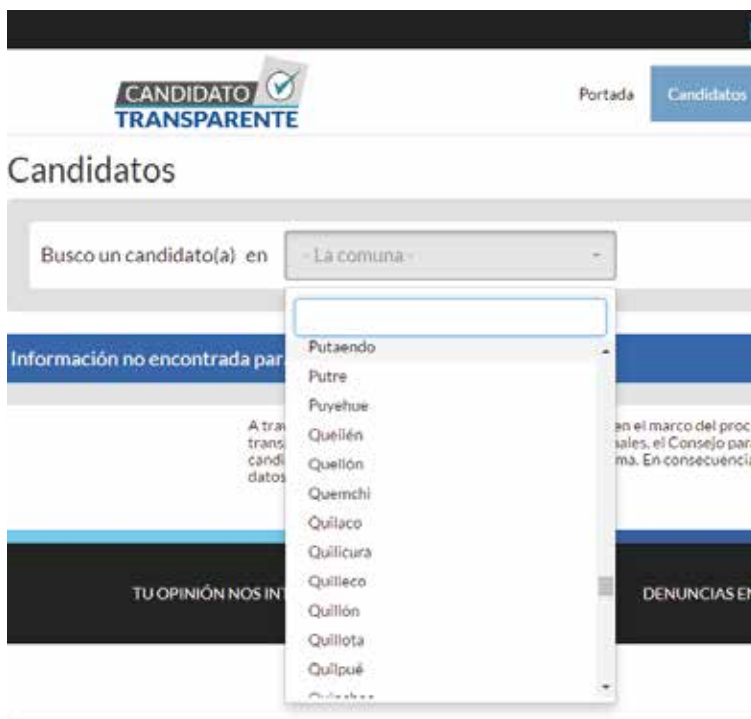


Fuente: Encuesta Candidato Transparente

Los dos últimos ítems también son mejor evaluados en las entrevistas, donde se señaló que la página es fácil de navegar. Si bien se mencionaron algunas sugerencias en términos de mejorar los buscadores en la página, por ejemplo, para encontrar candidatos o comunas de interés (en el caso de estas últimas, se debían buscar en un listado con las 345 comunas). También se solicitó mejorar el acceso desde dispositivos móviles.

“Yo la use varias veces y me pareció fácil encontrar la información que buscaba, así que me imagino que las personas que habitualmente usan internet no deben haber tenido mayores problemas con ella.” (Candidato inscrito)

Imagen 3. Buscador de comunas de la Plataforma Candidato Transparente



En cuanto al orden de la información, se solicitó destacar mejor los antecedentes relevantes de los candidatos, como las propuestas principales y trayectoria, de modo que solamente si alguien tiene mayor interés en un postulante, acceda al detalle.

“Yo creo que la página es buena, pero creo que es demasiado ‘latero’ ver candidato por candidato.” (Ciudadana, C3)

3.3.2 Contenidos

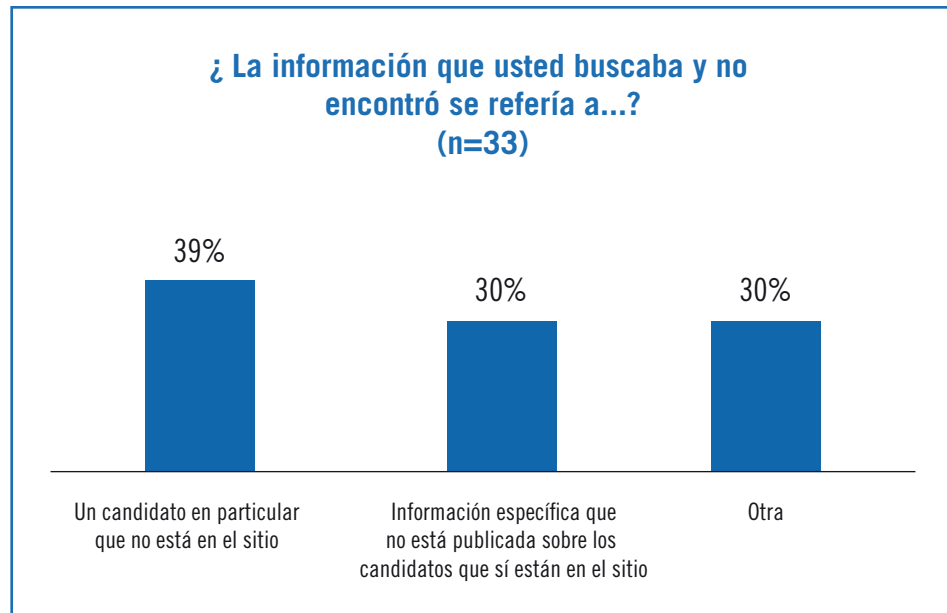
Respecto de los contenidos, en general, existe convergencia en todos los actores entrevistados en la valoración positiva de la información que se presenta en la página, la cual se considera un aporte (ver punto 3.4). Esto, si bien varios propusieron información adicional que podría incluirse. Por ejemplo, se señaló que era relevante incorporar mayores detalles sobre causas judiciales y deudas, patrimonio y gasto electoral. Asimismo, se mencionó la necesidad de conocer mayor información sobre el desempeño de aquellos que hubieran ejercido un cargo público previamente (por ejemplo, indicadores de gestión).

“La página me encanta, entrega los datos que yo quisiera ver.”
(Ciudadano, C1)

“La plataforma está bien. Me pareció un espacio donde efectivamente se podía informar lo que indicaban los candidatos.” (Periodista diario local)

“La parte que puede estar ‘al debe’ (en la página) es cómo se desempeñó”. (Ciudadano, C1)

Sin embargo, en este ámbito, el bajo número de candidatos generó menor satisfacción en quienes visitan la página. Al respecto, un 69% de los encuestados señalaron no haber encontrado la información que buscaban, la cual estaba principalmente relacionada con la falta de un candidato de interés o información específica de candidatos que no fue hallada en la página.

Gráfico 14. Información no encontrada en la Plataforma Candidato Transparente

Fuente: Encuesta Candidato Transparente

Lo anterior también fue señalado en las entrevistas realizadas a diferentes actores, pero en especial lo recalcaron los representantes de la prensa, quienes relacionan esta problemática con la posibilidad de despertar interés para la ciudadanía, a partir de la generación de contenidos noticiosos.

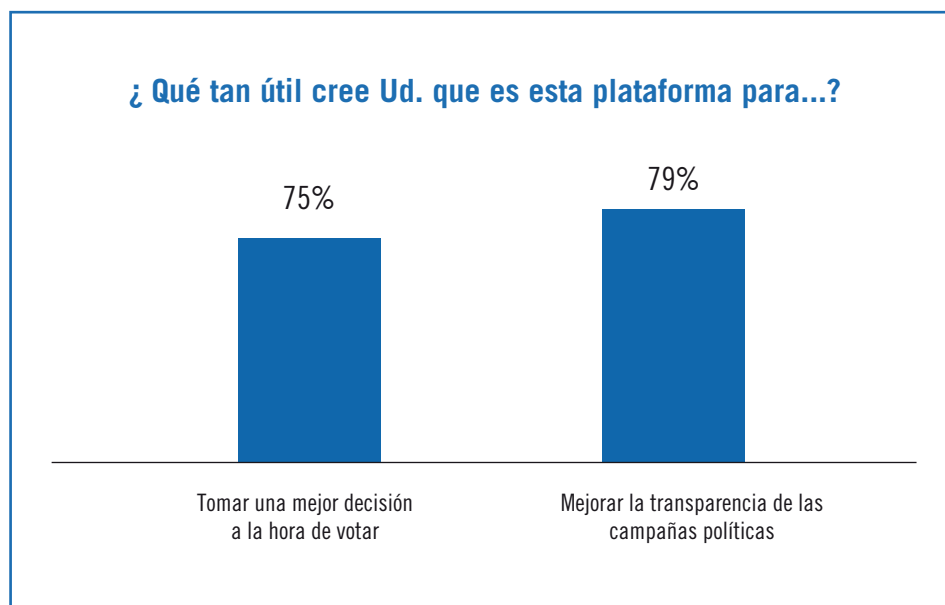
“Si tuviera toda la información, al menos de los candidatos más importantes de cada comuna, sí se podría hacer algo, pero como está (falta de adhesión) yo no la usaría, ya que la información se encuentra muy parcelada.” (Periodista diario nacional)

“Como hay pocos candidatos, (la página) no es muy interesante.” (Periodista radio local)

3.4 Percepción del aporte de esta plataforma

Las distintas fuentes de información muestran que la principal contribución de Candidato Transparente está en apoyar la decisión de voto y mejorar la transparencia de las campañas políticas (aportando al control social de los candidatos).

Gráfico 15. Percepción de utilidad de la Plataforma Candidato Transparente



Fuente: Encuesta Candidato Transparente

Los resultados de la encuesta muestran que un 75% de las personas que la contestaron señalaron estar de acuerdo con el aporte de la plataforma a la hora de votar. Esto también ocurrió en los *focus groups* y entrevistas realizadas, donde no sólo se relevó la utilidad para las elecciones municipales, sino que para futuros procesos (por ejemplo,

comicios presidenciales y parlamentarios.). Algunos señalaron que su mayor aporte estaría en aquellos candidatos que son menos conocidos (por ejemplo, para elecciones de Consejeros Regionales, aquellos que no son incumbentes o que pertenecen a partidos políticos nuevos).

Esto último es especialmente relevante al considerar la nueva legislación que establece límites al gasto y la propaganda electoral¹⁰, donde este tipo de plataformas pueden ser un aporte para que aquellos candidatos menos conocidos por la ciudadanía y puedan darse a conocer.

"Claro que sí (aportan a las campañas), porque así la gente se puede informar de quiénes son los candidatos, de dónde vienen." (Candidato inscrito)

"Acá hay información útil para los que, como yo, no somos tan informados." (Ciudadano, C1)

Junto a ello se destaca la contribución de transparentar información relevante para la toma de decisiones, lo que está dado por el tipo de contenidos de la página. En la encuesta, un 79% señaló estar de acuerdo con este aporte.

"Sí, de todas maneras porque hacen más transparente la elección. Se hablan todas las cosas que los candidatos no hablan en la televisión misma o en los medios de comunicación." (Periodista diario nacional)

Adicionalmente, algunos entrevistados señalaron que eventualmente este tipo de plataformas puede apoyar en el ejercicio de un mayor control ciudadano, tanto respecto a la búsqueda de información sobre los candidatos (y exigir que lo que se publica sea veraz), como también en cuanto a poder fiscalizar que una autoridad elegida democráticamente cumpla lo que prometió al momento de postularse. Este aspecto fue relevando de manera transversal.

¹⁰Ley de Fortalecimiento de la Democracia (Ley 20.900).

"Después, cuando alguien sea elegido o cuando vuelva a ser candidato, uno puede comparar si esos atributos que él dijo que eran los más importantes para él siguen siendo o fueron durante su gestión. Y eso para el accountability social en el momento que estamos viviendo creo que es trascendente." (Ciudadano, C1)

"Así, si alguien detecta algo incorrecto, puede cobrársela al candidato." (Periodista radio local)

A partir de lo anterior es que los entrevistados, en su mayoría, están de acuerdo respecto del aporte de Candidato Transparente, tanto para los ciudadanos como para los candidatos (y sus partidos).

En el primer caso, para informar a la ciudadanía respecto de una serie de aspectos importantes sobre los candidatos y ejercer mayor control social, especialmente para aquellos ciudadanos que utilizan internet, en mayor medida jóvenes y personas con mayor nivel educacional.

"Es una buena manera de poner la información para los ciudadanos, sobre todo los más informados y más educados que preguntan más cosas y buscan más información." (Candidato inscrito)

Por su parte, quienes consideraron que el aporte de la plataforma a la ciudadanía es menor, creen que ello ocurre debido a que la población, en general, se informaría más por intermedio de otros canales (redes sociales, prensa escrita, radio o televisión). Al respecto, también señalaron que un segmento importante de los votantes no utiliza en mayor medida internet, especialmente los adultos mayores.

"Ayudan, pero no son determinantes, porque la usabilidad de estos sitios es de la elite y la prensa" (Experto electoral).

En cuanto al aporte hacia los candidatos y los partidos políticos, se menciona que publicar cierta información puede contribuir a generar más legitimidad de los postulantes hacia los electores. Lo anterior se enmarcaría con las expectativas de mayor transparencia que pueden tener los ciudadanos respecto de quienes los representan y, según algunos entrevistados, esto finalmente puede aportar a aumentar la confianza ciudadana, aspecto esencial en un contexto de crisis de credibilidad de las instituciones políticas y sus representantes.

"Hay mucha desconfianza, ya no hay presunción de buena fe respecto de quienes se postulan (...) Siendo lo más transparente posible es una manera muy buena de avanzar en ese tema." (Candidato inscrito)

"En el momento en que estamos, cualquier candidato que aparezca diciendo 'mis antecedentes están publicados en tal plataforma', es bien evaluado." (Ciudadano, C1)

Finalmente, es interesante señalar que existe consenso entre los diferentes entrevistados del valor adicional que le otorga a la plataforma el hecho que pertenezca al CPLT, dado que se trata de un órgano garante y promotor de la transparencia, que además se percibe como independiente y autónomo. Al respecto, varios perciben una diferencia entre publicar en esta página y en aquellas de los propios candidatos, e incluso en las que puedan pertenecer a otras instituciones.

"Ustedes (la página del CPLT) tienen el nombre de la transparencia, eso los avala." (Ciudadana, C3)

"Aunque yo tenga la misma información en mi propia página no tiene tanta validez, porque no hay un respaldo institucional." (Candidato inscrito)

"Le entrega neutralidad a la información y, por tanto, mayor credibilidad de los resultados." (Experto electoral)

3.5 Aprendizaje y propuestas

Como ya se mencionó, se detectó que las principales problemáticas de la plataforma fueron el nivel de conocimiento ciudadano y el número de candidatos inscritos, lo cual incide en el aporte que

rente pueda generar en los procesos de elecciones. En este marco, se pidió a los entrevistados sus sugerencias en torno a cómo abordar estas temáticas.

3.5.1 Mayor difusión a la ciudadanía

Respecto a las mejores estrategias de difusión de la plataforma, los entrevistados, en general, consideran que se debe mejorar la difusión hacia la ciudadanía. Al respecto, varios mencionan las redes sociales como un medio importante para dar a conocer este tipo de plataformas, lo cual es consistente con lo reportado anteriormente sobre la importancia de éstas para informarse en la actualidad.

“Se podría publicitar mucho más, porque las personas no sabían que existía esta herramienta.” (Candidata no inscrita)

“Creo que a través de las redes sociales. Porque la gente joven está ahí. Igual los electores están en redes sociales, Twitter (...), siempre cuando en estas páginas sale algo polémico, todo el mundo lo va a rebotar.” (Periodista diario nacional)

Específicamente, desde los ciudadanos, se hace hincapié en generar una especie de “boca a boca virtual” por medio de las redes sociales. Ello puede darse a partir de una mejor integración de la página con las redes sociales, especialmente de la posibilidad de que sus usuarios puedan interactuar más, lo cual es consistente con las funcionalidades de la Web 2.0. Asimismo, se propone que este sitio esté publicitado en otras páginas web y en redes sociales asociadas a páginas comunales o locales.

“(Si integran la página con redes sociales) de esa forma te haces más publicidad y la página empieza a sonar más en el colectivo.” (Ciudadano, C1)

Adicionalmente, los ciudadanos sugieren la publicidad en el transporte público, por ejemplo, a través de diarios murales existentes en el Metro y en paraderos de buses.

“En el Metro. Cuando uno está esperando en el Metro, te pones a leer (los carteles que están en la estación).” (Ciudadana, C3)

Los periodistas proponen buscar mecanismos para que el sitio sea capaz de generar noticias que sean publicables en la prensa escrita (digital y física) y en la radio, incluyendo medios de carácter local. Esta difusión se complementa con la de redes sociales, de modo que permita que personas que no acceden a éstas puedan informarse de los contenidos de Candidato Transparente de manera indirecta.

“Utilizando embajadores que den golpes periodísticos (...) Al mismo tiempo, alianzas con medios, generando reportajes con el uso de la Ley de Transparencia.” (Periodista de datos)

“Con comerciales (en la radio) es lo más efectivo, aunque también hay algunos programas de conversación donde podría mencionarse.” (Periodista radio local)

“La radio es bien efectiva a nivel local, pero la gente que más escucha la radio no es la que está conectada en línea necesariamente.” (Periodista radio local)

3.5.2 Mayor promoción hacia los candidatos

Dado que desde los entrevistados se señaló que el número de candidatos que se inscribieron fue bajo, también se les preguntó cómo se podrían generar mecanismos para adherir mayor número de postulantes, considerando que la adhesión a la página era (y es) voluntaria.

Los entrevistados que propusieron sobre este tema señalaron la necesidad de generar mejores mecanismos de difusión de la página hacia los candidatos, a modo de fomentar su inscripción. En este contexto, varios coincidieron que una buena medida de promoción

hacia los candidatos consistiría en comunicar claramente la importancia de que estén presentes en esta plataforma. Por ejemplo, mostrar las ventajas en términos de su imagen hacia la ciudadanía y validez de la información que se publica en una página de un órgano autónomo, como es el Consejo para la Transparencia. En este contexto, un mayor posicionamiento de la temática de transparencia como contingente a nivel de país, podría tener una incidencia importante en que se sumen más candidatos a la página en el futuro.

4. Conclusiones

Actualmente, internet constituye una herramienta costo efectiva, de amplio alcance y rapidez para diseminar información, y que abre importantes posibilidades para interactuar y comunicarse (a partir de la Web 2.0). En este marco, es muy relevante como mecanismo para transparentar información desde el Estado y promover el acceso a la información pública. A partir de ello, es posible fomentar condiciones para una participación ciudadana más informada (incluyendo la participación electoral) y mejorar la confianza en las instituciones públicas.

En el caso chileno, se observa un potencial importante de internet, dado el amplio uso de esta tecnología por parte de los ciudadanos, especialmente en lo que refiere a la comunicación y a la búsqueda de información, incluyendo la que provee el Estado.

Sin embargo, para que el aporte de internet a la transparencia de la información se materialice, se requiere que la información que se proporcione sea de calidad (completa, oportuna, pertinente) y fácilmente obtenible. De igual manera, es necesario que la información sea de interés y pertinencia para la ciudadanía, lo cual debe estar en línea con el fenómeno del infoentretenimiento, es decir, con la entrega de información que se perciba como entretenida e instrumentalmente útil para las personas.

La página Candidato Transparente muestra un caso de publicación, vía internet, de información sobre los candidatos a elecciones en Chile en un sitio creado y promovido por un órgano autónomo del Estado (el Consejo para la Transparencia). La primera aplicación de esta plataforma —para las elecciones municipales 2016— mostró, en primer lugar, que la página requería mejoras en términos de diseño, orden de la información, contenidos y facilidad de uso, con el fin de cumplir con los estándares de calidad de información señalados anteriormente. Es

interesante señalar que el Consejo para la Transparencia consideró los resultados de esta evaluación e implementó importantes correcciones en el desarrollo de la plataforma que se encuentra disponible a la fecha, en el marco de las elecciones presidenciales primarias (junio 2017). Con el fin de testear estos elementos, previo al lanzamiento de la nueva versión, se realizaron pruebas con usuarios potenciales que permitieron evaluar si se cumplían los estándares de calidad.

Independiente de lo anterior, la evaluación general de este tipo de plataformas es sumamente positiva por parte de ciudadanos, candidatos, periodistas y expertos, en términos de su aporte a los procesos electorarios. Un elemento central que se concluye es que los aportes visualizados conllevan beneficios para cada uno de estos actores, destacándose el aporte de la plataforma para generar información para la toma de decisiones al momento de votar, otorgar mayor legitimidad a los candidatos, posibilitar un mayor control ciudadano y generar noticias en la prensa.

Cabe destacar que, además, se valora que la página sea promovida por el Consejo para la Transparencia, así como el proceso formal de inscripción de los candidatos. Por esto mismo, se hace necesario destacar más la pertenencia de la página y clarificar la procedencia de la información y el compromiso firmado por los candidatos al inscribirse.

Para que todos los aportes señalados previamente se materialicen, se requiere avanzar en dos ámbitos centrales: generar un mayor conocimiento de la página por parte de la ciudadanía y fomentar la inscripción de un mayor número de candidatos en la plataforma. De lo descrito en los capítulos anteriores se desprende que, si bien se requieren estrategias diferentes para abordar estos aspectos, éstos están interrelacionados. Así, una mayor difusión hacia la ciudadanía puede tener incidencia en que los electores valoren mejor a quienes se inscriben y/o exijan en mayor medida que los candidatos publiquen en esta plataforma. Por su parte, si existe un mayor número de candidatos en la web, esto suscitará mayor interés de los ciudadanos y de la prensa para publicitar la página, aumentando su conocimiento.

A partir del ejemplo de Candidato Transparente, es posible concluir que la publicación de información vía internet con determinados estándares constituye un aporte para la transparencia (en este caso específico, en procesos de elecciones), objetivo que se enmarca dentro de la misión del Consejo. A pesar de la necesidad de mejorar y promover más este sitio, se constata que este tipo de proyectos conllevan beneficios. Por ello, el CPLT continuará desarrollando iniciativas similares, a la vez que también se espera que otros órganos del Estado desarrollen actividades en esta línea. De esta manera, aumentará la información relevante a la cual tengan acceso los ciudadanos para la toma de decisiones, desarrollen una mejor participación y puedan ejercer un mayor control social.

5. Bibliografía

- Aguirre Sala, J. F. (2013). Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. *Culturales*, 1(2), 119-150.
- Berrocal, S., Redondo, M., & Campos, E. (2012). Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras. *Adcomunica*, 4, 63-79.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government information quarterly*, 27(3), 264-271.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government information quarterly*, 29(2), 123-132.
- Centro de Políticas Públicas UC. (2016). Confianza municipal: percepciones desde la escala local. Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en: <http://politicaspublicas.uc.cl/seminario/seminario-confianza-y-municipios-desafios-de-cara-a-las-elecciones-2016/>
- Centro de Estudios Públicos (CEP). (2015). Estudio Nacional de Opinión Pública, Agosto 2015. Disponible en: <https://www.cepchile.cl/estudio-nacional-de-opinion-publica-agosto-2015/cep/2016-03-04/101436.html>
- Consejo para la Transparencia (CPLT). (2015). Informe Analítico Comparado de los resultados del III Estudio Nacional De Funcionarios y el VI Estudio Nacional de Transparencia. Disponible en: http://www.consejotransparencia.cl/consejo/site/artic-c/20121213/asocfile/20121213160518/informe_anal__tico_comparado_2014.pdf
- Ferraz, C., & Finan, F. (2008). Exposing corrupt politicians: the effects of Brazil's publicly released audits on electoral outcomes. *The Quarterly Journal of Economics*, 123(2), 703-745.
- Fumega, S. (2014). El uso de las tecnologías de información y comunicación para la implementación de leyes de acceso a la información pública. Santiago de Chile: Consejo para la Transparencia.
- Grimmelikhuijsen, S. & Meijer, A. (2014). The effects of transparency on the perceived trustworthiness of a government organization: evidence from an online experiment. *Journal of Public Administration Research and Theory* 24(1), 137-157.

Harder, C. T., & Jordan, M. M. (2013). The transparency of county websites: A content analysis. *Public Administration Quarterly*, 103-128. (Ipsos-Subtel 2016), *Latinobarómetro* (2015). *La Confianza en América Latina 1995 – 2015 20 años de opinión pública*. Santiago de Chile.

Lindstedt & Naurin (2010). Transparency is not Enough: Making Transparency Effective in Reducing Corruption. *International Political Science Review*, Vol 31(3), 301-322.

Mori (2016). Estudio de Nacional de Transparencia. Disponible en: http://www.consejotransparencia.cl/consejo/site/artic/20121213/asocfile/20121213155411/informe_estudio_nacional_transparencia_mori_2016.pdf

Nash, C., Rodríguez, M. y Chacón, G. (2016). Estudio Comparado sobre el Impacto que tienen las Instituciones que resguardan el Acceso a la Información Pública en Chile y México sobre los Derechos Humanos en la Ciudadanía. Santiago: Centro de Derechos Humanos Facultad de Derecho, Universidad de Chile. Disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142492/Estudio-comparado-sobre-impacto.pdf?sequence=1>

Pefaur, D. & Moreno, D. (2016). Transparencia y modernización del Estado en Chile: brechas entre la teoría y la práctica. *Revista Enfoques*, 14 (24).

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2014). Auditoría a la Democracia. Más y mejor democracia para un Chile inclusivo. Santiago de Chile: PNUD.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2016). Participación electoral: Chile en perspectiva comparada 1990 – 2016. Disponible en: http://www.cl.undp.org/content/chile/es/home/library/democratic_governance/Participacion_electoral_02Nov2016.html

Universidad de Santiago de Chile (Usach) (2016) Informe sobre la abstención en las elecciones municipales 2016. Centro de Investigación en Sociedad, Economía y Cultura (Sicec). Disponible en: <http://www.cisec.cl/index/sites/default/files/abstencion.pdf>

Vigoda, E. (2002). From Responsiveness to Collaboration: Governance, Citizens, and the Next Generation of Public Administration. *Public Administration Review*. 62 (5): 527–540.

World Bank. 2016. Making Politics Work for Development : Harnessing Transparency and Citizen Engagement. Washington, DC: Policy Research Report.

TRANSPARENCIA EN INTERNET
ESTUDIO DE CASO DE LA PLATAFORMA
CANDIDATO TRANSPARENTE EN EL MARCO
DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES 2016