



**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ACADÉMICA DE MÉXICO**

MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS COMPARADAS

VIII Promoción

2017-2019

**Estrategia digital de partidos políticos y cumplimiento de
estándares de acceso a la información**

T E S I S

Tesis que para obtener el grado de Maestra en
Políticas Públicas Comparadas

Presenta:

PAULA SEPÚLVEDA KISCHINEVZKY

Directora de Tesis: Mtra. Liliana Veloz

Director de Tesis: Dr. Nicolás Loza

Ciudad de México Marzo 2020

Agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
(CONACYT)

Resumen

El 4 de mayo de 2015 se publicó la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en ella por primera vez se incorporaron a los partidos políticos como sujetos obligados a poner a disposición de la sociedad información básica y, con ello, a incorporarlos en un esquema de transparencia. El medio de comunicación más adecuado para acceder a esta información es internet y los portales de los sujetos obligados. Sin embargo, tras años de experiencia y evolución en materia de acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas desde la primera ley, el hecho de tener portales y una sección de transparencia con amplios cuerpos de información no garantizan el ejercicio del derecho constitucional al libre acceso a la información.

El trabajo que se describe en las siguientes páginas tiene por objetivo desarrollar un instrumento de evaluación de la estrategia digital de las instituciones públicas mexicanas, específicamente de los partidos políticos, a fin de identificar su grado de evolución, así como el uso e implementación de criterios y estándares que posibilitan el ejercicio del derecho de acceso a la información. A través de este estudio se busca saber ¿en qué medida los partidos políticos desarrollan estrategias digitales a fin de generar vínculos de mayor confianza?

Palabras clave: acceso a la información, transparencia, estrategia digital, usabilidad, partidos políticos.

Abstract

On May 4th, 2015, the General Law of Transparency and Access to Public Information was published. For the first-time political parties were included as obliged subjects to provide basic information and, thereby, were incorporated into a transparency scheme. The best media to access this information is through internet and web portals of the obliged subjects. However, since the first Law and after years of experience and evolution in terms of access to information, transparency and accountability, portals and sections of transparency with large bodies of information are not enough to exercise the constitutional right to free access to information.

The work described in the following pages aims to develop an instrument for evaluating the digital strategy of Mexican public institutions, specifying political parties, in order to identify their degree of evolution, as well as the use and implementation of criteria and standards that allow the exercise of the right of access to information. This study seeks to determine to what extent political parties are developing a digital strategy to generate more trustworthy ties?

Key words: access to information, transparency, digital strategy, usability, political parties.



A Eve, “mi amor, mi cómplice y todo”

A Nano, Mati y Maya, mis más grandes maestros

A mi papá, a quien amo y agradezco todo y tanto

A mi mamá, que está conmigo siempre

Agradecimientos

Tomó un buen tiempo llegar a este momento. Y no me refiero únicamente al de terminar la tesis, sino al de tener la confianza de inscribirme, cursar y terminar un programa de maestría, donde algunas voces fueron clave para realmente crearlo y hacerlo. Eligiendo a las personas correctas, el camino para llegar a las metas que me he propuesto no es eterno ni imposible. A ellos quiero agradecer en estas líneas.

Agradezco a mi querida directora de tesis Liliana Veloz, que además de ser una amiga entrañable, es una mujer a la que admiro tanto personal, como profesionalmente. Estuvo ahí a cada momento en que quise rendirme. Me leyó, me escuchó, me alertó y ahora está detrás de cada palabra de este texto.

A Nicolás Loza, que me acompañó y estimuló para que no soltara el teclado del todo y me alentó a seguir, aún en momentos de flaqueza. Buenas charlas y momentos de claridad que están impresos en las siguientes líneas.

A Jaime Hernández, quien ha sido pilar en mi última etapa profesional y, espero, en las que vienen. Risas, quejas, chismes, discusiones, bailes, conferencias, reuniones, largas sesiones de trabajo. Gracias por estar siempre, colega.

Al Profe Merino, por ser el mejor jefe del mundo. Por ser un ejemplo de tenacidad, lucha y coherencia. Por enseñarme la mejor forma de ser un líder: confiar en su equipo. A estas alturas, un amigo que ha calado profundo mi corazón y que en el camino recorrido junto con un *equipazo* tenemos la certeza de contar uno con el otro. No creo que muchos puedan presumir de ello.

A mi padre amado, que siempre está y me apoya en todo lo que me propongo. Cuando digo en todo, es TODO. Y con lo que sea necesario, desde cuidar a los nietos, escucharme e, incluso, leer cuidadosamente cada línea de este trabajo, para que no se escape algún error, por mínimo que sea. Esta tesis, es tuya también. Es el resultado de años de amor, dedicación y confianza.

A Everardo Zavala, mi más grande amor, quien me ha acompañado y apoyado en cada minuto y segundo de este y otros muchos procesos. Ha tenido la paciencia y serenidad de verme y escucharme en todos mis cambios de ánimo. Ha estado en cada tarea y en cada sesión presencial. “Mi amor, mi cómplice y todo y en la calle codo a codo, somos mucho más que dos”. Y si, somos cinco. A ellos también, mis niños Nano, Mati y Maya, gracias.

Por último, y no menos importante, a mi hermana Claudia, un lugar de certeza y contención que nunca me falta. A mi hermano Daniel, que cada vez está más cerca. A mis sobrinas que amo profundamente. A mis cuñadas generosas y solidarias. A mi suegra, en cuyo cuarto escribí las últimas líneas de este texto. A mi flaca amada y sus polluelos. A mis compadres, que son amigos y hermanos al mismo tiempo. A mis amigos entrañables.



Índice general

Capítulo I: Introducción	7
Capítulo II: Marco teórico	11
i. ¿Por qué los partidos políticos?.....	11
ii. Transparencia.....	15
iii. Principios rectores de la transparencia	18
iv. Internet: transparencia y participación ciudadana	20
Capítulo III: Metodología	24
i. Universo.....	24
ii. Clasificación de indicadores	25
iii. Presentación	27
iii.1 Definición	27
iii.2 Sistema de análisis	27
iii.3 Página de Inicio	28
iii.4 Arquitectura de Información	29
iii.5 Diseño de Interfaz.....	30
iii.6 Accesibilidad	31
iv. Presentación	34
iv.1 Definición	34
iv.2 Sistema de análisis	35
iv.3 Compatibilidad.....	36
iv.4 Encontrabilidad.....	37
iv.5 Navegación.....	37
v. Contenido y transparencia	38
v.1 Definición	38
v.2 Sistema de análisis	40
v.3 Información.....	41
v.4 Servicios	43
vi. Interacción.....	44
vi.1 Definición	44
vi.2 Sistema de análisis	46
vi.3 Participación política.....	46
vi.4 Redes sociales	47
Capítulo IV: Análisis cuantitativo	49
i. Presentación.....	51
i.1 Página de inicio y Arquitectura de información	54
i.2 Diseño de interfaz.....	59
i.3 Accesibilidad	63
ii. Usabilidad	65
ii.1 Compatibilidad.....	67
ii.2 Encontrabilidad.....	69
ii.3 Navegación	72
iii. Contenido y Transparencia	75
iii.1 Información.....	76



iii.2 Servicios	83
iv. Interacción.....	84
iv.1 Participación política.....	85
iv.2 Redes sociales	87
Capítulo V: Conclusiones	92
Bibliografía.....	95
Anexo I: Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital para Partidos Políticos.....	99

Índice de esquemas, cuadros y gráficas

Esquema 1. Niveles analíticos del instrumento.....	25
Esquema 2. Temas y Categorías.....	26
Esquema 3. Categorías e Indicadores del tema Presentación.....	28
Esquema 3. Categorías e Indicadores del tema Usabilidad.....	36
Esquema 3. Categorías e Indicadores del tema Contenido y Transparencia.....	40
Esquema 4. Categorías e Indicadores del tema Interacción.....	46
Cuadro 1. Partidos y portales.....	24
Cuadro 2. Categorías e indicadores del tema Presentación.....	53
Cuadro 3. Número de errores.....	65
Cuadro 4. Categorías e indicadores del tema Usabilidad.....	66
Cuadro 5. Categorías e indicadores del tema Contenido y Transparencia.....	77
Cuadro 5. Categorías e indicadores del tema Contenido y Transparencia.....	86
Gráfica 1. Resultados por tema.....	50
Gráfica 2. Categorías del tema Presentación.....	52
Gráfica 3. Desempeño de los partidos en el tema Presentación.....	55
Gráfica 4. Categorías del tema Usabilidad.....	66
Gráfica 5. Desempeño de los partidos en el tema Usabilidad.....	68
Gráfica 6. Categorías del tema Contenido y Transparencia.....	76
Gráfica 7. Cumplimiento de obligaciones de transparencia, Nosotrxs.....	82
Gráfica 8. Desempeño de los partidos en el tema Contenido y Transparencia.....	83
Gráfica 9. Categorías del tema Interacción.....	85
Gráfica 10. Desempeño de los partidos en el tema Interacción.....	88
Gráfica 11. Resultados por Tema e Indicador.....	90
Gráfica 12. Desempeño general de los partidos políticos en el Instrumento.....	91

Capítulo I: Introducción

... la derecha, la izquierda y el centro deben procesar sus proyectos y estrategias a través de un medio tecnológico similar si quieren llegar a la sociedad y de esta manera asegurarse el apoyo de suficientes ciudadanos para lograr el acceso al estado. Sostengo que este medio tecnológico induce nuevas reglas de juego que [...] afectan de forma importante a la sustancia de la política.

Manuel Castells, La era de la información. 1999

El 4 de mayo de 2015 se publicó la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP), en ella por primera vez se incorporaron a los partidos políticos como sujetos obligados a poner a disposición de la sociedad información básica y con ello a incorporarlos en un esquema de transparencia que estuviera a la par de las instituciones federales que llevaban desde 2002 haciéndolo de manera sistemática y con un esquema institucionalizado bajo el amparo de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LFTAIP). Asimismo, la LGTAIP consagra el derecho constitucional de acceso a la información que se detalla en el artículo 6º constitucional que a la letra señala que “toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, órganos autónomos, partidos políticos, fideicomisos y fondos públicos, así como de cualquier persona física, moral o sindicato que reciba y ejerza recursos públicos o realice actos de autoridad en el ámbito federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público y seguridad nacional” (Artículo 6º, Inciso A.I, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos).

El medio de comunicación más adecuado para acceder a esta información (desde la primera ley) es internet y los portales de los sujetos obligados. Incluso, en la primera fase del ejercicio de la LFTAIP, era suficiente que las instituciones publicaran en sus portales repositorios de información organizados bajo la lógica de la ley con amplios cuerpos de información en formato PDF para dar cumplimiento

con la obligación. Sin embargo, tras quince años de experiencia y evolución en materia de acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas el hecho de tener portales y una sección de transparencia con amplios cuerpos de información no garantizan el ejercicio del derecho constitucional al libre acceso a la información. Por ello, tener portales en internet no es, ni debe ser, una cuestión de trámite y obligatoriedad, sino una estrategia articulada y pensada, organizada y llevada a cabo cuidadosamente y que siga los principios, lineamientos y estándares que se han desarrollado para portales web, solo así es posible garantizar el artículo 6º constitucional. Sobre todo, para aquellos que están dirigidos a los grupos más amplios de la población.

Por otro lado, cabe señalar, que los partidos políticos, como menciona Panebianco, son una organización que “opera en la escena electoral y compiten por los votos” (Panebianco, 1990) y tienen como principal objetivo ganar votos, para ganar elecciones. Sin embargo, en el contexto nacional, con una profunda desconfianza en las instituciones, y de forma más agudizada en los partidos políticos, es aún más imprescindible que, estas instituciones, sean transparentes y publiquen, de la mejor manera posible, la información relacionada con su funcionamiento, liderazgos, candidatos, ideología, etc. Es decir, incluso sin la premisa de la obligación legal es pertinente saber qué están haciendo los partidos por ser instituciones confiables.

El trabajo que se describe en las siguientes páginas tiene por objetivo desarrollar un instrumento de evaluación de la estrategia digital de las instituciones públicas mexicanas, específicamente de los partidos políticos, a fin de identificar su grado de evolución, así como el uso e implementación de criterios y estándares que posibilitan el ejercicio del derecho de acceso a la información. A través de este estudio se busca saber ¿en qué medida los partidos políticos desarrollan estrategias digitales a fin de generar vínculos de mayor confianza?

Se parte de la base de que en la medida en que los partidos políticos cuentan con una estrategia digital de comunicación que articule las distintas herramientas

electrónicas bajo ciertos estándares, es posible alcanzar altos niveles de transparencia, interacción e incluso, propiciar o estimular el activismo político digital.

Se entiende por *estrategia digital* al conjunto de elementos que articulan la comunicación de un partido político a través de herramientas electrónicas como páginas web, blogs, material multimedia, redes sociales. Y, por otro lado, *confianza*, se refiere al uso e implementación de estándares, recomendaciones y lineamientos para el diseño de dichas estrategias realizados por autoridades en la materia, tales como Jacob Nielsen (usabilidad); Peter Morville (arquitectura de información y encontrabilidad); el World Wide Web Consortium (accesibilidad); así como a la implementación de políticas de transparencia (obligaciones de acceso a la información), datos abiertos e interacción con los usuarios o ciudadanía¹.

En el Capítulo II se realiza una descripción de la relevancia de los partidos políticos en los regímenes democráticos, así como del concepto de transparencia como una pieza que da límites y control al poder político. Adicionalmente, se hace una breve síntesis de la evolución de la transparencia partidista y su incorporación formal como sujeto obligado en la legislación en la materia. Finalmente, se justifica la relevancia de internet y su papel tanto para el acceso a la información, como para la participación política.

En el Capítulo III se describe detalladamente la metodología para el desarrollo del instrumento de evaluación de la estrategia digital de las instituciones públicas, el sustento conceptual de cada uno de sus componentes, el sistema de análisis, variables y esquema de medición.

El Capítulo IV describe los resultados de la aplicación del instrumento en los portales de los partidos políticos nacionales, se detallan los hallazgos en cada uno de los temas, categorías e indicadores y se destacan las áreas en las cuáles se considera necesario que los partidos políticos pongan mayor atención.

¹ Las definiciones de estos conceptos se describen en el Capítulo III. Metodología de este documento.

Por último, en el Capítulo V se describen las conclusiones a destacar del trabajo realizado, tanto del instrumento y sus componentes, como de los resultados obtenidos tras su aplicación en los portales de los partidos políticos. Se espera que los portales de los partidos políticos estén en una fase informativa, es decir, con contenidos planos con pocos o nulos recursos interactivos, con estrategias digitales desarticuladas entre portal y cualquier otra herramienta digital (redes sociales, blogs, aplicaciones móviles). Asimismo, se cree que los partidos políticos, como en cualquier otra institución, el concepto de transparencia se ciñe a una pestaña o micrositio y no a una estrategia transversal que pasa por toda la información, contenido y herramientas de una estrategia digital.

Capítulo II: Marco teórico

En este capítulo, se establece la relevancia de los partidos políticos como los sujetos a analizar, dada su importancia en el contexto de un mundo cuyos regímenes son mayoritariamente democráticos. Asimismo, se hará una revisión de la percepción de esta institución política en el contexto Latinoamericano y concretamente en México. Más adelante, se realizará una síntesis del proceso de incorporación de los partidos políticos como sujetos obligados de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP). Y, por último, se establecerán las características que hacen a internet el medio ideal para transparentar, acceder a la información, estimular la participación y acercarse al electorado, entre otras cosas.

i. ¿Por qué los partidos políticos?

Los partidos políticos son esenciales para la democracia. En palabras de Jacqueline Peschard, “la existencia de los partidos políticos está asociada a la elevación de los ciudadanos al rango de actores centrales de la vida pública y a la idea de que no hay un pensamiento único o unánime, sino que existen diversas orientaciones políticas (pluralismo) que se disputan el favor de los ciudadanos a través de las lides electorales, pacíficas y reguladas” (Peschard, 2015). Esto tiene aún mayor relevancia en México desde el año 2000, cuando se experimentó, por primera vez en la historia del país, la alternancia en el poder. Adicionalmente, en la presentación del texto de Peschard, se enfatiza la relevancia de los partidos políticos como el vehículo principal para acceder al poder (no el único pues es posible presentarse como candidato independiente, siempre y cuando se cumplan con los requisitos); adicionalmente son “la fuente exclusiva que construye al Poder Legislativo” y por tanto todo lo que en él se decide y gestiona: “proponen, acuerdan, nombran y/o ratifican ministros y altos funcionarios del gobierno en turno”.

Los partidos políticos habían estado excluidos de las obligaciones de transparencia bajo la justificación de que “su naturaleza jurídica es la de ser organizaciones de ciudadanos para el libre ejercicio de sus derechos políticos” (Peschard, 2018), “sin embargo, la relevancia de las tareas que desempeñan en la esfera pública ha llevado a considerarlos entidades ‘semiestatales’, que prestan un servicio público. Adicionalmente, los partidos reciben recursos públicos de parte de los Estados para realizar sus funciones de interés público y esto ha hecho en algunos países se les someta a un fuerte escrutinio público” (Peschard, 2018).

Resulta significativo identificar cuáles son las áreas organizativas de un partido político, relevantes para la transparencia, en la medida en que, como lo expresa Panebianco, existen algunos factores “cuyo control permite a ciertos actores desequilibrar a su favor los juegos de poder [...] esos factores se conciben como *zonas de incertidumbre*.” (Panebianco, 1990). Para este autor existen seis *zonas de incertidumbre*:

1. La competencia: se refiere al “saber especializado”, es decir, a que solo un número de miembros de la organización “poseen el conocimiento técnico necesario para dirigir el partido, para hacer un trabajo político cualificado en el parlamento, etc.”
2. Las relaciones con el entorno: se trata de los vínculos que guarda la organización con el exterior y cómo estas afectan al interior del partido. “Controlar las relaciones con el entorno... significa controlar una decisiva fuente de incertidumbre para la organización”.
3. La comunicación: se refiere al control sobre los canales de comunicación, “quien tiene la capacidad para distribuir, manipular, retrasar o suprimir la información controla un área fundamental de incertidumbre y tiene en sus manos un recurso decisivo en las relaciones de poder.”
4. Las reglas formales: se relaciona con las normas organizativas, es decir, “elegir el terreno en el que se desarrollarán los conflictos, las negociaciones o los juegos de poder” entre los actores organizativos. “Establecer las reglas,

manipular su interpretación, imponer o no su observancia, constituyen zonas de incertidumbre”.

5. La financiación: los recursos que se reciben y de dónde se reciben forman parte de una zona de incertidumbre crítica de la organización. Si se trata de muchas o pocas fuentes de financiamiento. En este sentido, Panebianco también señala que el control “depende a menudo de los contactos privilegiados que determinados actores consiguen establecer con las fuentes de financiación externa”.
6. El reclutamiento: está dado por el control sobre la incorporación de miembros en los diversos niveles de la organización. “Decidir sobre quién puede o no entrar a formar parte de la organización, decidir sobre quién, de entre los muchos que luchan por ascender, hará carrera en alguna de las ramas de la organización y cuáles son los requisitos para ello”.

Son *zonas de incertidumbre* porque actores diferentes controlan la información y las decisiones que se generan en cada una. La importancia de la transparencia al exterior de la organización es relevante en términos políticos porque evidencia un buen funcionamiento organizacional y ofrece certeza sobre ideología, procesos y productos que ofrecen los partidos a los electores. Y al interior, es importante porque ofrece seguridad a los funcionarios partidistas, claridad en los procesos y, sobre todo, garantía de que los mecanismos del partido están encaminados en la misma dirección. Los resultados efectivos de esa transparencia, en el ámbito interno, son la mejora de la gestión y la eficiencia de los recursos del partido, pero también resultados concretos como buenas prácticas contables y financieras que disminuyen en el mediano plazo las multas que se les pueden imponer a los partidos desde el Instituto Nacional Electoral.

Por otro lado, en México existe un contexto de corrupción e impunidad generalizada que ha mermado la confianza en las instituciones. El análisis específico permite identificar el deterioro de esta confianza, en mayor o menor medida, de acuerdo con cada institución. La encuesta de “Confianza en las instituciones 2019”, realizada por

Consulta Mitofsky de forma anual, indica que entre las instituciones con menor confianza se encuentran los partidos políticos con 5.4 puntos (tres décimas arriba que el año anterior) en una escala del 0 al 10 (Consulta Mitofsky, 2019).

La baja confianza en los partidos políticos en México no es un caso aislado, toda América Latina (13%) presenta el mismo problema, se trata de la institución en la que menos confianza hay y, probablemente, si hiciéramos extensiva la revisión de datos al resto del mundo, se repetirían patrones similares. Sin embargo, resulta importante precisar que en México la confianza en los partidos políticos es particularmente baja (11%). “Los partidos políticos se encuentran en un momento especialmente negativo [...]. El desencanto con la política ha llevado a la fragmentación de los partidos, a la crisis de representación y a la elección de líderes populistas” (Latinobarómetro, 2018).

Asimismo, tras la revisión de la confianza en los institutos electorales de cada país en Latinoamérica, se encontró que la caída en la confianza es significativa, de 51% en 2006 a 28% en 2018 a lo que el análisis añade que “la corrupción ha penetrado las campañas electorales tildando la competencia entre candidatos, algunos logran financiamiento de dineros negros, ilegales y por ello salen elegidos, mientras los que juegan con las reglas pierden. La competencia electoral no es siempre vista como un proceso limpio, la corrupción ha enlodado su imagen haciéndole perder legitimidad al organismo electoral” (Latinobarómetro, 2018).

De manera indirecta, en México el apoyo a la democracia no se movió de 2017 a 2018, sin embargo, de la medición de 2016 a 2017 bajó diez puntos porcentuales, de 48% a 38% (Latinobarómetro, 2019), aunque este dato no refleje específicamente a los partidos políticos o la institución electoral, puede ser una consecuencia o manifestación de la desconfianza en ellos.

En este sentido, “hay que recordar que la opacidad de la información y la falta de controles o de instrumentos de fiscalización de la vida política pueden distorsionar

tanto la legítima competencia política como la credibilidad de la representación política y de la política misma” (Peschard, 2018).

Por ello, es crítico y, a la vez, una oportunidad que los partidos políticos aprovechen la infraestructura legal (LGTAIP) y tecnológica (portales y redes sociales) para crear redes de comunicación de mayor confianza con la ciudadanía. Conocer mejor quién es su audiencia, qué necesidades tienen, qué buscan y qué esperan de ellos, sin intermediarios. Así como a su competencia, qué hacen y qué estrategias utilizan para acercarse a su público.

ii. Transparencia

Sumado a los partidos políticos, otra pieza clave para la democracia es la transparencia. De acuerdo con Peschard, “en este contexto de desconfianza ciudadana frente a las instituciones políticas de la democracia, que sigue siendo el mejor de los sistemas imaginados por el hombre hasta ahora, se explica que fuera proliferando la reglamentación en transparencia y derecho de acceso a la información como elementos indispensables para revitalizar y robustecer la vigencia de la democracia” (Peschard, 2018). En concreto, el concepto de transparencia se refiere a “la divulgación de la información que producen las organizaciones públicas y que es útil para monitorear o evaluar las acciones/decisiones de los gobiernos” (Merino, 2018).

La incorporación del derecho al acceso a la información es, relativamente, nuevo en México. El recuento que realizan Peschard y Merino comienza en 1977 cuando se reformó la Constitución y se añadió este derecho. Sin embargo, no se materializó en los hechos sino hasta junio de 2002 cuando se aprobó la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFAIPG), en el periodo de gobierno de la primera alternancia política en el Ejecutivo de la nación.

Sin embargo, para los partidos políticos la apertura de la información se explica desde otra óptica. De acuerdo con Giménez, el punto de partida se encuentra en la reforma electoral de 1996 que cambió, entre otras cosas, la fórmula para dotar a los partidos políticos de recursos públicos “bajo un criterio que combina un 30% de asignación igualitaria con el 70% proporcional a la votación obtenida” (Giménez, 2016), a fin de tener una competencia más equitativa y “evitar que los partidos recurrieran a modalidades de financiamiento ilícito”. Adicionalmente, dice Giménez, “se establecieron previsiones legales que ordenaban a los partidos presentar a la autoridad electoral un informe a detalle sobre los ingresos públicos y privados recibidos, los gastos realizados y un mandato a la Comisión de Fiscalización del IFE para auditar esos informes”. A partir de 1998 el Consejo General del IFE (hoy INE) recibe anualmente informes de los partidos, quienes por primera vez ofrecieron información y datos “sólidos, respaldados y verificables” al público; y la autoridad electoral tuvo la “iniciativa pionera”, dice Giménez, de hacerlos públicos a través de internet. Estos informes, permitieron realizar análisis comparado sobre la manera en la que cada partido utilizaba los recursos asignados, así como de las aportaciones privadas. Cuatro años más tarde, en 2002, la LFAIPG obligó la publicación y disposición de dichos informes y permitió que cualquier ciudadano solicitara a la autoridad electoral “la información relativa al uso de los recursos públicos que reciban los partidos políticos y las agrupaciones políticas nacionales” (artículo 11 de la LFTAIPG).

De acuerdo con el análisis que realiza Giménez, esta primera aproximación a la transparencia partidaria, era limitada, debido a que por un lado, no se trataba de “una obligación jurídica de las organizaciones políticas, sino de la autoridad electoral” y adicionalmente, “limitaba el acceso únicamente a la información relacionada con los ingresos y gastos que estuviera en poder de la autoridad electoral”, quien además hacía pública la información una vez que concluyera el procedimiento de fiscalización, es decir, “pasaba más de un año entre el ejercicio del gasto ordinario y de campaña, y el momento en que una persona podía tener acceso a la información”, lo cual implicaba que la información era consultada

“cuando ya había perdido mucha de su significación política y de la opinión pública” (Giménez, 2016).

En 2007 se reformó el artículo 6º constitucional y se estableció el derecho de acceso a la información como fundamental, asimismo se amplió la gama de sujetos obligados a todos los entes públicos. No cabía duda de que los partidos políticos quedaban entre los sujetos obligados. Con lo cual, a finales de ese mismo año se añadió el debate de la transparencia de los partidos políticos en la discusión de la reforma electoral, lo que dio como resultado la inclusión de un capítulo denominado “De las obligaciones de transparencia de los partidos políticos” en el Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales (Cofipe). De acuerdo con Giménez, se ampliaron “los conceptos de información financiera y patrimonial que los partidos debían hacer pública, pero de nueva cuenta se establecía la limitación de que los datos correspondientes sólo estarían accesibles a partir de que concluyesen los procedimientos de fiscalización del IFE”.

A continuación de la reforma electoral, el IFE aprobó en agosto de 2008 un nuevo Reglamento de Transparencia que “además de precisar las obligaciones del propio Instituto, detallaba los procedimientos de acceso a la información partidista y las modalidades con las que los partidos cumplirían con las nuevas obligaciones” (Giménez, 2016). Además, en el Reglamento se especificaron las obligaciones que los partidos debían publicar a través de las páginas web de los partidos políticos, lo que permitió que el Instituto llevara un registro del grado de cumplimiento de obligaciones por parte de los partidos políticos.

Estas reformas significaron avances significativos en la transparencia y acceso a la información en los partidos políticos (Giménez, 2016):

- Se establecieron los mecanismos de acceso a la información y su operación.
- Todos los partidos desarrollaron estructuras de comunicación interna para responder con los requerimientos y plazos señalados en el Reglamento del IFE.

- Todos los partidos añadieron una sección específica destinada a la publicación de las obligaciones de transparencia.
- Se establecieron lineamientos para la administración de los archivos de los partidos políticos (artículo 42 del Cofipe).

Sin embargo, aún quedaron trechos por recorrer:

- Las asimetrías en los distintos niveles de organización de los partidos (federal, estatal y municipal), derivado de “debilidades organizativas y de comunicación interna de los partidos”.
- Las confusiones resultado de las controversias sobre la legislación de transparencia a la cuál debe responderse, es decir, local o nacional.
- “La falta de una tradición de cuidado sistemático de archivos partidistas”. Los “lineamientos de archivo para partidos políticos emitidos por el IFE no han podido realmente ponerse en práctica” (Giménez, 2016).
- Por último, si bien las obligaciones de transparencia han estado disponibles a través de las páginas de internet “se requiere de un trabajo permanente de actualización de la información. Dada la intensa dinámica de actividad política-partidista, sin una estructura permanente para la atención de información de oficio, lo que se avanza en un momento puede perderse rápidamente” (Giménez, 2016).

En mayo 2015 se aprobó la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP), en dicha Ley se fortalece la transparencia partidista y se incluyen una serie de obligaciones específicas para los partidos políticos.

iii. Principios rectores de la transparencia

Pasado este breve recuento histórico de la transparencia y el acceso a la información pública en México, resulta medular hacer referencia a las condiciones mínimas de la transparencia, las cuales deben estar presentes en todos los instrumentos normativos a fin de contar con políticas efectivas para el acceso a la

información. Los principios rectores de la transparencia se han señalado en convenciones y tratados internacionales como la jurisprudencia de la Convención Americana sobre Derechos Humanos de 1969, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de 2000 y la Ley Modelo Interamericana sobre Acceso a la Información emitida por el Consejo Permanente de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en 2010, como lo señala Peschard en su libro *Transparencia: promesas y desafíos*.

Se trata de dos principios, igualmente simples como complejos:

- A. El principio de máxima divulgación. “Busca garantizar el mayor acceso posible a la información que es de interés público y estableciendo restricciones de manera fundada, motivada y limitada, además de que sólo debe hacerse en aquellos rubros que sea estrictamente necesario, en razón de un interés público superior”. Este principio, además, conlleva a que “los documentos no sólo sean susceptibles de ser fácilmente localizados y consultados, sino también que estén en un lenguaje llano, comprensible para los lectores, sean o no expertos en la materia” (Peschard, 2018).

- B. El principio de buena fe. El cual parte de la base de que los sujetos obligados estén activamente involucrados en el cumplimiento de la ley, “su actuación, en todo momento, estará guiada por la preservación del derecho de acceso a la información como elemento vital para la supervivencia democrática. Parte también de una noción de confianza y legitimidad pública que evidentemente debe fortalecerse con mecanismos institucionales, a fin de contener y frenar la inclinación natural del poder hacia el secreto y para evitar que las leyes sean sólo instrumentos formales sin traducción real en la práctica social cotidiana.” (Peschard, 2018)

iv. Internet: transparencia y participación ciudadana

Nos encontramos ante un escenario diversificado de acceso a la información y, por tanto, a una población más expuesta a un sinnúmero de fuentes, datos, imágenes, videos, etc, a través de internet y el uso masivo de redes sociales. En este sentido, es importante destacar que hace más de un par de décadas, internet ha ido permeando todos los ámbitos y ha llevado a las instituciones y organizaciones de cualquier naturaleza a desarrollar *estrategias digitales*, es decir, estrategias de comunicación a través de portales de internet, micrositios, blogs, páginas y perfiles en redes sociales, canales de video comunicación, etc; y han aprovechado (o no) la relación directa con los ciudadanos que posibilita este medio.

Se trata de una herramienta con un éxito incomparable: es accesible en todo momento, las 24 horas del día los 365 días del año. No es necesario revelar la identidad para acceder a información y servicios. Se pueden consultar un sinnúmero de fuentes y los individuos discriminan libremente. Hoy, prácticamente toda organización, empresa, institución, gobierno cuenta con una página de internet.

También, es el medio de comunicación más eficiente para que las instituciones pongan a disposición permanente del público la información pública de oficio que han dictado las diversas legislaciones en materia de acceso a la información pública. Actualmente, la LGTAIP en el artículo 60 establece “la obligación de los sujetos obligados de poner a disposición de los particulares la información a que se refiere este Título en los sitios de Internet correspondientes de los sujetos obligados y a través de la Plataforma Nacional.”

Por otro lado, el uso creciente de internet y, en particular, de las redes sociales en todos los ámbitos, ha propiciado un aumento en la participación ciudadana. Esta afirmación tiene sustento en los siguientes datos del Estudio de hábitos de internet de la Asociación de internet.mx:

- Hay 82.7 millones usuarios de internet en México, lo cual corresponden a un 71% de penetración entre la población de personas mayores a 6 años. La tasa ha sido creciente desde 2006 y esto se intensifica en la medida en que se añaden tecnologías más accesibles a la población, como lo son los teléfonos inteligentes.
- La actividad principal de los usuarios de internet en México es “acceder a redes sociales” con el 83%, de las cuales las más utilizadas son Facebook (98%), Whatsapp (91%), Youtube (82%), Instagram (57%) y Twitter (49%).
- El 92% de los navegantes (en 2017) afirmó que busca información relacionada con el proceso electoral de 2018. Asimismo, “casi 6 de cada 10 entrevistados, consideran que internet los acerca a los procesos democráticos en México” y los principales medios para buscar información relacionada con los comicios fue redes sociales (97%), sitios de noticias (79%) y buscadores (74%), entre otros.
- La información más buscada por los internautas se concentró en: propuestas de campaña (85%), actores políticos (77%), líderes de opinión/analistas (77%), casos de corrupción (71%), transparencia (71%), logros en campaña/candidatos (65%), errores de campaña/candidatos (59%) y partidos políticos (56%).

Asimismo, la penetración de las tecnologías de información y comunicación sumado a la evolución del concepto de transparencia y el acceso a la información han abierto nuevas puertas de uso y expresión y, por tanto, de análisis. Una de estas puertas, que desde la óptica del planteamiento de este trabajo resulta fundamental, es el *gobierno abierto*, el cual comenzó a dar sus primeros frutos durante la administración de Barak Obama en Estados Unidos, durante la cual había un profundo interés y compromiso en “crear niveles de apertura gubernamental sin

precedentes [...]. La Apertura fortalecerá nuestra democracia y promoverla la eficiencia y eficacia en el Gobierno” (Obama, 2009), a partir de tres principios:

- El gobierno debe ser transparente: “la transparencia promueve la rendición de cuentas y provee a los ciudadanos información sobre lo que su gobierno hace. La información en manos del Gobierno Federal es un activo nacional”. El compromiso de Obama implicaba, por un lado, hacer públicos los cuerpos de información en manos del gobierno en formatos accesibles y reutilizables y, por el otro, que las agencias gubernamentales tuvieran toda la disposición de recibir retroalimentación de los ciudadanos a fin de identificar aquella información susceptible de ser reutilizada.

- El gobierno debe ser participativo: “la participación ciudadana mejora la efectividad gubernamental y mejora la calidad de sus decisiones”. La administración de Obama, a través de esta política, buscaba contar con un gobierno que formulara políticas públicas con el conocimiento, información y experiencia colectiva.

- El gobierno debe ser colaborativo: “la colaboración posibilita un involucramiento activo en la gestión gubernamental”. Para ello las instituciones gubernamentales debían crear y utilizar herramientas, métodos y sistemas innovadores a fin de lograr una colaboración efectiva entre los ciudadanos y las agencias públicas.

La Métrica de Gobierno Abierto del CIDE, define *gobierno abierto* como “aquel que es transparente, que busca la participación y colaboración de sus ciudadanos, que rinde cuentas y que provee acceso a información que, idealmente, debe ser presentada en formatos abiertos” (Cejudo, 2017). Se trata de una práctica que “ha implicado un cambio del proceso, modo y patrón de gobierno, de su relación con la sociedad, del paso de la cooperación a la colaboración y co-creación, así como del tipo de transparencia colaborativa y proactiva” (Mariñez, 2017). En la práctica, el gobierno abierto ha significado la oportunidad de crear nuevo conocimiento y

aplicación a partir de las bases de datos de acceso libre que los gobiernos ponen a disposición de los ciudadanos a través de plataformas electrónicas, de tal suerte que la información que normalmente se encuentra almacenada en las máquinas de los servidores públicos puede ser aprovechada de diversas formas que los ciudadanos pueden proponer.

Los párrafos anteriores, son una muestra de que la oferta en internet es enorme, la cantidad de fuentes e información para consultar es casi infinita. Los oferentes de información (organizaciones) compiten con un sinnúmero de opciones que los usuarios discriminan de diversas formas: colores, contrastes, tipografías, direcciones electrónicas, diseño, dificultad para navegar, extensión de los textos, etc. En palabras de Nielsen, “si un sitio es difícil de utilizar, la gente lo deja. Si una página de inicio falla en comunicar lo que la organización ofrece y lo que los usuarios pueden hacer en el sitio, la gente lo deja. Si los usuarios se pierden en el sitio, lo dejan. Si la información del sitio es difícil de leer o no contesta las preguntas clave del usuario, ellos se van. [...] Existe una gran cantidad de sitios disponibles; el abandono es el primer recurso de defensa para los usuarios que encuentran una dificultad.” (Nielsen, 2000).

Resultado de ello diversos autores y organizaciones que han analizado la conducta de los usuarios de internet han desarrollado una serie de recomendaciones, estándares y lineamientos que buscan evitar que los visitantes de un sitio se encuentren con obstáculos o dificultades para navegar los portales de internet y así disminuir la tasa de abandono. Estas recomendaciones han sido retomadas en este trabajo para crear un instrumento que busca identificar qué tanto los partidos políticos desarrollan estrategias digitales pensadas en sus visitantes a fin de acercarse más a ellos y generar vínculos de confianza que, incluso, propicien una mayor participación política.

Capítulo III: Metodología

El propósito principal de esta tesis es presentar un instrumento de evaluación de la estrategia digital de las instituciones públicas mexicanas, en concreto de los partidos políticos, a fin de identificar su grado de evolución (presencial, informativo, transaccional, interactivo), así como el uso e implementación de criterios y estándares que facilitan el acceso a la información.

El instrumento que se describe en las páginas a continuación permitirá saber en qué medida los partidos políticos desarrollan estrategias digitales para generar vínculos de mayor confianza con la sociedad. Adicionalmente, se podrá conocer qué tipo de estrategias digitales implementan y en qué ponen mayor énfasis.

Cabe señalar que este instrumento solo evalúa los portales de los partidos políticos y sus redes sociales, por tanto no está relacionado con otra fuente de información que permita inferir correlaciones con otros factores; realizar un estudio con usuarios finales e, incluso, grupos de enfoque con una población amplia y con diversos perfiles podría ayudar a encontrar relaciones causales entre la confianza que dichos usuarios experimentan, en tanto se cumple con estas variables. Sin embargo, el alcance de este trabajo no contempla esa etapa.

i. Universo

El instrumento de evaluación se aplicará a los portales principales de los partidos políticos nacionales de México, las direcciones web que se encuentran en el cuadro a continuación. Así como a las redes sociales, cuyos vínculos se ofrecen a través de esos portales.

Cuadro 1. Partidos y portales.

	Partido	Portal
1	Partido Acción Nacional	http://www.pan.org.mx

2	Partido Revolucionario Institucional	http://pri.org.mx/
3	Partido de la Revolución Democrática	http://www.prd.org.mx/
4	Partido del Trabajo	http://partidodeltrabajo.org.mx/
5	Partido Verde Ecologista de México	https://www.partidoverde.org.mx/
6	Movimiento Ciudadano	https://movimientociudadano.mx/
7	Morena	https://morena.si/

Fuente: elaboración propia con base en la información del portal del INE. <https://www.ine.mx/actores-politicos/partidos-politicos-nacionales/>

ii. Clasificación de indicadores

El Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital (IEED) está dividido en cuatro niveles analíticos que van de lo general a lo particular. Está organizado de esta forma a fin de identificar los grandes temas que un portal debe cumplir para contar con una estrategia digital completa y exitosa. Cada tema se subdivide en categorías, las cuales analizan un conjunto de características o funciones relevantes para el tema. A su vez, las categorías están compuestas por un conjunto de indicadores, los cuáles evalúan por medio de una serie de variables o criterios la presencia o ausencia de los atributos necesarios que debe tener un portal a fin de que obedezcan con estándares, recomendaciones y lineamientos para el diseño de sitios web.

Esquema 1. Niveles analíticos del instrumento.



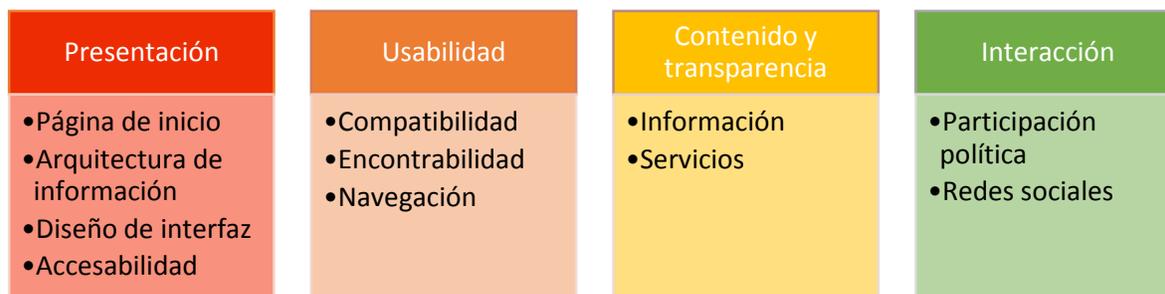
Fuente: elaboración propia.

Cada componente del instrumento está fundamentado a partir de la literatura más reciente en evaluación y desarrollo de portales de internet, así como de los

estándares, recomendaciones y lineamientos en sitios web. En este sentido, los criterios definidos para el instrumento provienen de autoridades reconocidas como Jakob Nielsen para las variables de usabilidad; Peter Morville para arquitectura de información y encontrabilidad; el World Wide Web Consortium y el Consejo Nacional para Prevenir la Discapacidad (CONAPRED) para accesibilidad. Para el tema de Interacción se utilizaron los estudios de la ONU y la OCDE. Por último, en contenido, se tomó en consideración la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública combinado con los criterios propuestos por Veglis, Spyridou y Siapera.

En las siguientes páginas se describe cada elemento del instrumento, las subdivisiones y las ponderaciones que se establecieron de acuerdo con la naturaleza de la información de cada tema, así como de la penetración de las diversas tecnologías en la población.

Esquema 2. Temas y Categorías.



Fuente: elaboración propia.

El instrumento consta de cuatro temas Presentación, Usabilidad, Contenido y Transparencia e Interacción. De cada uno de ellos se desprenden categorías por cada tema. Los resultados por tema, categoría e indicador presentarán una calificación o puntuación en una escala del 0 al 10, donde 0 representa la ausencia total del atributo o conjunto de atributos y 10 la presencia total del mismo. En las siguientes páginas se describen los componentes del instrumento, el sistema de evaluación y las fuentes que le dan sustento.

iii. Presentación

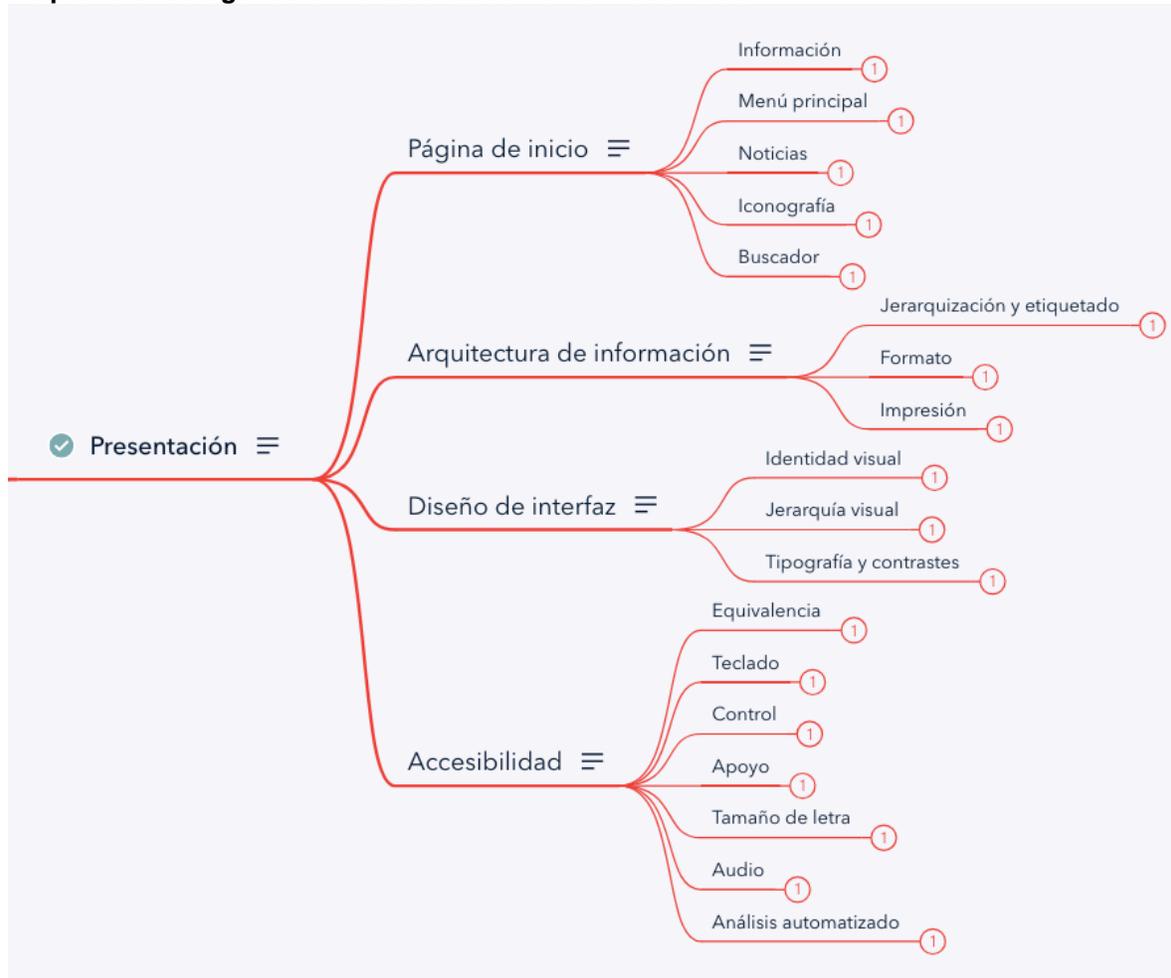
iii.1 Definición

Presentación se refiere a la manera en que se expone la información en un portal de Internet. Esto se refiere, por un lado, a la forma en la que se muestra la estructura temática de un sitio y, por tanto, el orden en el que se sintetiza la información de una organización o institución a fin de que sea comprensible, atractiva y accesible para los usuarios de internet; a este respecto es relevante mencionar que los portales con gran cantidad de información se enfrentan al desafío de simplificarla y colocarla en un lenguaje sencillo. Y, por otro lado, al diseño de la interfaz, por medio del cual se mostrarán todos los elementos informativos e interactivos del portal y donde el usuario realiza acciones concretas. En este Tema, es crítico que el diseño de cada categoría esté adaptada a cualquier tipo de usuario, incluyendo aquellos que tuvieran alguna dificultad física.

iii.2 Sistema de análisis

El tema Presentación se evaluará a partir de 54 variables, de las cuales 53 son dicotómicas y una ordinal en una escala de 0 a 1 (0, 0.5 y 1). Dichas variables están agrupadas en 18 indicadores que a su vez forman parte de 4 categorías como se muestra en el esquema a continuación.

Esquema 3. Categorías e Indicadores del tema Presentación.



Fuente: elaboración propia.

iii.3 Página de Inicio

La página de inicio es la “sección” más importante de un portal de internet. De acuerdo con Jakob Nielsen, es la “cara al mundo” de una empresa, institución u organización. Una página de inicio debe brindar una descripción general de la organización, institución, empresa a la que se está ingresando.

En la página de inicio debe establecerse el propósito general de la organización, explicar quién eres y qué haces. Asimismo, debe permitir a los usuarios encontrar lo que necesitan, al enfatizar la información y contenido prioritario o a través de herramientas de localización de información

(buscador). También es el espacio a través del cual se muestra parte del contenido que se puede encontrar al interior de sus páginas. Y, por último, utiliza un diseño visual que destaca, aunque no define, la lógica de interacción de un portal (Nielsen, 2002).

Para el diseño de este instrumento se consideró a la Página de inicio como una categoría independiente, dada su relevancia en la estructura de un portal de internet. Sin embargo, contempla indicadores que bien podrían estar agrupados en la categoría de Arquitectura de información.

Con base en lo anterior, se elaboraron cinco indicadores para medir la Página de inicio de los portales de los partidos políticos: Información, Menú principal, Noticias, Iconografía y Buscador, los cuales agrupan 19 variables dicotómicas (0 ausencia y 1 presencia) y una ordinal (0, 0.5 y 1). Cada indicador aporta 20% a la categoría y, a su vez, la categoría Página de inicio corresponde al 20% de la calificación del tema Presentación.

iii.4 Arquitectura de Información

La Arquitectura de Información es la combinación de esquemas de organización, etiquetado y navegación que conforma el diseño estructural de la información en un portal de Internet (Rosenfeld y Morville 2002). Un buen diseño estructural debe permitir que las personas usuarias del portal completen fácilmente tareas específicas y accedan a los contenidos de manera intuitiva.

La Arquitectura de información representa la columna vertebral de un sitio web. Organiza y categoriza el inventario de contenidos, le da sentido y lógica, la agrupa y relaciona de forma tal que un usuario, a pesar de no conocer o ver la estructura general del sitio, le permite tener la sensación de que la información está relacionada de manera que “coincida con sus necesidades

y expectativas. Lamentablemente, los usuarios abandonan muchos sitios dado que el contenido/funcionalidad no corresponde a lo que esperaban y experimentan fricciones debido a la mala organización, estructura y/o nomenclatura” (Cardello, 2014).

Dado que la Arquitectura de información es el paso fundamental para definir los componentes de un sitio: diseño, navegación, funcionalidad, herramientas web, es crítico que esté clara y correctamente definida. En suma, de ello depende el éxito o fracaso de un portal, por ello esta categoría aporta un 40% de la calificación global al tema Presentación.

Con base en lo anterior, se elaboraron tres indicadores para medir la Arquitectura de Información de los portales de los partidos políticos: Jerarquización y etiquetado, Formato e Impresión, los cuales agrupan 18 variables dicotómicas (0 ausencia y 1 presencia). Los indicadores de Jerarquización y etiquetado y Formato aportan 40% cada uno a la categoría, mientras que Impresión solo el 20%, esto debido a que se trata de una funcionalidad que no afecta demasiado al resto de los componentes de un portal, sino más al acceso de contenidos. Como ya se mencionó en el apartado de Página de inicio, tanto esa categoría como la de Arquitectura de Información, podrían fusionarse, sin embargo, para esta propuesta se consideraron separados, a fin de enfatizar la importancia de la página de inicio de un portal.

iii.5 Diseño de Interfaz

El diseño de interfaz o diseño visual de un portal de internet se refiere al conjunto de elementos de la pantalla que permiten al usuario realizar acciones sobre el sitio que se visita (Rosenfeld y Morville 2002). En esta categoría serán considerados los elementos de la interfaz que Jacob Nielsen

destaca de un sitio web y que se señalan en la “Guía Digital del Gobierno de Chile” (www.guiadigital.gob.cl):

1. Propósito del sitio. El sitio debe explicar a quién pertenece y lo que es posible hacer en él de manera simple y rápida. Es decir, la identidad gráfica.
2. Sistema de navegación visible y completo. Menús de navegación visibles, identificables y jerarquizados.
3. Mostrar el contenido del sitio. Se debe representar de manera clara, con títulos legibles y con enlaces comprensibles las secciones y contenidos del sitio.
4. Diseño visual para mejorar. El sitio debe utilizar elementos gráficos para ayudar a resaltar sus objetivos y no solo como adornos para rellenar espacio.

La categoría Diseño de Interfaz se evalúa a partir de tres indicadores: Identidad visual, Jerarquía visual y Tipografía y contrastes, los cuales agrupan 7 variables dicotómicas (0 ausencia y 1 presencia). Cada indicador aporta 33% a la categoría y, a su vez, la categoría Diseño de Interfaz contribuye con el 20% de la calificación del tema Presentación.

iii.6 Accesibilidad

De acuerdo con el World Wide Web Consortium (W3C) la “accesibilidad” se refiere a que las personas con discapacidades puedan percibir, entender, navegar e interactuar con la web. Para ello, esta organización ha desarrollado lineamientos estandarizados para que personas con dificultades físicas puedan acceder al contenido de la web (Web Accessibility Initiative, WAI).

Por otra parte, el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación señala que “con el objetivo de garantizar a las Personas con Discapacidad (PCD) el

derecho a la información en igualdad de oportunidad y sin discriminación, asegurando una participación plena y en todos los aspectos de la vida, las instituciones tendrán que incorporar en su normatividad y políticas públicas las provisiones necesarias para atenderlas con base en sus requerimientos” (Conapred, Carpeta Informativa. Presentación: www.conapred.org.mx. Espacio abierto a la inclusión). Para lo cual “es importante que tanto los contenidos como la arquitectura de los mismos dentro de la Web sean comprensibles, para así proporcionar un acceso equitativo en igualdad de oportunidades a las PCD. Un sitio Web accesible puede ayudar a PCD a participar más activamente en la sociedad”.

Para que un sitio en internet sea accesible se debe cumplir con varias condiciones, dos de las más importantes, como lo señala Conapred, son que sea **perceptible** por medio de alguno de nuestros sentidos, y que sea **compatible** con las herramientas de asistencia tecnológica que por lo general utilizan las personas con discapacidades. La iniciativa de accesibilidad (WAI), está dividida en pautas, las cuales están clasificadas en tres categorías de acuerdo al nivel de prioridad. Cada punto de verificación (40) está agrupado en 14 pautas, las cuales tienen asignado uno de los tres niveles de prioridad, de acuerdo a lo siguiente:

- Prioridad 1 o Nivel A: son aquellos puntos que se deben de cumplir. Es un requisito básico, pues ciertos grupos de usuarios con discapacidades no podrán acceder a la información del sitio si no se cumple esta prioridad.
- Prioridad 2 o Nivel AA: son aquellos puntos que se deberían cumplir, de no ser así, ciertos grupos de usuarios con discapacidades tendrían muchas dificultades para acceder a la información.
- Prioridad 3 o Nivel AAA: se trata de aquellos puntos que sería ideal cumplir, de lo contrario las personas con discapacidades tendrían dificultades para acceder a la información.

A continuación se mencionan las 14 pautas en las que se encuentran agrupados los 40 puntos de verificación de acuerdo a la especificación del W3C que utiliza la Conapred (Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web, WCAG 1.0):

- Pauta 1: Proporcione alternativas equivalentes para el contenido visual y auditivo.
- Pauta 2: No se base sólo en el color.
- Pauta 3: Utilice marcadores y hojas de estilo y hágalo apropiadamente.
- Pauta 4: Identifique el idioma usado.
- Pauta 5: Cree tablas que se transformen correctamente.
- Pauta 6: Asegúrese de que las páginas que incorporen nuevas tecnologías se transformen correctamente.
- Pauta 7: Asegure al usuario el control sobre los cambios de los contenidos tempodependientes.
- Pauta 8: Asegure la accesibilidad directa de las interfaces incrustadas.
- Pauta 9: Diseñe para la independencia del dispositivo.
- Pauta 10: Utilice soluciones provisionales.
- Pauta 11: Utilice las tecnologías y pautas W3C.
- Pauta 12: Proporcione información de contexto y orientación.
- Pauta 13: Proporcione mecanismos claros de navegación.
- Pauta 14: Asegúrese de que los documentos sean claros y simples.

Con base en lo anterior se elaboraron un conjunto de medidas agrupadas en 6 indicadores, las cuales permiten evaluar de forma manual la accesibilidad de los portales de los Partidos Políticos: Equivalencia, Teclado, Control, Apoyo, Tamaño de letra, Audio. Asimismo, se utilizará un séptimo indicador llamado Análisis automatizado, el cual verifica las 14 pautas a través de un programa informático (Markup Validation Service, servicio de verificación gratuito de la W3C), los puntos que se comprueban se relacionan

con las reglas de programación del sitio. Cada indicador de Accesibilidad aporta un 14.3% al total de la calificación de la categoría. A su vez, la categoría de Accesibilidad contribuye con el 20% a la calificación total del tema Presentación.

iv. Presentación

iv.1 Definición

Por Usabilidad se entiende la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que los usuarios alcanzan metas específicas en un portal de Internet. En este contexto efectividad se refiere a la eficacia con la que los usuarios alcanzan sus metas, eficiencia a los recursos (tiempo, número de clics, ruta de navegación) utilizados en hacerlo y satisfacción a la reacción afectiva de los usuarios respecto a su experiencia general con el portal.

Jacob Nielsen plantea que la Usabilidad es un atributo de la calidad de un portal que implica qué tan fácil es utilizar una interfaz específica (Nielsen, 2012). Señala cinco componentes fundamentales:

- i. **Aprendizaje:** ¿qué tan sencillo es comprender la estructura y el diseño general del sitio para realizar tareas específicas desde la primera visita y subsiguientes?
- ii. **Eficiencia:** una vez que los usuarios aprenden el diseño, ¿qué tan rápido están listos para completar tareas concretas?
- iii. **Memoria:** cuando los usuarios no regresan al sitio después de un tiempo, ¿cuánto tiempo tardan en restablecer su entendimiento del mismo?
- iv. **Errores:** ¿cuántos errores cometen los usuarios? ¿Qué tan rápido los pueden corregir para continuar con la tarea?
- v. **Satisfacción:** ¿qué tan agradable y fácil de usar es el diseño?

John Cato, por su parte, propone tres criterios adicionales (Cato, 2001):

- A) Control:** los usuarios deben sentir que tienen el control sobre la aplicación.
- B) Habilidades:** los usuarios deben sentir el apoyo del sistema, como complemento del que lo consulta.
- C) Privacidad:** el sistema debe proteger la información de los usuarios.

El factor Usabilidad es de fundamental importancia, sobretodo en portales gubernamentales, ya que una experiencia efectiva, eficiente y satisfactoria de los usuarios es clave para atraer a los ciudadanos a usar los servicios que en ellos se ofrecen.

iv.2 Sistema de análisis

El tema Usabilidad se evaluará a partir de 28 variables, de las cuales 27 son dicotómicas y una ordinal en una escala de 0 a 2 (0, 1 y 2). Dichas variables están agrupadas en 9 indicadores que a su vez forman parte de 3 categorías como se muestra en el esquema a continuación.

Esquema 3. Categorías e Indicadores del tema Usabilidad.



Fuente: elaboración propia.

iv.3 Compatibilidad

Esta Categoría se refiere a la posibilidad de acceder a la información y servicios de una institución u organización desde una variedad de navegadores y dispositivos diferentes. Se intenta establecer hasta qué punto los portales de los Partidos Políticos se visualizan correctamente desde los navegadores más utilizados en Internet (Google Chrome, Safari, Mozilla Firefox²) y por medio de una variedad de dispositivos (computadoras de escritorio, laptop, tabletas, teléfonos inteligentes). Es crítico mencionar que el crecimiento de dispositivos móviles para comunicarse a Internet ha aumentado de manera significativa, tan solo el uso de teléfonos inteligentes es del 89% de acuerdo con datos proporcionados por la Asociación de Internet.mx.

² Statcounter, Global Stats. Navegadores más utilizados de enero a octubre de 2019. <https://gs.statcounter.com>. Google Chrome 75.68%, Safari 11.89% y Firefox 6.02%.

Asimismo, se busca observar qué tanto las organizaciones políticas están invirtiendo en estrategias digitales y para ello se buscará si tienen desarrollada alguna aplicación para equipos móviles en las plataformas de Android y Apple.

Para medir la compatibilidad del portal de internet de los Partidos Políticos se desarrollaron cuatro indicadores: Navegador, Reponsivo, Navegador móvil y aplicaciones. Cada uno de estos indicadores contribuirá con 25 % a la calificación de Compatibilidad y a su vez la categoría aportará con un tercio a la puntuación del tema Usabilidad.

iv.4 Encontrabilidad

El concepto de Encontrabilidad (*findability*) se define como la capacidad de un contenido o sitio de ser encontrado o navegable. Esta categoría busca conocer el grado en que un objeto determinado es fácil de descubrir o ubicar, así como el grado en que el sistema de un portal apoya la navegación y la recuperación de contenidos por los buscadores. La Encontrabilidad es un aspecto crítico para el éxito de un sitio en la web, ya que como plantea Morville “no se puede utilizar lo que no se puede encontrar” (Morville, 1998).

Encontrabilidad se evalúa a partir de dos indicadores: Encontrabilidad externa y Encontrabilidad interna. Cada uno de ellos tiene un peso del 50%. A su vez, la categoría aporta con un tercio de la calificación al tema de Usabilidad.

iv.5 Navegación

La Navegación se refiere a la capacidad del usuario para moverse en un amplio espacio de información. La navegación debe responder tres

preguntas fundamentales: ¿Dónde Estoy? ¿Dónde he estado? y ¿A dónde puedo ir? (Nielsen, J. 2000).

De acuerdo con la Guía Digital del Gobierno de Chile, la Navegación deberá tener las siguientes características:

- **Consistente:** la navegación debe ser similar en todo el sitio, con respecto a la ubicación y posición de los menús e hipervínculos en cada una de las páginas.
- **Uniforme:** se deben utilizar términos similares con el fin de que el usuario confíe en que sus opciones llevan siempre a los mismos lugares en el sitio.
- **Visible:** la navegación debe distinguirse con claridad dentro del sitio, de tal forma que el usuario puede recurrir a ella como si se tratara de una guía permanente.

Para evaluar la navegación en los portales de los Partidos Políticos se diseñaron 3 indicadores: Peso, Ubicación y Ventanas. Cada indicador aportará un tercio a la calificación de la Categoría Navegación y esta, a su vez, aportará un tercio al tema de Usabilidad.

v. Contenido y transparencia

v.1 Definición

El tema de Contenido y Transparencia se refiere a la información fundamental que una organización debe colocar a disposición del público. Por medio de los indicadores y variables de este tema es posible conocer si un partido político pone

a disposición de los usuarios de internet cuál es su objetivo, historia, valores, causas, políticas y bajo qué marco legal operan. Así como saber qué actores están al frente de dicha organización, cuál es su perfil curricular, cuáles son sus funciones y responsabilidades y cómo se pueden contactar. En un nivel más evolucionado de transparencia y apertura de la información, añade elementos para identificar si las acciones de sus miembros son coherentes con la ideología del partido.

“Los portales de los partidos políticos desempeñan un papel crucial en dos aspectos: i. operan como un foro cívico plural facilitando información sobre la voz opositora y aumentan la cantidad de información relacionada con los objetivos y métodos de los partidos a fin de que los ciudadanos interesados puedan acceder a descripciones detalladas sobre las intenciones y políticas del partido. ii. Adicionalmente, funcionan como un canal para la participación política facilitando un vínculo de comunicación entre ciudadanos y partidos” (Spyridoum, Veglis y Siapera, 2009). De acuerdo con estos autores, la estrategia digital de un partido no debe perder de vista que se trata de una herramienta de campaña permanente (“non-stop campaigning”), así como interactiva (“interactive campaigning”). Adicionalmente, proponen un instrumento de evaluación de los portales web de los partidos políticos, en el cual establecen variables de evaluación sobre los aspectos e información que dichos sitios deben cubrir para cumplir con sus objetivos. Para este tema se utilizaron algunas de ellas, en concreto aquellas relacionadas con la provisión información.

En este tema se consideró añadir variables que permitieran identificar el grado de cumplimiento de los partidos políticos de las obligaciones que exige la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP), sin embargo, se decidió retomar la evaluación anual que realiza la organización Nosotrxx con el mismo propósito.

Nosotrxx verifica en una escala ordinal (1, 0.5 y 0) la presencia, parcialidad o ausencia de cada una de las obligaciones de transparencia que dicta la ley, tanto

las generales enunciadas en el artículo 70, como las específicas para partidos políticos que se encuentran detalladas en el artículo 76. También revisa que dichas obligaciones se cumplan tanto en la Plataforma Nacional de Transparencia³, que es el portal de acceso a la información pública de todos los sujetos obligados y que depende del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, así como en los portales propios de cada partido político.

v.2 Sistema de análisis

El tema Contenido y Transparencia se evaluará a partir de 42 variables dicotómicas y tres ordinales en una escala de 0 a 3 para evaluar el grado de evolución de los servicios digitales (3 para los casos que cuentan con el servicio digital completo, 2 para el proceso parcial, 1 cuando únicamente se muestra la información y 0 cuando no hay nada). Dichas variables están agrupadas en 9 indicadores que a su vez forman parte de 2 categorías como se muestra en el esquema a continuación.

Esquema 5. Categorías e Indicadores del tema Contenido y Transparencia.



Fuente: elaboración propia.

³ Plataforma Nacional de Transparencia <https://www.plataformadetransparencia.org.mx/web/guest/inicio>

v.3 Información

Como se mencionó en la definición del tema, la categoría Información se refiere a aquellos contenidos que permiten acceder a la información básica de una organización política. Internet ofrece la oportunidad a organizaciones y usuarios de transmitir y conocer el contenido sin la intermediación de otros actores que interpreten, etiqueten o añadan opiniones a la información. Adicionalmente, permite proveer de noticias e información política actual, así como las posturas generales de la organización y las acciones concretas de sus líderes (Spyridoum, Veglis y Siapera, 2009).

Se realizó una selección de los contenidos más relevantes para una organización política tomando en consideración las variables propuestas por Spyridoum, Veglis y Siapera. Además, se revisaron las obligaciones de transparencia que dicta la Ley a fin de identificar aquellas que deben estar más accesibles al usuario, independientemente de si se visita o no la sección de transparencia.

Otra característica de esta categoría es que se añadió un grupo de variables para identificar si el portal del partido permite que el usuario verifique la “coherencia política” entre los principios partidistas y las acciones concretas de sus miembros. Es decir, que además de conocer los principios partidistas, sea posible acceder a las participaciones de los legisladores en la cámara, por ejemplo, y saber si estos actúan de acuerdo con dichos principios. No se evalúa si hay coherencia, sino la existencia de mecanismos para comprobarla a través de la disponibilidad de una agenda de actividades, publicación de intervenciones y votación legislativa.

Por último, se añadió una variable para identificar si los partidos políticos cuentan o no con estrategias de apertura de información. Esto responde a la

obligatoriedad que establece la misma LGTAIP en el artículo 59 donde se establece “la implementación de mecanismos de colaboración para la promoción e implementación de políticas y mecanismos de apertura gubernamental”. Si bien los partidos políticos no son instituciones gubernamentales, si son susceptibles de tener en sus manos datos e información en formatos abiertos, entendidos como los “datos digitales de carácter público que son accesibles en línea que pueden ser usados, reutilizados y redistribuidos por cualquier interesado” (LGTAIP, Artículo 3º, numeral VI).

Los principios fundamentales del Gobierno Abierto que se encuentran sintetizados en la sección de Gobierno abierto de la Biblioteca de la CEPAL (Alianza para el Gobierno Abierto, 2011) son:

1. **Transparencia:** la información sobre las decisiones y el quehacer gubernamental deben ser abiertas, completas, oportunas, gratuitas y de fácil acceso para el público. Esto asume que la información debe estar en parámetros y estándares comúnmente reconocidos y que puedan ser accesibles y reutilizables a través de herramientas tecnológicas.
2. **Participación Ciudadana:** los gobiernos deberán buscar que la ciudadanía se interese e involucre en el debate público, proveyendo los canales apropiados y mediante contribuciones que conduzcan a una gobernanza más efectiva, innovadora, responsable y que atienda las necesidades de la sociedad.
3. **Rendición de cuentas:** prevé la existencia de normativas, procedimientos y mecanismos para que los servidores públicos justifiquen sus acciones, reaccionen a requerimientos y/o críticas que se les planteen, y asuman la responsabilidad por sus actos u omisiones.

4. Innovación y Tecnología: proveer a la ciudadanía un acceso cada vez más abierto a las nuevas tecnologías.

Estos principios son aplicables a la estructura y responsabilidad de los partidos políticos y se encuentran reflejados en las variables que incorpora el instrumento aquí desarrollado. Sin embargo, a fin de identificar si existe alguna característica desarrollada o implementada *exprofeso* para satisfacer una estrategia de “partido abierto” se añadió un indicador para observar si existen cuerpos de información en formatos abiertos.

Para evaluar la Información en los portales de los partidos políticos se diseñaron 8 indicadores: Información básica, Estructura, Marco legal, Dirigentes y funcionarios, Titulares ejecutivos, Representantes legislativos federales, Coherencia política y Partido abierto. Cada indicador aportará una octava parte a la calificación de la Categoría Información, excepto en los casos en los que el partido no cuente con titulares de ejecutivos, y esta, a su vez, contribuye con el 50% de la puntuación al tema de Contenido y transparencia.

v.4 Servicios

Una de las características más emblemáticas de internet es que las organizaciones pueden brindar servicios en línea de manera automatizada y directa. Por ello se incorporaron variables que permitan identificar aquellos servicios que los partidos políticos pueden poner a disposición de los usuarios, al menos de manera parcial, como es el caso del registro de afiliados, voluntarios o representantes.

Para evaluar la categoría de Servicios en los portales de los partidos políticos se diseñó un indicador: Servicios digitales. Este indicador se compone de tres variables ordinales que en promedio representan la calificación total de la

categoría, la cual contribuye con el 50% de la puntuación al tema de Contenido y transparencia.

vi. Interacción

vi.1 Definición

Interacción se refiere a la comunicación entre ciudadanos y organizaciones a través de internet. En particular, se trata de identificar las herramientas de los portales de los partidos políticos que permiten que ciudadanos usuarios de la web establezcan contacto con el partido, sus funcionarios, líderes, representantes para expresar sus puntos de vista y obtener información adicional a la existente en el portal.

la Interacción puede ser entendida como una etapa en el desarrollo de las instituciones, como lo expresan Sandoval Almazán y Gil García, en la que ocurre una gran cantidad de intercambios entre los ciudadanos y las instituciones debido a que los ciudadanos usuarios pueden encontrar información que resuelva sus necesidades e intereses.

Aunque en el inicio del desarrollo de estrategias web la oferta estaba orientada a brindar información por medio de portales de internet hacia una ciudadanía pasiva, en la actualidad existe una tendencia global a que los portales aumenten su capacidad para interactuar con los usuarios. Así las organizaciones pueden conocer quiénes son los usuarios de su información, qué necesitan y cómo pueden involucrarse para mejorar las propias organizaciones. Este análisis proviene del estudio y desarrollo del gobierno electrónico y puede observarse, por ejemplo, en “Rethinking E-Government Services: User-Centered Approaches” (OCDE 2009) y en la encuesta de gobierno electrónico bianual que realiza Naciones Unidas (e-Government Survey), donde se insiste en que los portales de Internet públicos

deben ofrecer múltiples mecanismos para que las personas usuarias interactúen con las instituciones.

Las Naciones Unidas, de hecho, describen una ruta de desarrollo evolutiva para portales gubernamentales, aplicable a cualquier tipo de organización y que comprende cuatro etapas:

1. Informativa: los portales de las instituciones proveen información sobre las políticas, leyes, regulaciones, documentos y servicios. Los portales ofrecen ligas a otras dependencias u organismos de interés para el ciudadano.
2. Optimización de los servicios de información. Aquí se ubican los portales que proveen comunicación con los ciudadanos en una sola vía. Por ejemplo, se ofrecen formatos en línea para servicios que pueden ser almacenados en la computadora del ciudadano. Generalmente estos portales tienen audio y video.
3. Servicios transaccionales: Los gobiernos se vinculan con los ciudadanos a través de una comunicación de doble sentido. Esto incluye la recepción de solicitudes de información y otras peticiones, así como de opiniones y sugerencias sobre las políticas y el desempeño de la institución.
4. Conexión de servicios: las instituciones son proactivas en la solicitud de opiniones y sugerencias por parte de los ciudadanos, utilizando herramientas interactivas como Web 2.0 (redes sociales). Los servicios y las soluciones que se ofrecen a los ciudadanos corren de manera transversal a las diferentes partes (oficinas) que componen a la institución. La institución traslada la información, los datos y el conocimiento a través de aplicaciones integradas. Los servicios que se ofrecen están estructurados con base en los eventos que ocurren en un ciclo de vida y segmentados en grupos para proveer servicios hechos a la medida. Las instituciones crean un ambiente

que empodera a los ciudadanos para que se involucren más con las actividades de las instituciones públicas para tener voz en la toma de decisiones.

vi.2 Sistema de análisis

El tema Interacción se evaluará a partir de 19 variables dicotómicas agrupadas en 6 indicadores que a su vez forman parte de 2 categorías como se muestra en el esquema a continuación.

Esquema 6. Categorías e Indicadores del tema Interacción.



Fuente: elaboración propia.

vi.3 Participación política

Esta categoría considera únicamente las herramientas que permiten la comunicación en dos vías, en concreto que ponen a disposición del usuario elementos que posibilitan la participación, como establecer contacto con el partido, líderes y representantes, así como comentarios, encuestas, voto electrónico, chats, blogs y petición electrónica.

Para evaluar la categoría de Participación política en los portales de los partidos se diseñaron dos indicadores: Contacto y Herramientas interactivas.

Cada indicador aporta el 50% de la puntuación a la categoría, la cual, a su vez, contribuye con la mitad de la calificación al tema Interacción.

vi.4 Redes sociales

El uso de redes sociales tanto de individuos como de organización e instituciones es creciente. De acuerdo con datos del Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México (Asociación de Internet.mx, 2019), la actividad principal que realizan los usuarios en internet es acceder a redes sociales (82%).

Por otro lado, las redes sociales más utilizadas por los usuarios de internet son Facebook (98%), Youtube (82%) y Twitter (49%). Cabe señalar que para este ejercicio se eligieron aquellas redes sociales en las cuales es posible elaborar perfiles, páginas o canales para difundir información o videos con contenido noticioso y que propician el debate. Las redes sociales de Whatsapp (91%) e Instagram (57%) no fueron consideradas pues no cumplen con esas características.

Esta categoría está orientada a conocer si las organizaciones tienen cuentas oficiales en dichas redes sociales y si son activos. Por último, es importante identificar si existe relación entre las redes sociales y el portal, es decir, que el contenido que se difunde a través de redes sociales es del portal y si este, a su vez, se alimenta de alguna manera de las discusiones o diálogos en redes sociales, tanto para atraer visitantes, como para observar si hay una estrategia articulada entre ambas plataformas.

Para evaluar la categoría de Redes sociales en los portales de los partidos políticos se diseñaron cuatro indicadores: Facebook, Twitter, YouTube y Vínculo portal y redes sociales. Cada indicador aporta una cuarta parte de la



puntuación a la categoría, la cual, a su vez, contribuye con la mitad de la calificación al tema Interacción.

Capítulo IV: Análisis cuantitativo

En las siguientes páginas se presentan los resultados de la evaluación de cada uno de los portales de los siete partidos políticos nacionales que tienen registro ante el Instituto Nacional Electoral⁴, a partir de la revisión de las variables del Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital para Partidos Políticos.

La revisión se realizó durante los meses de julio y agosto de 2019 y considera las versiones de los portales publicadas en ese periodo, cualquier ajuste posterior que se realice a los sitios web de los partidos no está considerado en la revisión.

Los resultados serán analizados desde dos ópticas que se irán alternando en el texto, la primera, desde los temas, categorías e indicadores y la segunda, a partir de los partidos políticos y su desempeño en el instrumento. La intención de hacerlo de esta manera es, primero, saber cuáles son las áreas en las que es necesario tomar medidas más urgentes de manera transversal, es decir, identificar lo que es común a todos o a la mayoría de los casos, independientemente del tamaño o la ideología del partido. Y por el otro, observar comparativamente el desempeño de cada partido y si existe alguno que invierta más en su estrategia de portales y en qué temas e indicadores.

Como se menciona en el apartado metodológico, los resultados que se presentan a continuación muestran una calificación o puntuación de los temas, categorías e indicadores en una escala del 0 al 10, donde 0 representa la ausencia total del atributo o conjunto de atributos y 10 la presencia total del mismo.

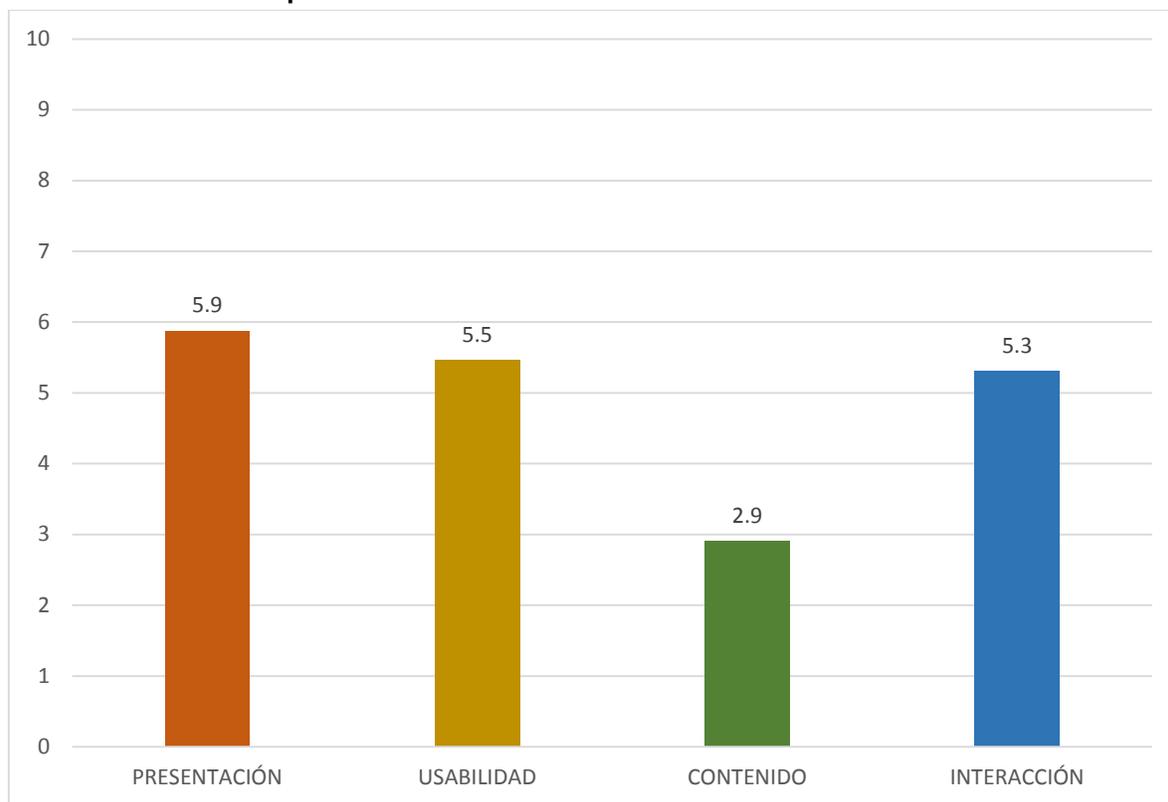
Adicionalmente, durante la revisión se realizaron impresiones de pantalla y observaciones que confirman y ejemplifican los resultados. Las más relevantes se

⁴ INE. Partidos Políticos Nacionales. <https://www.ine.mx/actores-politicos/partidos-politicos-nacionales/>

añadirán al texto a fin de ilustrar con ejemplos concretos los hallazgos de la revisión de los portales de los partidos políticos nacionales.

La siguiente gráfica muestra los puntajes de la evaluación por tema. En ella se observa que los cuatro temas analizados tienen puntuaciones reprobatorias, sin embargo, el que menor puntuación alcanzó es el de Contenido y Transparencia con 2.9 puntos y el tema que mayor puntaje alcanzó fue Presentación, aún así el puntaje es reprobatorio (5.9).

Gráfica 1. Resultados por tema.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Los puntajes que se presentan en la Gráfica 1 muestran portales de mala o mediana calidad, lo cual puede deberse a que los partidos políticos no invierten en su estrategia de portales, más específicamente, en el desarrollo de contenido y material digital o porque, simplemente, lo hacen mal.

En las siguientes páginas se realizará descripción analítica de cada uno de los temas, categorías e indicadores. Conforme el análisis lo requiera se insertará el desempeño de los partidos, así como ejemplos concretos de los portales revisados. Con este detalle se podrá conocer cuáles son las áreas que necesitan mayor atención en la estrategia web de los partidos políticos, así como los ámbitos más urgentes de mejora.

i. Presentación

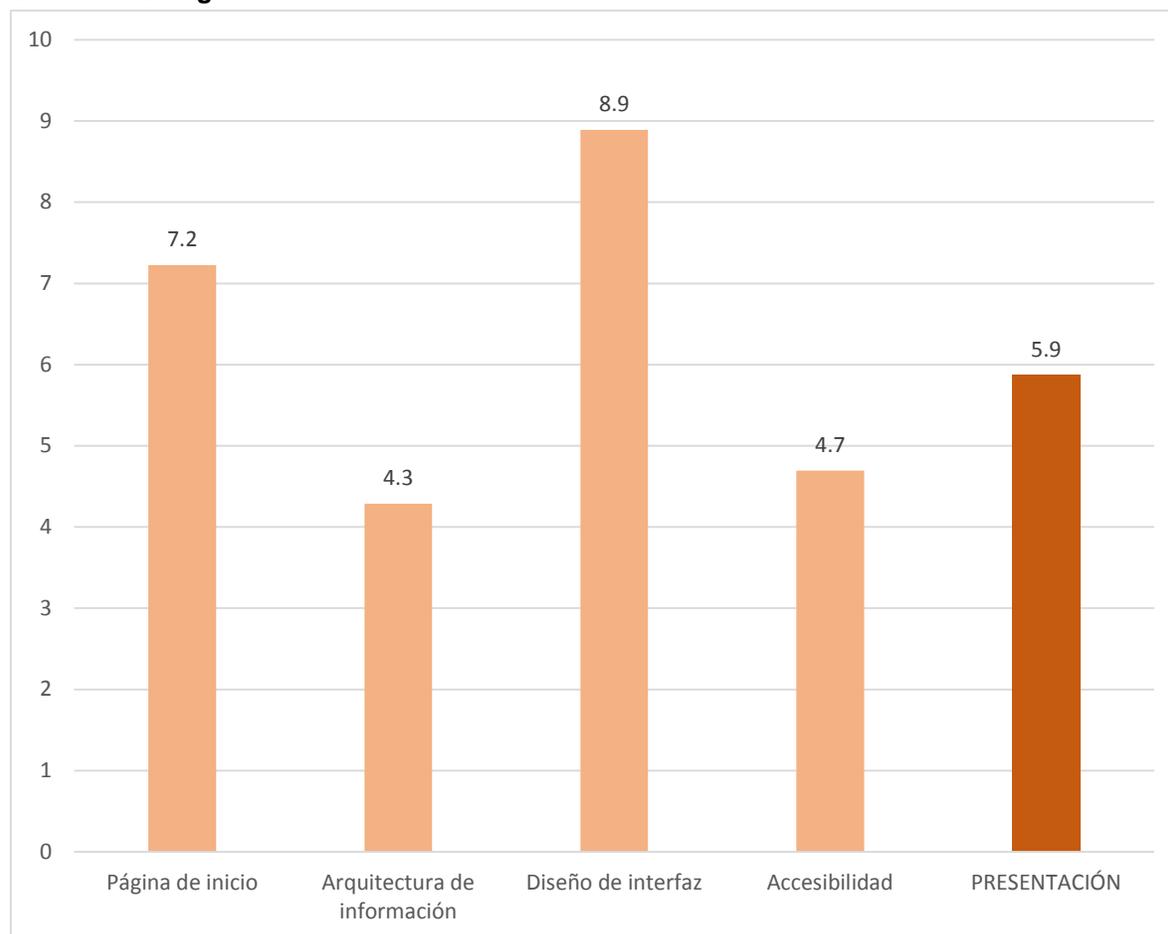
Por Presentación se entiende la forma en que se despliega la información en un portal electrónico. Esto se refiere, por un lado, a la manera en que se muestra la estructura temática, donde los portales con gran cantidad de información enfrentan el desafío de simplificarla. Por otro lado, al diseño de la interfaz, por medio de la cual se mostrarán todos los elementos del portal y donde el usuario podrá realizar acciones concretas. Es fundamental que el sitio esté adaptado a cualquier tipo de usuario, incluyendo aquellos que tuvieran alguna dificultad física.

El tema Presentación obtuvo una calificación promedio de todos los partidos de 5.9, se trata de una puntuación baja y seria, dado que incluye la categoría de Arquitectura de Información y Página de inicio, elementos clave en el diseño y desarrollo de un portal web.

Como se menciona en el apartado metodológico, el tema Presentación es el único que tiene categorías ponderadas. Esto responde a que la Arquitectura de información es la médula espinal de una página web, se trata del punto de arranque a partir del cual se define el resto de los elementos, es decir, la página de inicio, la lógica de navegación, el diseño gráfico, las herramientas de interacción, etc. Dado esto, es crítico que cumpla con ciertos criterios básicos a fin de que el resto de los componentes de un portal digital estén correctamente articulados, de no ser así, la gravedad de un error en esta categoría es mayor, que en el resto. Por ello,

Arquitectura de información tiene una ponderación de 40%, mientras que Página de inicio, Diseño de interfaz y Accesibilidad tienen una ponderación del 20% cada una.

Gráfica 2. Categorías del tema Presentación.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

La Gráfica 2 muestra las puntuaciones de las categorías que componen el tema Presentación, en ella se observa que la categoría de Arquitectura de información obtuvo la calificación más baja. De acuerdo con la metodología de este instrumento, dicha puntuación tiene consecuencias graves para una página web, pues implica que el resto de los componentes de un portal están montados en una estructura endeble.

En el Cuadro 1 se observa que la categoría Arquitectura de Información está compuesta por indicadores que, a su vez, están ponderados: Jerarquización y

etiquetado (40%), Formato (40%) e Impresión (20%), a fin de dar mayor énfasis a los elementos más relevantes y simultáneamente no castigar la calificación por la carencia generalizada de formatos adecuados para imprimir contenidos del portal.

Cabe señalar que la definición del tema Presentación es aún un trabajo por ajustar pues, para este análisis se tomó la decisión de mantener independiente el indicador Página de inicio, con el objetivo de aislar el resultado y a su vez, dar mayor énfasis al primer espacio (página de inicio) a través del cual se expresa la Arquitectura de información y cuya misión es atraer al usuario y llevarlo a profundizar en la navegación. Sin embargo, muchas de las variables que componen este indicador corresponden a indicadores y variables que naturalmente son parte de la Arquitectura de información y por tanto sería conveniente, más adelante, evaluar la incorporación del indicador Página de inicio en la categoría Arquitectura de información y observar cómo se comporta el instrumento. En esta primera evaluación, se mantuvo como un elemento separado.

Cuadro 2. Categorías e indicadores del tema Presentación.

Indicador	Variable	Puntuación
Página de inicio	Información	6.5
	Menú principal	8.9
	Noticias	6.4
	Iconografía	7.1
	Buscador	7.1
	Página de inicio	7.2
Arquitectura de información	Jerarquización y etiquetado	6.4
	Formato	4.3
	Impresión	0.0
	Arquitectura de información	4.3
Diseño de interfaz	Identidad visual	9.3

	Jerarquía visual	7.9
	Tipografía y contrastes	9.5
	Diseño de interfaz	8.9
Accesibilidad	Equivalencia	4.3
	Teclado	7.9
	Control	8.6
	Apoyo	10.0
	Tamaño de letra	0.7
	Audio	1.4
	Análisis automatizado	0.0
	Accesibilidad	4.7
Total		5.9

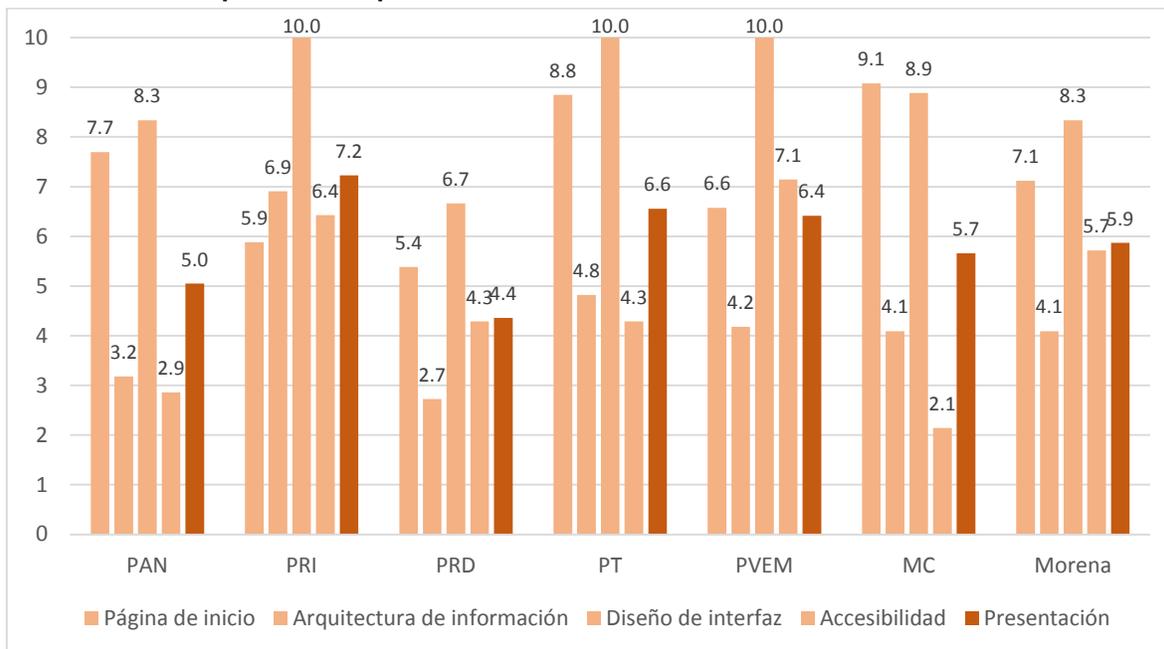
Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

i.1 Página de inicio y Arquitectura de información

Resulta interesante observar cómo Página de inicio (7.2) alcanza una puntuación considerablemente mayor a Arquitectura de información (4.3). Lo cual permite concluir que las organizaciones ponen más atención al desarrollo de una página de inicio atractiva y bien organizada y no a los componentes que definen y le dan estructura lógica e intuitiva a todo el portal y que además se sostenga a lo largo de la estructura y el contenido final.

El partido que tuvo mejor desempeño en Arquitectura de Información fue el PRI con 6.9 puntos, seguido del PT con 4.8 puntos, como se observa en la Gráfica 3.

Gráfica 3. Desempeño de los partidos en el tema Presentación.



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

El portal del PRI cuenta con información jerarquizada de forma deductiva, adicionalmente, los títulos y pestañas coinciden, por lo que el usuario sabe qué contenido visita en todo momento, los acrónimos y abreviaturas están acompañados de su significado completo. Adicionalmente, cuenta con un espacio de preguntas frecuentes la cual se muestra en la siguiente imagen, lo cual permite que el usuario identifique rápidamente información que puede ser de su interés.



PREGUNTAS FRECUENTES

- 1** **¿Es posible conocer los Estatutos del PRI?**
Sí, todos los documentos básicos del Partido (Estatutos, Programa de Acción, Declaración de Principios, Plataforma Electoral, Código de Ética y Reglamentos) son públicos y están disponibles en la siguiente dirección:
<http://pri.org.mx/SomosPRI/NuestroPartido/Documentos.aspx>
- 2** **¿Cuáles son los requisitos y el procedimiento para afiliarse al PRI?**
Los únicos requisitos son: ser ciudadano mexicano mayor de 18 años y tener credencial de elector vigente. Acudir al módulo de afiliación más cercano de tu Comité Municipal o Estatal, o bien al Comité Ejecutivo Nacional, donde se llenara un formato de afiliación y se entregara un documento o credencial que la acredite.
- 3** **¿Cómo sé si estoy afiliado al PRI?**
Puedes verificarlo en la base de datos: Miembros afiliados.
<http://pri.org.mx/SomosPRI/NuestroPartido/MiembrosAfiliados.aspx>
- 4** **¿Cómo me puede ayudar el Partido para gestionar un apoyo?**
Es deber de la Secretaría de Gestión Social responder a las demandas sociales de sus militantes; asesorar y, en su caso, gestionar ante las instituciones gubernamentales la debida atención a estas. Puedes enviar tu petición directamente a la siguiente dirección:
<http://pri.org.mx/SomosPRI/Mensajes/Mensajes.aspx>
- 5** **¿Cómo puedo participar en las campañas?**
Puedes participar haciendo proselitismo y difusión de nuestro programa político, o como representante de casilla, debes acercarte a tu Comité Directivo Estatal, en el primer caso a la Secretaría de Organización y en el segundo a la de Elecciones. Si lo que te interesa es hacer activismo digital, puedes ponerte en contacto con la Secretaría de Estrategias Digitales.
- 6** **¿Quién me puede proporcionar información sobre sus candidatos?**
Para cualquier consulta relacionada con los recursos y procesos del partido, actos administrativos o candidatos, puedes solicitar la información a través del Instituto Nacional Electoral (INE), que puso a disposición de la ciudadanía el sistema INFOMEX, por medio del cual puedes solicitar toda la información pública.
<http://ciudadania.ife.org.mx/infomex/ActionInitSAILoginINFOMEX.do>
- 7** **¿Dónde puedo consultar las convocatorias para candidatos a cargos de elección popular?**
Las convocatorias para cargos de elección popular en el ámbito local, previa aprobación del Comité Ejecutivo Nacional y del Consejo Político Nacional, serán publicadas en los Estrados del Comité Directivo Estatal, y en el ámbito nacional, en los Estrados de la Comisión Nacional de Procesos Internos y en la sección Estrados Digitales de la página WEB del partido.

Fuente: sección de contacto, apartado de preguntas frecuentes

<http://pri.org.mx/SomosPRI/mensajes/mensajes.aspx>

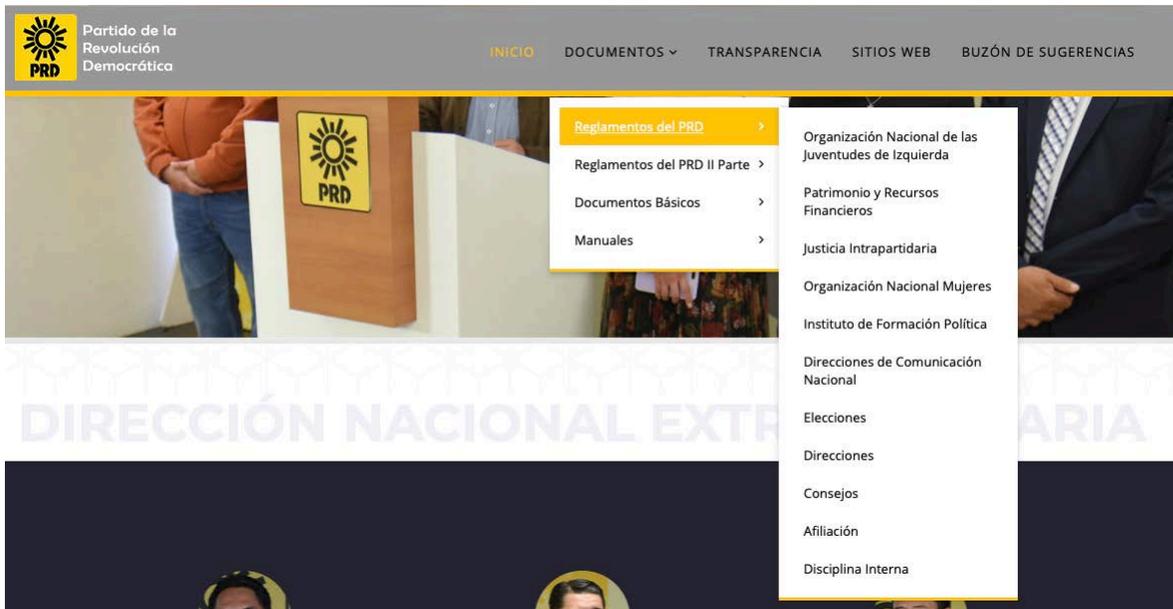
Por otro lado, es destacable que, al navegar en las distintas secciones del portal del PRI, se encontraron elementos de navegación que resultan un buen apoyo para el usuario, por ejemplo, en la sección de *Nuestro partido > Miembros afiliados* hay un buscador específico para encontrar miembros del partido como se muestra en la imagen a continuación. Aunque, es importante destacar, que no cuenta con un buscador general para todo el portal.



Fuente: Nuestro partido > Miembros afiliados

<http://pri.org.mx/SomosPRI/NuestroPartido/MiembrosAfiliadosA.aspx>

Por el contrario, el partido con más baja puntuación en Arquitectura de información fue el PRD: tiene pocos contenidos y los pocos que hay, en su mayoría, están en formato PDF o JPG, sin advertencias sobre el tamaño, formato y peso de los archivos, además, dichos documentos se abren en nuevas pestañas del navegador. En la siguiente imagen es posible observar el menú de navegación de dicho partido, cabe señalar que cada componente del menú, que se observa en la imagen siguiente, lleva a un documento en formato PDF o a alguna imagen fija.

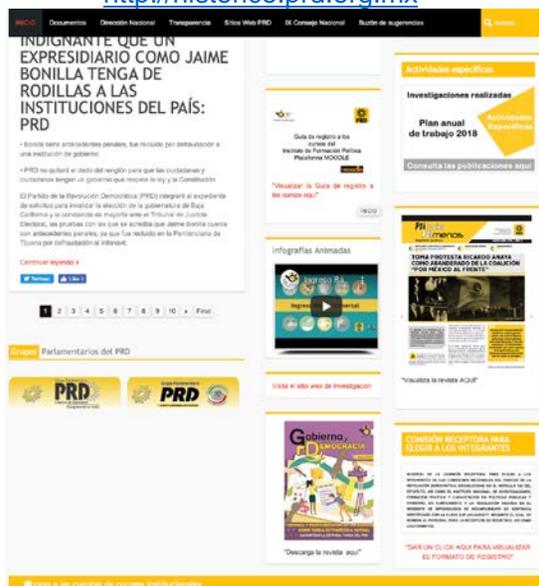


Fuente: Página de inicio del PRD. Todos los vínculos del menú llevan a documentos PDF.
<http://www.prd.org.mx>

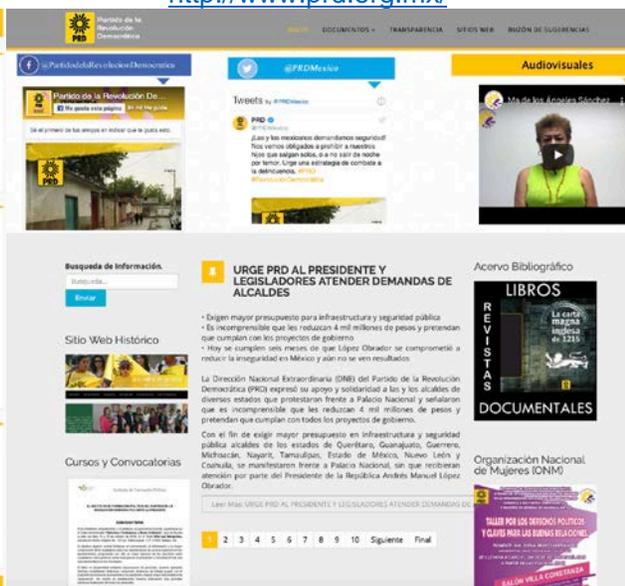
En este sentido, es importante destacar que tanto el formato PDF como JPG, impiden la identificación rápida de información, así como la indexación en los buscadores; adicionalmente, las descargas de PDF entorpecen la velocidad de la red, además de que se corre un alto riesgo de que los usuarios, sobre todo aquellos con poca experiencia, se pierdan en la navegación y, por tanto, no puedan regresar al portal de origen.

Adicionalmente, el portal del PRD cuenta con un exceso de elementos promocionales que impiden discriminar la información relevante de la que no es. En este punto vale la pena señalar que en el periodo que se realizó la revisión de las variables e indicadores a la redacción de este documento, el partido realizó una actualización de su portal, sin embargo, por lo observado, los problemas persisten. En las siguientes imágenes se muestra el diseño anterior y el nuevo, en ellas es posible observar cómo el portal del PRD, aún en su nuevo diseño, mantiene una serie de elementos promocionales que dificultan la identificación y lectura del contenido sustantivo:

Sitio anterior PRD
<http://historico.prd.org.mx>



Sitio actual PRD
<http://www.prd.org.mx/>



i.2 Diseño de interfaz

Se trata de la categoría que mayores puntuaciones alcanzó (8.9). En términos generales se observó una identidad visual clara y consistente en los portales de los partidos políticos. Con jerarquías visuales correctamente distribuidas, con economía de anuncios publicitarios, así como una tipografía, contrastes y patrones adecuados de tal suerte que la lectura y el acceso a los contenidos es apropiado. En este punto, fueron tres los partidos que alcanzaron la máxima puntuación: PRI, PT y PVEM. A continuación, se muestran ejemplos destacables de estos sitios; en la imagen del portal del PRI, se eligió la sección de *Reglamentos*, donde es posible observar los colores e identidad del diseño, el cual permite que los usuarios sepan que están en un espacio seguro y con respaldo organizacional:

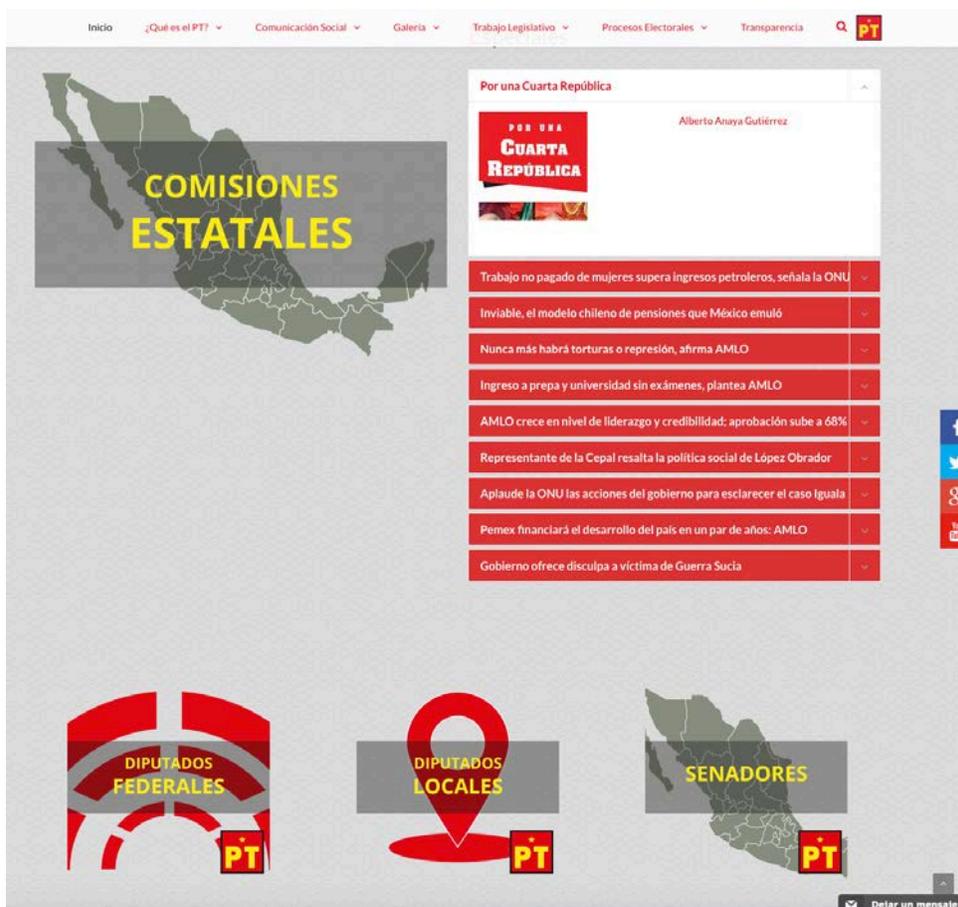


glamentos vigentes.



Fuente: Reglamentos. PRI.
<http://pri.org.mx/SomosPRI/NuestroPartido/Reglamentos.aspx>

Por otro lado, el portal del PT como se observa en la imagen siguiente, presenta servicios de alto impacto como lo es la búsqueda interactiva de comisiones estatales, búsqueda de diputados federales, locales y senadores, con una clara identidad visual del partido.



Fuente: Página de inicio. PT.
<http://partidodeltrabajo.org.mx/2017/>

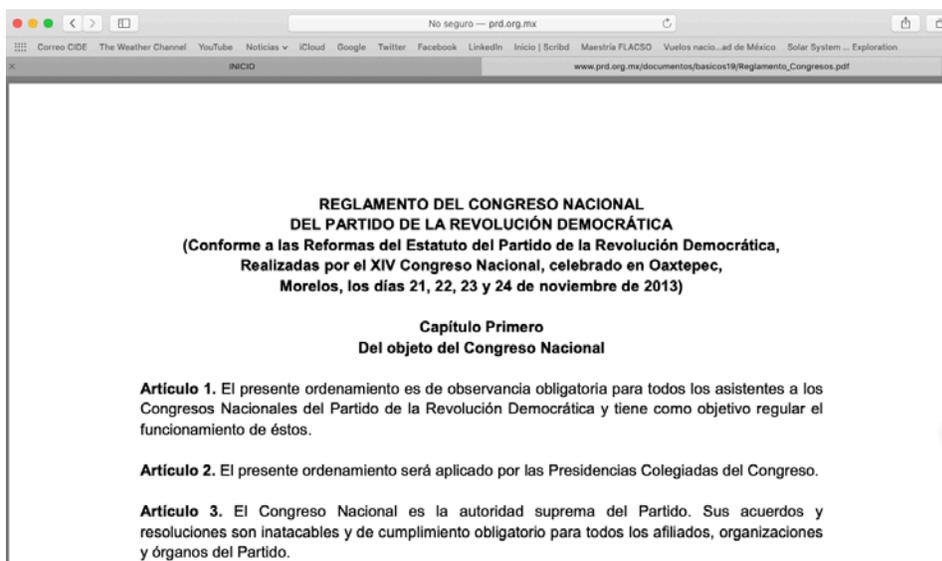
Finalmente, la imagen a continuación muestra como el portal del PVEM presenta la historia del partido de una forma amigable a través de una infografía tipo “línea de tiempo” que permite interactividad con el usuario y hace más atractivo el contenido sustantivo, además mantiene la identidad visual del partido.



Fuente: Historia. PVEM.

<https://www.partidoverde.org.mx/historia-partido-verde>

Por otro lado, el portal que menor calificación obtuvo en Diseño de interfaz fue el PRD con 6.7 puntos. Esto debido a que la página de inicio y los pocos contenidos internos están atiborrados de promocionales que abruman la mirada del usuario y dificultan distinguir lo relevante de lo que no lo es, como ya se mencionó anteriormente. Asimismo, al tener tantos contenidos en formato PDF que se abren en nuevas pestañas (como se muestra en la imagen), hace que se pierda la navegación original, así como la identidad del sitio.



Fuente: Reglamento del Congreso Nacional del Partido.

http://www.prd.org.mx/documentos/basicos19/Reglamento_Congresos.pdf

i.3 Accesibilidad

Se trata de una categoría que comúnmente tiene bajas puntuaciones, debido a que implica una complejidad técnica significativa. Debe implementarse durante el desarrollo de un sitio y cualquier ajuste al mismo debe contemplar elementos de programación alineados a las pautas de la W3C, como se menciona en el apartado metodológico. En promedio, los portales de los partidos políticos, alcanzaron una puntuación de 4.7 en Accesibilidad.

Los partidos que obtuvieron mejores puntuaciones fueron el PVEM (7.1) y el PRI (6.4). Esto debido a que en ambos casos fueron identificados las variables de etiquetas alternativas para iconografía e imágenes, las cuáles son relevantes para usuarios con dificultades visuales que deben utilizar lectores automatizados; navegación a través del teclado, control del usuario sobre elementos con movimiento automatizado, componentes de apoyo al usuario durante la navegación y sobre todo en elementos complejos, y, por último, audio para lectura en algunos contenidos de la sección de noticias.



CELEBRA EL PRI CON VENDEDORAS POR CATÁLOGO, ELIMINACIÓN DE IMPUESTO

- Trabajando en equipo, con las mujeres que obtienen ingresos con esa actividad, se logró impedir que se les cargara un nuevo impuesto, dijo Alejandro Moreno, Presidente del CEN del PRI.
- El pueblo de México es un pueblo trabajador, echado para adelante, y "hoy queremos certeza, certidumbre, que haya buena salud, buena educación, y seguridad", expresó.

Alejandro Moreno, Presidente del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del Partido Revolucionario Institucional, afirmó que, para el PRI, "primero México y las familias mexicanas", por lo que en la nueva etapa del instituto político "le damos voz a quienes no tenían voz, y escuchamos a todos", y por eso se encabezó la lucha para evitar que se creara un impuesto a las mujeres que obtienen ingresos para sostener a sus familias con las ventas por catálogo.

Argumentó que el PRI tiene un enorme compromiso con las mujeres, y destacó que el pueblo de México es un pueblo trabajador, echado para adelante, y "hoy, queremos certeza, certidumbre, que haya buena salud, buena educación, y seguridad".

En un encuentro con mujeres que se dedican a esa actividad, celebrado en la sede nacional del partido, ratificó que el PRI será un partido firme, crítico, combativo y constructivo, porque "siempre estamos por el respeto, por convocar al diálogo y por respetar a las instituciones, por construir lo mejor para México".

Expresó que las mujeres y los hombres que obtienen un ingreso adicional o que sostienen a sus familias con las ventas por catálogo, cuentan con el apoyo y el respaldo del PRI. "Cuando trabajamos juntos y en equipo, no se permitió que se pusiera este impuesto. Y eso es porque levantaron la voz", argumentó.

Por eso, agregó Alejandro Moreno, "en el PRI les damos voz y escuchamos a las mujeres, a los jóvenes, a los adultos mayores, a nuestros hermanos indígenas, a todos, porque éste es un partido moderno, digital, tecnológico".

Expresó: "Queremos decirles que estamos impulsando una nueva etapa en el PRI. Comparto con ustedes que yo soy como ustedes. Yo no tuve



Fuente: Comunicado del PRI.

<http://pri.org.mx/SomosPRI/SaladePrensa/Nota.aspx?y=34993>

De acuerdo con lo que se muestra en la imagen anterior, el portal del PRI cuenta con una serie de herramientas de accesibilidad como modificar el tamaño de la letra, cambiar el contraste o escuchar el audio de la nota. Cabe señalar que durante la evaluación se identificaron los íconos de estas herramientas, sin embargo, no funcionaban correctamente y por ello esta variable no registró puntuación.

Por el contrario, el portal que menor calificación registró en Accesibilidad fue el de MC (2.1), lo cual se debe a que únicamente se observaron dos variables de la categoría: navegación parcial a través del teclado y apoyo para elementos complejos.

Por último, es importante mencionar que todos los portales presentaron errores en el análisis automatizado del portal a través de la herramienta Markup Validation Service⁵. Dicha herramienta evalúa el código de la página revisada y verifica que

⁵ Markup Validation Service. <http://validator.w3.org>

cumpla con las pautas definidas por la W3C. El cuadro a continuación muestra el número de errores identificados por partido político.

Cuadro 3. Número de errores.

Partido	Errores
PAN	63
PRI	122
PRD	87
PT	28
PVEM	83
MC	13
Morena	25

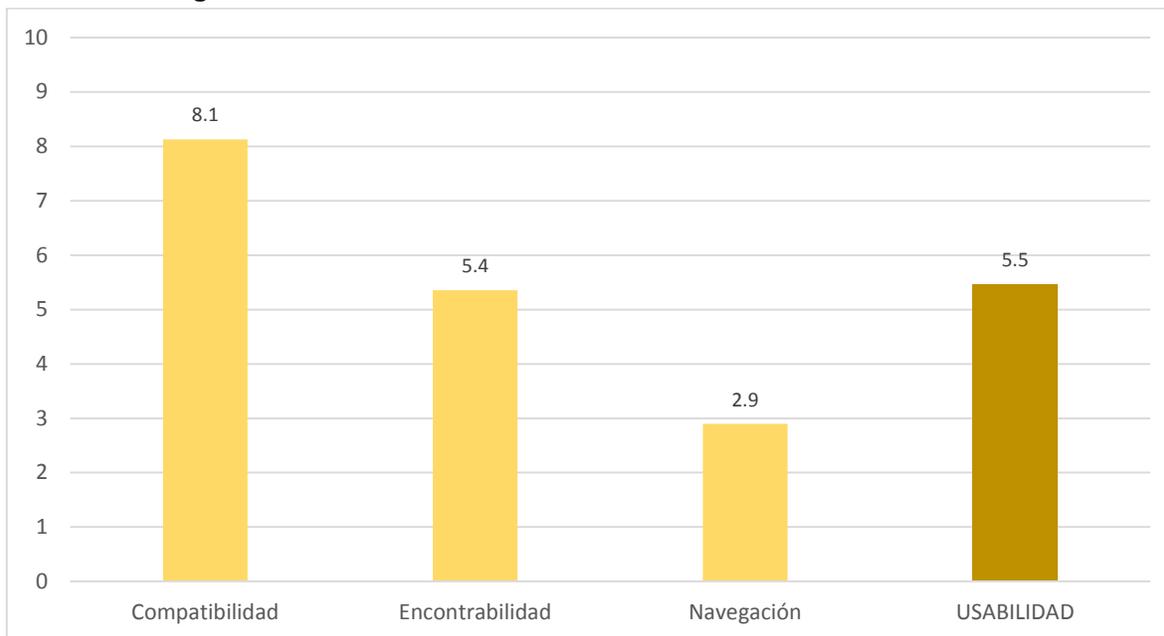
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento.

El Cuadro 2 es evidencia de que, sin importar las herramientas de accesibilidad que se añadan a los portales como audio, modificación del tamaño de la letra, cambio de contrastes, si la programación mantiene estos errores, los portales estarían incumpliendo las pautas recomendadas por la W3C y por tanto no son del todo accesibles para personas con alguna dificultad física.

ii. Usabilidad

Por Usabilidad se entiende la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que los usuarios alcanzan metas específicas en un portal de Internet. En este contexto efectividad se refiere a la eficacia con la que los usuarios alcanzan sus metas, eficiencia a los recursos (tiempo, número de clics, ruta de navegación) utilizados en hacerlo y satisfacción a la reacción afectiva de los usuarios respecto a su experiencia general con el portal.

Gráfica 4. Categorías del tema Usabilidad.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Como se observa en la Gráfica 4 la categoría con mayor puntuación es Compatibilidad y la de menor es Navegación. Esto tiene sentido con el resto del análisis, es decir, los partidos políticos invierten en portales que ponen mayor énfasis en el aspecto estético y de acceso a través a las diversas tecnologías que existen hoy en el mercado (compatible), así como en su portada, sin embargo, al momento de explorarlos se observan sus carencias.

Cuadro 4. Categorías e indicadores del tema Usabilidad.

Indicador	Variable	Puntuación
Compatibilidad	Navegador	10.0
	Responsivo	10.0
	Navegador móvil	8.7
	Aplicaciones	3.8
	Compatibilidad	8.1
Encontrabilidad	Externa	6.4
	Interna	4.3

	Encontrabilidad	5.4
Navegación	Peso	0.0
	Ubicación	2.5
	Ventanas	6.2
	Navegación	2.9
Total		5.5

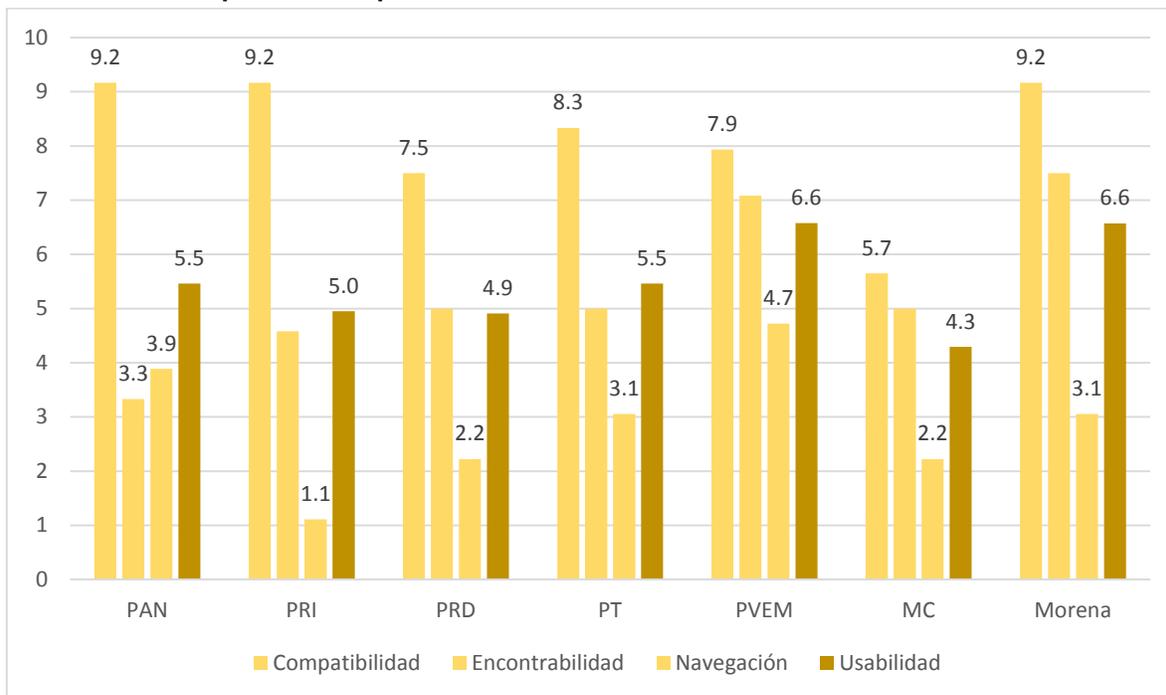
Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

ii.1 Compatibilidad

En el Cuadro 3 es posible observar, que todos los portales son compatibles con los navegadores revisados, Google Chrome, Mozilla Firefox y Safari. También cumplen con la variable Responsivo, lo que significa que la página se adapta al tamaño de pantalla desde la cual se esté visitando el sitio, sin que se rompa el diseño o que el tamaño de la letra sea ilegible.

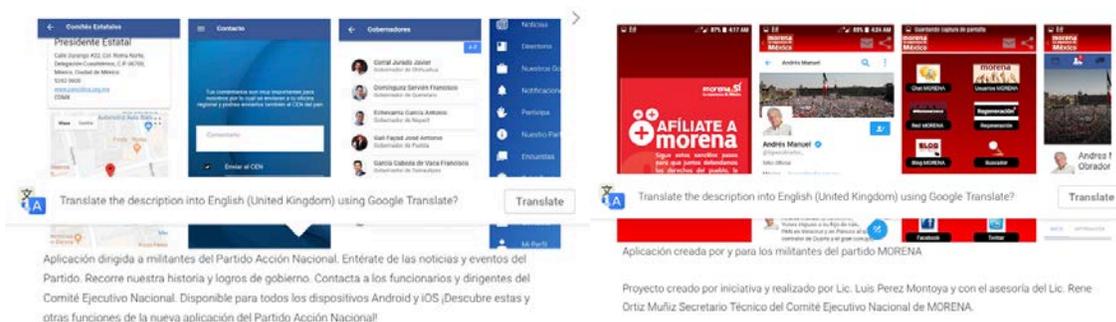
Prácticamente la totalidad de los portales y sus herramientas son accesibles desde navegadores móviles, excepto el PVEM donde algunos de los contenidos no se ajustan al tamaño de la pantalla o no son accesibles desde alguno de los navegadores probados.

Gráfica 5. Desempeño de los partidos en el tema Usabilidad.



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Por otro lado, se encontró que sólo dos partidos políticos no tienen el desarrollo de una aplicación para teléfonos o dispositivos móviles, el PRD y MC, en alguna de las plataformas de iOS o Google Play, el PRD y MC. El resto tiene al menos una aplicación, sin embargo, llama la atención que ninguno de sus portales muestra una lista o vínculo formal de dichas herramientas, para encontrarlas es necesario acceder a las plataformas de Apple y Google y realizar una búsqueda específica. Esto es reflejo de estrategias digitales con productos desarticulados.



Fuente: Google Play, búsqueda de las palabras clave “PAN” y “Morena”.

ii.2 Encontrabilidad

En términos de Encontrabilidad, el área más urgente de atender es que dos de los portales de los partidos políticos, el PAN y el PRI, no cuentan con un buscador general interno y visible que facilite la identificación de la información que al usuario le interesa. En los casos en los que si tienen esta herramienta, se identificó que su funcionamiento no cumple con las características básicas que un buscador debe tener, como corrección de palabras mal escritas y búsqueda avanzada; por otro lado, también se realizaron pruebas para verificar la efectividad de la herramienta y se encontró que solo en dos casos (PVEM y Morena) la hoja de resultados ofrece opciones sobre la arquitectura de información (menú principal) y no, únicamente, sobre el contenido final, lo cual se puede observar en la siguiente imagen del partido Morena.



9 search results for 'convocatorias'

Home > Search results for: 'convocatorias'

PÁGINA

Convocatorias y Avisos

Convocatoria al III Congreso Nacional Ordinario, agosto 2019. Proceso 2017 – 2018
CONVOCATORIA AL QUINTO CONGRESO NACIONAL EXTRAORDINARIO, julio 2018.
CONVOCATORIA CUARTO CONGRESO EXTRAORDINARIO, noviembre de 2017.
CONVOCATORIA CON FE DE ERRATAS, CONSEJO NACIONAL 19 DE NOVIEMBRE 2017
CONVOCATORIA TERCER CONGRESO EXTRAORDINARIO, junio de 2017. FE DE
ERRATAS ORDEN DEL DÍA Convocatoria a la Asamblea Ordinaria...

Mensaje Reciente

LATEST

 **Aviso de privacidad**
SEPTIEMBRE 24, 2019

 **Periódico
Regeneración Mayo**

Fuente: Portal de Morena. Resultado de búsqueda de la palabra clave “convocatoria”.

En algunos casos la hoja de resultados muestra opciones sobre secciones específicas y no del contenido o estructura completa del portal. El caso del PRD es un buen ejemplo de ello, al colocar la palabra transparencia (uno de los temas principales del menú de navegación) en el buscador, la hoja de resultados presenta únicamente opciones de noticias, como se observa en la imagen a continuación.



INICIO Documentos Dirección Nacional Transparencia Sitios Web P

Buscar

Buscar palabras clave:

Todas las palabras Cualquier palabra Frase exacta

Orden:

Buscar solo en: Categorías Contactos Artículos
 Canales electrónicos Etiquetas

Total: encontrados 48 resultados.

Cantidad a mostrar Página 1 de 3

AMLO NO TIENE NADA QUE PRESUMIR CUANDO SUS PROPIOS FUNCIONARIOS MIENTEN EN DECLARACIÓN PATRIMONIAL

Creado el 30 Agosto 2019. Publicado en Principal

... Turismo y Seguro Social lo han transparentado su declaración patrimonial, de intereses y fiscal". Cuestionaron que solo tres secretarios de estado tengan compromiso con la [transparencia](#) y rendición de ...

PRD IMPLEMENTARÁ TODOS LOS ELEMENTOS LEGALES PARA IMPEDIR QUE SE UTILICE EL ESTADO PARA ACALLAR A LA CIUDADANÍA

Creado el 26 Agosto 2019. Publicado en Principal

... de un equipo de profesionistas para la revisión y evaluación de protocolos y carpetas de investigación a efecto de agilizar su trámite y realizar todas las diligencias necesarias para su resolución y [transparencia](#). ...

Fuente: Portal del PRD. Hoja de resultados de la búsqueda de la palabra “transparencia”.

Por otro lado, se realizó una prueba a través de la herramienta *Link Checker*⁶, a fin de verificar si los portales de los partidos tienen vínculos rotos, es decir, contenido que no se abre o muestra una página de error. En ella se observó que todos los sitios revisados tienen al menos un vínculo roto.

⁶ Link Checker. <https://validator.w3.org/checklink>

ii.3 Navegación

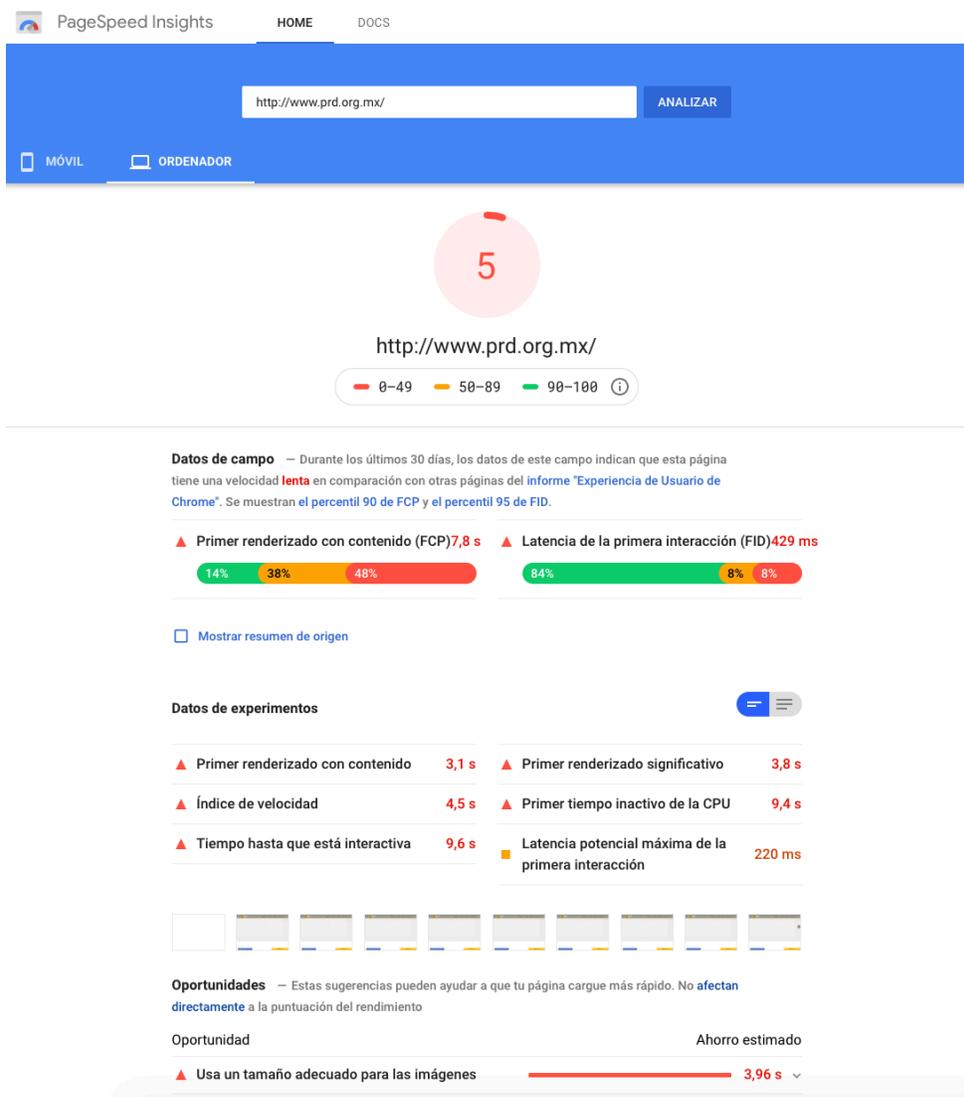
La categoría de Navegación alcanzó una calificación de 2.9, lo cual puede estar asociado con la baja puntuación en Arquitectura de Información (4.3), debido a que la lógica de navegación se explica a partir del establecimiento de la estructura de contenidos, como se detalla en el apartado metodológico. El partido que menor puntuación logró en esta categoría fue el PRI (1.1) y el que más el PVEM (4.7), en todos los casos la puntuación es baja.

En el análisis de cada indicador de la categoría Navegación, llama la atención que ninguno de los portales revisados alcanzó una puntuación adecuada en el tiempo de descarga de los elementos e información de la página principal a través de ordenadores⁷. El portal que estuvo más cerca de rebasar el intervalo de velocidad “lenta”⁸, para moverse a una velocidad “promedio” de descarga fue Morena con 45 puntos como se muestra en la imagen más adelante. Este criterio es relevante en términos de que la característica principal de los usuarios en internet es la impaciencia, por ello, si un visitante no observa rápidamente el contenido o que un portal no se abre y permite interactuar en el, buscarán otras opciones para satisfacer su necesidad.

Por otro lado, entre los portales que obtuvieron una puntuación baja, el que se encuentra en peor situación es el PRD con 5 puntos, como se muestra en la hoja de resultados de la herramienta *Page Speed Insights* que se observa a continuación.

⁷ Page Speed Insight. <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es>

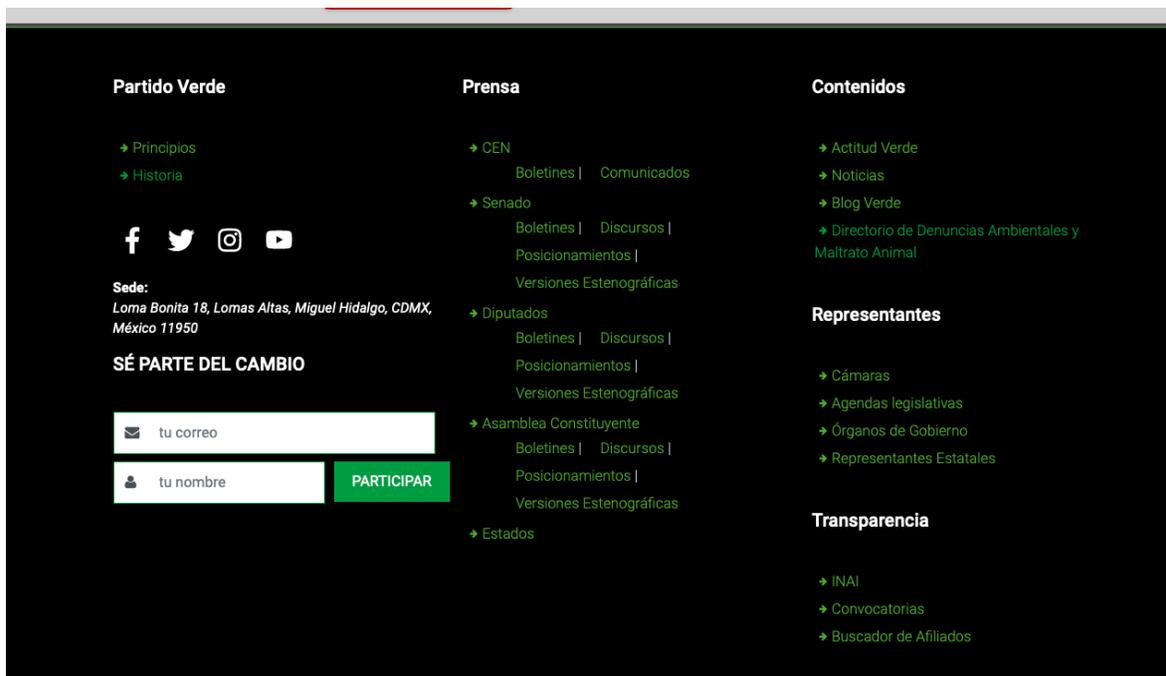
⁸ Los intervalos son: 0-49 velocidad lenta, 50-89 velocidad promedio y 90-100 rápida de descarga de una página web.



Fuente: página de resultados de la prueba de velocidad en ordenadores del portal www.prd.org.mx.

Por otro lado, el indicador de Ubicación (2.5) busca evaluar la capacidad del usuario para moverse en un amplio espacio de información. Asimismo, es el criterio más relevante de la categoría de Navegación, debido a que responde claramente a las tres preguntas fundamentales: ¿Dónde estoy? ¿Dónde he estado? y ¿A dónde puedo ir? (Nielsen, J. 2000). Sin embargo, los portales de los partidos políticos tuvieron una calificación baja en general. El portal mejor evaluado fue el PVEM con 7.5 puntos, gracias a que cuenta con mapa del sitio que se encuentra en la parte inferior de la página y se repite a lo largo de toda la navegación y permite identificar con claridad las categorías y niveles de la arquitectura de información. El portal del

PVEM, no alcanzó el mayor puntaje en este indicador, debido a que no tiene ruta de navegación, la cual es una herramienta que permite conocer, en todo momento, el camino que se ha recorrido y retroceder en caso de que el usuario así lo desee.



Fuente: parte inferior de la página del PVEM www.partidoverde.org.mx.

Finalmente, se observó que prácticamente todos los portales abren contenido, ya sea PDF, micrositos, secciones o herramientas, en nuevas pestañas. Este tipo de navegación pone en riesgo la continuidad de la visita de los usuarios en un portal, pues fácilmente se pierde la navegación. Un usuario con conocimientos intermedios e inexpertos, difícilmente se da cuenta de que se ha abierto una nueva pestaña y que debe moverse entre ellas para volver al portal original.

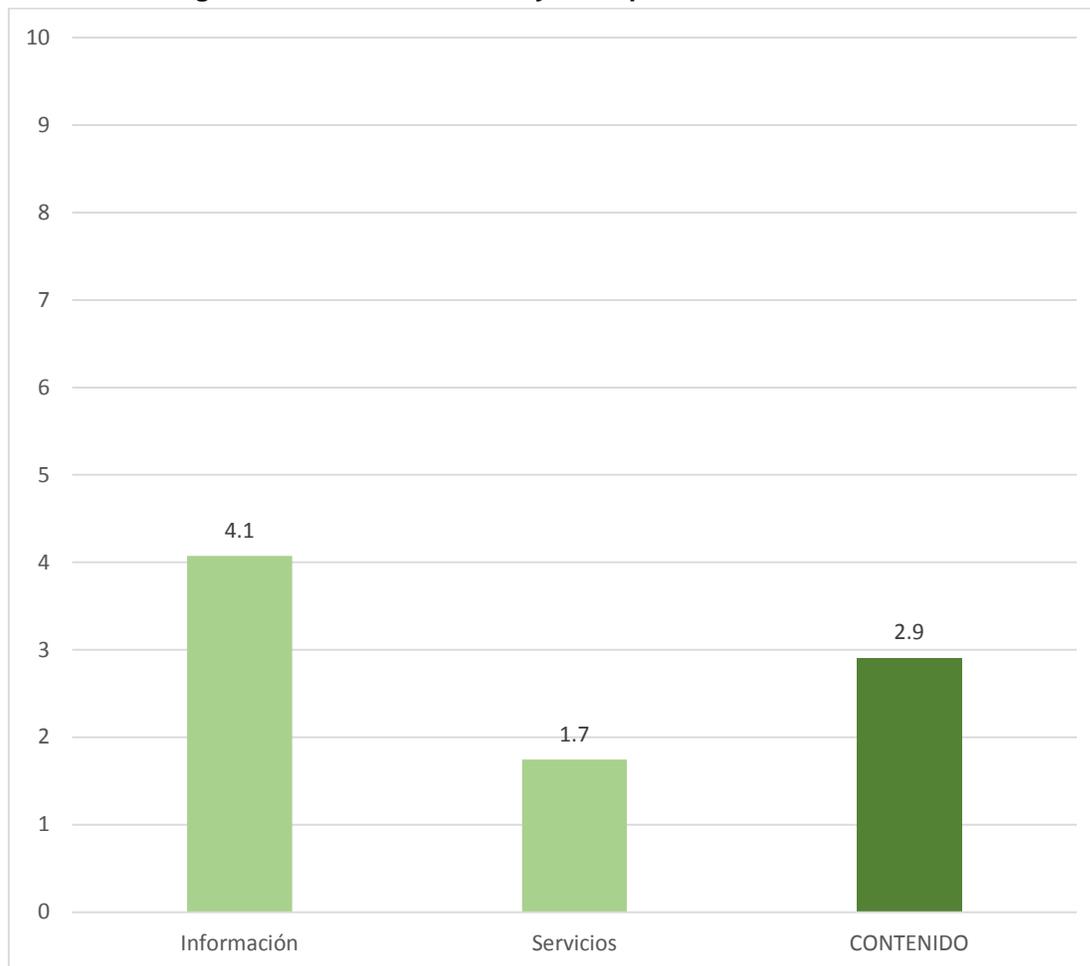


Fuente: navegación en contenidos del portal del PRD.

iii. Contenido y Transparencia

El tema de Contenido y Transparencia se refiere a dos vertientes, la primera, corresponde a la información básica que un portal de partidos políticos debe tener, independientemente de la que están obligados por ley a publicar en sus portales. Así como al conjunto de obligaciones de transparencia de acuerdo con la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, los artículos 70 que se refiere a las obligaciones generales de todos los sujetos obligados y el artículo 76 que corresponde a las obligaciones específicas de los partidos políticos, para ello se utilizó la revisión que realiza anualmente la organización Nosotrxs. Y la segunda, a identificar características o elementos orientados a ofrecer servicios digitales como procesos de afiliación, voluntariado o representantes.

Como se mencionó en la primera parte del análisis de resultados, el área de mejora más urgente es la de Contenido y Transparencia, pues alcanzó una puntuación general de 2.9, como se observa en la gráfica siguiente.

Gráfica 6. Categorías del tema Contenido y Transparencia.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

iii.1 Información

En concreto, los partidos políticos presentan carencias en los contenidos e información relacionada con dirigentes, funcionarios, titulares de ejecutivos y representantes legislativos⁹ como se detalla en la Cuadro 4.

⁹ Esto es en los partidos que ganaron la elección de titulares ejecutivos, tanto en la presidencia como en las gubernaturas estatales.

Cuadro 5. Categorías e indicadores del tema Contenido y Transparencia.

Indicador	Variable	Puntuación
Información	Información básica	8.6
	Estructura	7.1
	Marco legal	8.0
	Dirigentes y funcionarios	2.7
	Titulares ejecutivos	1.9
	Representantes legislativos federales	3.0
	Coherencia política	3.3
	Partido abierto	0.0
	Información	4.1
Servicios	Servicios digitales	1.7
	Servicios	1.7
Total		2.9

Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Los únicos dos partidos que tienen esta información son el PAN y PRI, como se muestra en imágenes a continuación. Sin embargo, estos partidos aún pueden mejorar su oferta dado que, a pesar de que cuentan con más información que el resto, aún es incompleta pues las funciones, currículum y contacto no están presentes en cada uno de los perfiles revisados durante la evaluación.



NUESTROS LÍDERES

Mostrar registros

Buscar en esta sección:



Presidente del CEN del PRI

ALEJANDRO MORENO CÁRDENAS

[f](#) [t](#) [i](#)

Nació en la Ciudad de Campeche. Es licenciado en Derecho.

En el año 2000 fue Síndico del H. Ayuntamiento del Municipio de Campeche.

Fue Diputado Federal en la LIX Legislatura, integrando las comisiones de Juventud y Deporte, Marina; y Seguridad.

Senador de la República en las LX y LXI Legislaturas, en las que fungió como Secretario de la Comisión de Asuntos Fronterizos y Migración, y Deporte. Integrante de las comisiones de Derechos Humanos; Radio, Televisión y Cinematografía; Reforma Agraria y Desarrollo Rural; y Salud.

En 2012 integró la LXII Legislatura de la Cámara de Diputados, en donde fue Presidente de la comisión de Asuntos Fronterizos y Migración, y integrante de las comisiones de Asuntos Frontera Sur-Sureste, Hacienda y Crédito Público; y Marina.

Ha sido Presidente Municipal, Estatal y Nacional del Frente Juvenil Revolucionario, así como Presidente Municipal, Estatal y Nacional de la Juventud Popular Revolucionaria en Campeche.

Al estar en el Comité Ejecutivo Nacional se ha desempeñado como Secretario de Organización (2007-2010).


CEN

Nombre

Correo electrónico

UNIRME

Fuente: Nuestros líderes <http://pri.org.mx/SomosPRI/NuestroPartido/Lideres.aspx>.



Nuestros Gobernadores

	<p>Francisco Arturo Vega de Lamadrid</p> <p>Baja California</p> <p>🐦 f</p>		<p>Carlos Mendoza Davis</p> <p>Baja California Sur</p> <p>🐦 f</p>
	<p>Francisco Domínguez Servién</p> <p>Querétaro</p> <p>🐦 f</p>		<p>Javier Corral Jurado</p> <p>Chihuahua</p> <p>🐦 f</p>
	<p>Carlos Joaquín González</p> <p>Quintana Roo</p> <p>🐦 f</p>		<p>José Rosas Aispuro Torres</p> <p>Durango</p> <p>🐦 f</p>

Fuente: Nuestros gobiernos <https://www.pan.org.mx/nuestros-gobiernos/>.

En el caso de los legisladores del PAN se identificaron herramientas e información más completa con relación al resto, pues se pueden revisar las iniciativas que presenta cada legislador, datos de contacto digital y presencial, trayectoria, comisiones a las que pertenece y contenido multimedia (fotografías, video, audios). La disponibilidad de esta información permite a los usuarios observar la *coherencia política* de los legisladores con respecto a los principios del partido. Es decir, si las acciones, votaciones, propuestas, participaciones que realizan los legisladores están en concordancia con la ideología partidaria.

Senadora Gina Andrea Cruz Blackledge



ESTADO:
Baja California

COMISIONES:

- Presidenta de la Comisión de Relaciones Exteriores América del Norte.
- Integrante de la Comisión de Derechos Humanos.
- Integrante de la Comisión de Estudios Legislativos.
- Integrante de la Comisión de Federalismo y

Desarrollo Municipal.

- Integrante de la Comisión de Relaciones Exteriores.

TRAYECTORIA:

- 2015-2018 Diputada Federal por el Principio de Representación Proporcional.
- 2007-2010 Diputada local en la XIX Legislatura del Congreso de Baja California.
- 2002 2003 Diputada federal suplente en la LVIII Legislatura.
 - Integrante de las comisiones de Gobernación y Seguridad Pública; Justicia y Derechos Humanos; y, Población, Fronteras y Asuntos Migratorios.
- 2007 2010 Diputada local en la XIX Legislatura del Congreso de Baja California.
 - Presidenta de la Mesa Directiva y de la Comisión de Hacienda y Crédito Público.

CONÉCTATE

GinaCruz2018

ginacruz

PRENSA

Comunicados

Fotogalerías

Audios

Videos

OFICINA EN EL SENADO

- Dirección:
Av. Paseo de la Reforma 135,
Hemiciclo Piso 06 Oficina 1, colonia
Tabacalera, delegación Cuauhtémoc,
Cd. de México, C.P. 06030
Teléfono: 01 (52) 55 45 30 00

Fuente: PAN Senado <https://www.pan.senado.gob.mx/integrantes/senadora-gina-andrea-cruz-blackledge/>.

Adicionalmente, no se encontró ningún partido que contemple una sección en la cual se implementen estrategias de apertura de información, en concreto con bases de datos o, incluso, información que pueda ser de interés para el análisis del sistema electoral y de partidos en México. En el mismo sentido, es importante mencionar que únicamente el partido MC presenta una estrategia de “transparencia proactiva”, con un microsítio de parlamento abierto con información sobre diputados, iniciativas y actividad legislativa¹⁰.

¹⁰ Cabe señalar que esta información no se incluyó en los indicadores de información sobre representantes legislativos, pues no se encuentra ningún vínculo desde la página o el menú principal de navegación, para encontrarla es necesario navegar en el microsítio de transparencia de MC.

Llama la atención que después de cuatro años que los partidos forman parte de los sujetos obligados a cumplir con mínimos de transparencia que establece la Ley, estos no hayan incursionado en una apertura que vaya más allá.

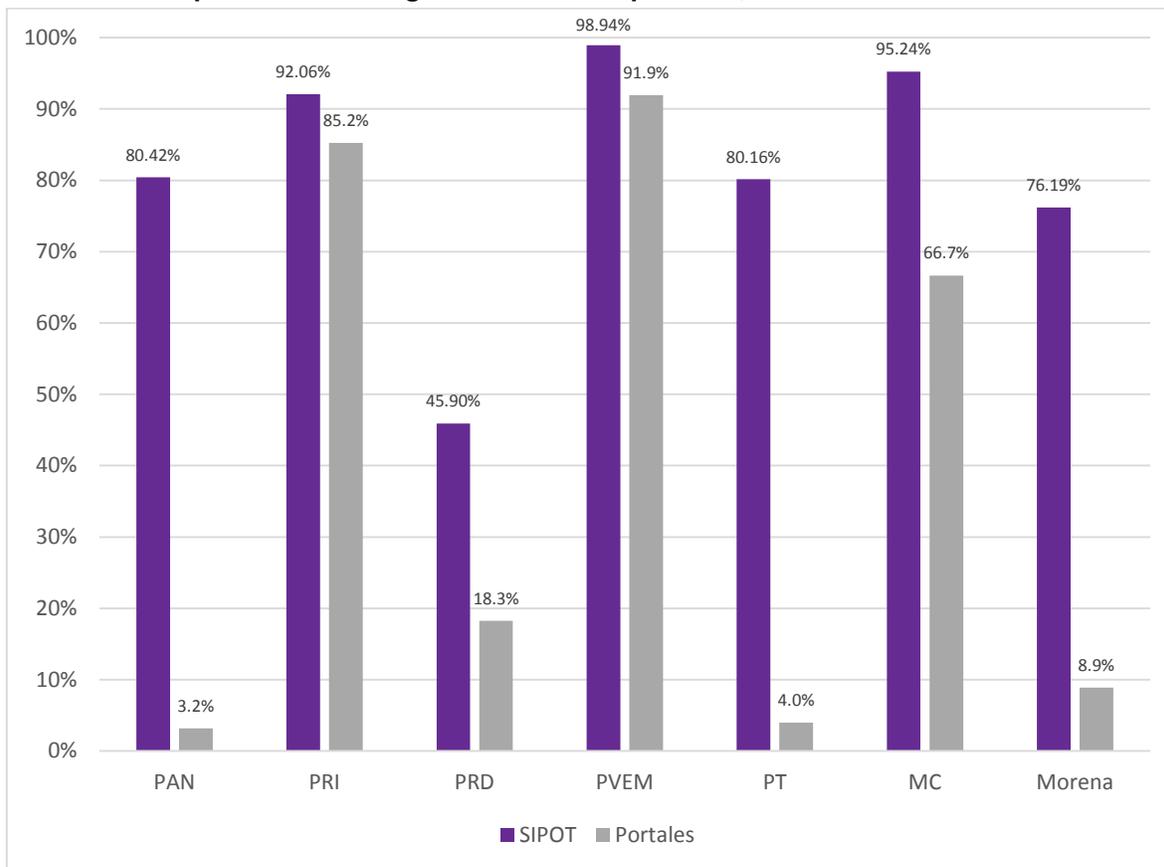
Por último, en el tema de Contenido y Transparencia, se retoma el análisis realizado por la organización social Nosotrxs, la cual, como se comentó en el apartado metodológico, realiza anualmente una evaluación del cumplimiento de las obligaciones de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública de los partidos políticos.

En dicho trabajo, Nosotrxs destaca que “de las 63 obligaciones establecidas en los artículos 70 y 76 de la LGTAIP, los partidos políticos incumplen en promedio casi un tercio: 17 de ellas. En cuanto a las que cumplen, observamos que hay variaciones notables en calidad y en cantidad; que las actualizaciones no son sistemáticas; y que, a pesar de que el artículo 62 de la LGTAIP establece que los partidos políticos deben poner al día su información de manera trimestral, esto no sucede.”¹¹

Nosotrxs revisa la disposición de información de las obligaciones de transparencia en dos plataformas, la primera en los portales web de cada partido y la segunda en el Sistema de Portales de Obligaciones de Transparencia (SIPOT) del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) y, a partir de ahí, obtiene el porcentaje de cumplimiento de cada partido político, como se muestra en la gráfica a continuación.

¹¹ Nosotrxs. 3er Informe de cumplimiento de las obligaciones de transparencia de los partidos políticos. Abril 2019. Pág. 3.

Gráfica 7. Cumplimiento de obligaciones de transparencia, Nosotrxs.



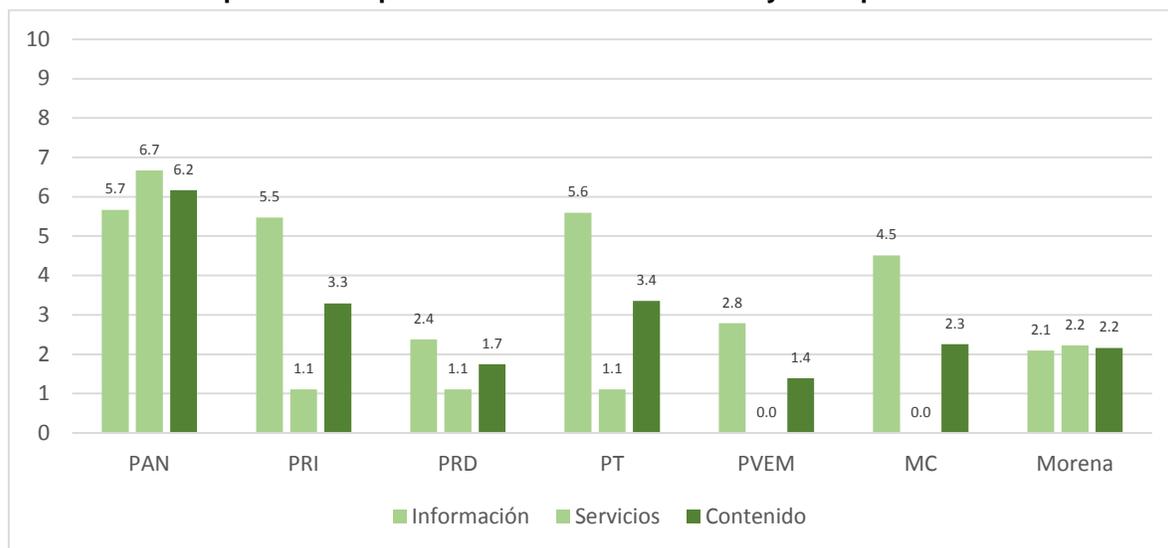
Fuente: 3er Informe de cumplimiento de las obligaciones de transparencia de los partidos políticos, Nosotrxs. Marzo de 2019.

Estos resultados refuerzan la conclusión de que los partidos políticos no invierten en su estrategia web y particularmente en contenidos, pues el cumplimiento de las obligaciones de transparencia en portales propios es menor en todos los casos que en el SIPOT, incluso cuando no tendrían más que duplicar el mismo contenido.

Adicionalmente, es importante destacar que lo anterior se opone a lo que señala la LGTAIP en la cual se especifica en el Artículo 64 que “La página de inicio de los portales de Internet de los sujetos obligados tendrá un vínculo de acceso directo al sitio donde se encuentra la información pública [...], el cual deberá contar con buscador”, es decir, los sujetos obligados deben contar con un portal, sección o micrositio en línea dedicado a dar cumplimiento a sus obligaciones de transparencia y, adicionalmente, ofrecer un buscador que facilite a los usuarios el acceso a la misma, el no hacerlo viola la legislación en la materia.

Por otro lado, al realizar el análisis a partir del desempeño de los partidos políticos en el tema de Contenido y Transparencia (Gráfica #), el partido que menor puntaje alcanzó fue el PVEM con 1.4, seguido del PRD con 1.7 y Morena con 2.2 puntos. Asimismo, el partido que alcanzó una mejor calificación en el tema fue el PAN (6.2) que, aunque se trata de la puntuación más alta, es mediocre.

Gráfica 8. Desempeño de los partidos en el tema Contenido y Transparencia.



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

iii.2 Servicios

En la categoría de Servicios, los partidos obtuvieron una menor puntuación e incluso en dos casos no alcanzaron ningún punto, PVEM y MC. El partido que obtuvo mayor puntuación fue el PAN, esto debido a que es el único que tiene el proceso, al menos, parcial de registro de afiliados, voluntariado y representantes por medios electrónicos, como se muestra en la imagen a continuación.



Solicitud de Folio

Generales Dirección Contacto Escolaridad y Ocupación Documentos

Clave de elector* [Ayuda](#)

OCR*

Correo Electrónico* [Importante!](#)

Confirmación Correo Electrónico*

Apellido Paterno*

Apellido Materno*

Nombre(s)*

Fecha de Nacimiento* Día Mes Año

Estado de Nacimiento* [ELIGE UN ESTADO] ▾

Género* [ELIGE UN GENERO] ▾

Continuar

Fuente: Registro Nacional de Militantes del PAN <https://www.rnm.mx/Afiliacion/Registro>

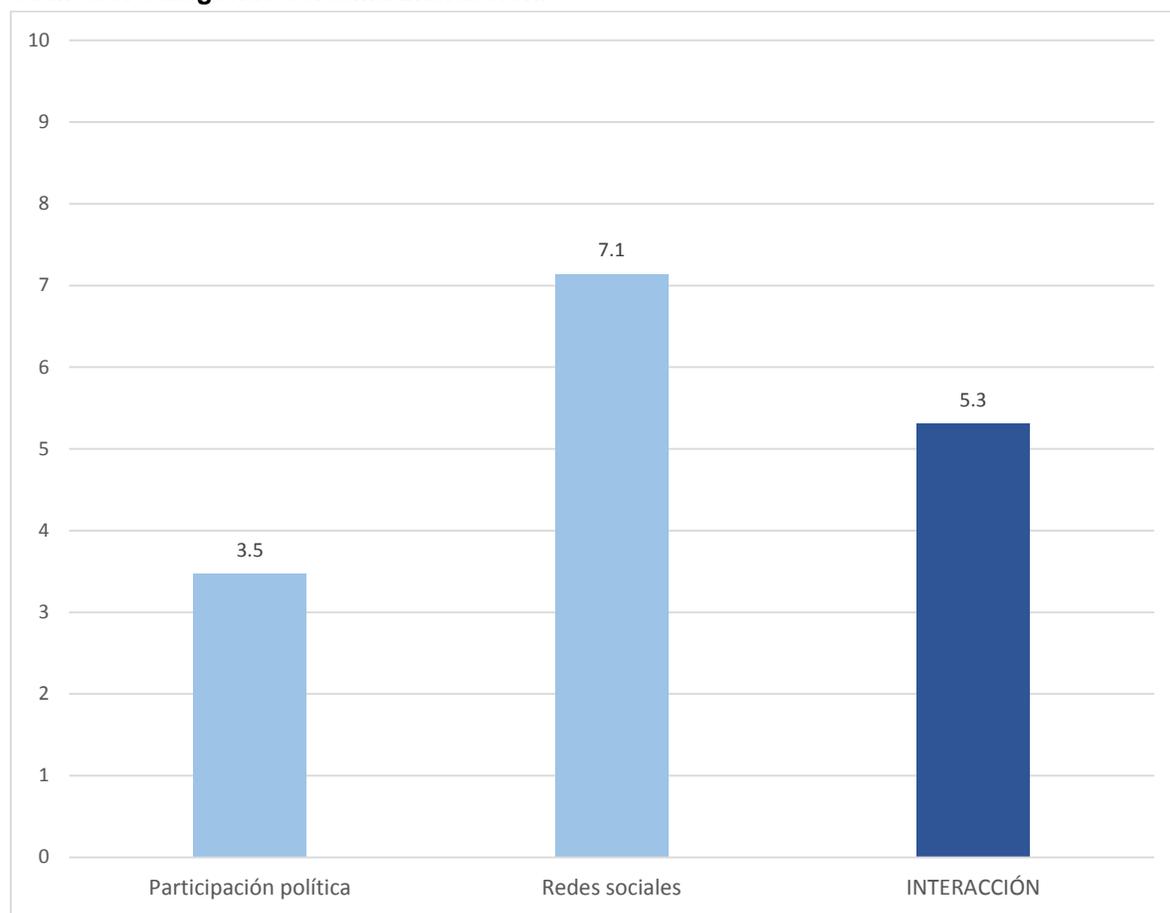
El resto de los partidos que alcanzaron alguna puntuación solo presenta la información del proceso de registro de afiliados y, en el caso de Morena, el proceso parcial de registro de voluntarios.

iv. Interacción

En términos generales, Interacción se refiere a la oferta de información o servicios en un portal de internet que implican establecer una comunicación de “ida y vuelta” entre el usuario y, en este caso, el partido dueño del portal. Por lo tanto, se trata de conocer qué capacidad tienen los portales de los partidos políticos para ofrecer a los visitantes la posibilidad de “interacutar” con sus líderes, funcionarios y candidatos por medio del Internet. En particular, se busca identificar las

herramientas que permiten a los ciudadanos establecer una comunicación de dos vías, ya sea para emitir una opinión, quejarse, sugerir, recibir información actualizada, participar o, incluso, realizar activismo político en línea. En este tema se evalúan variables tanto en el portal, como en las tres redes sociales de mayor penetración en México, Facebook, Twitter y Youtube.

Gráfica 9. Categorías del tema Interacción.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

iv.1 Participación política

Los resultados en la categoría de Interacción permiten concluir que los portales no ofrecen herramientas para fomentar la participación digital a través de sus propios portales, sino que le dejan todo el trabajo a las redes sociales. Incluso, dos partidos

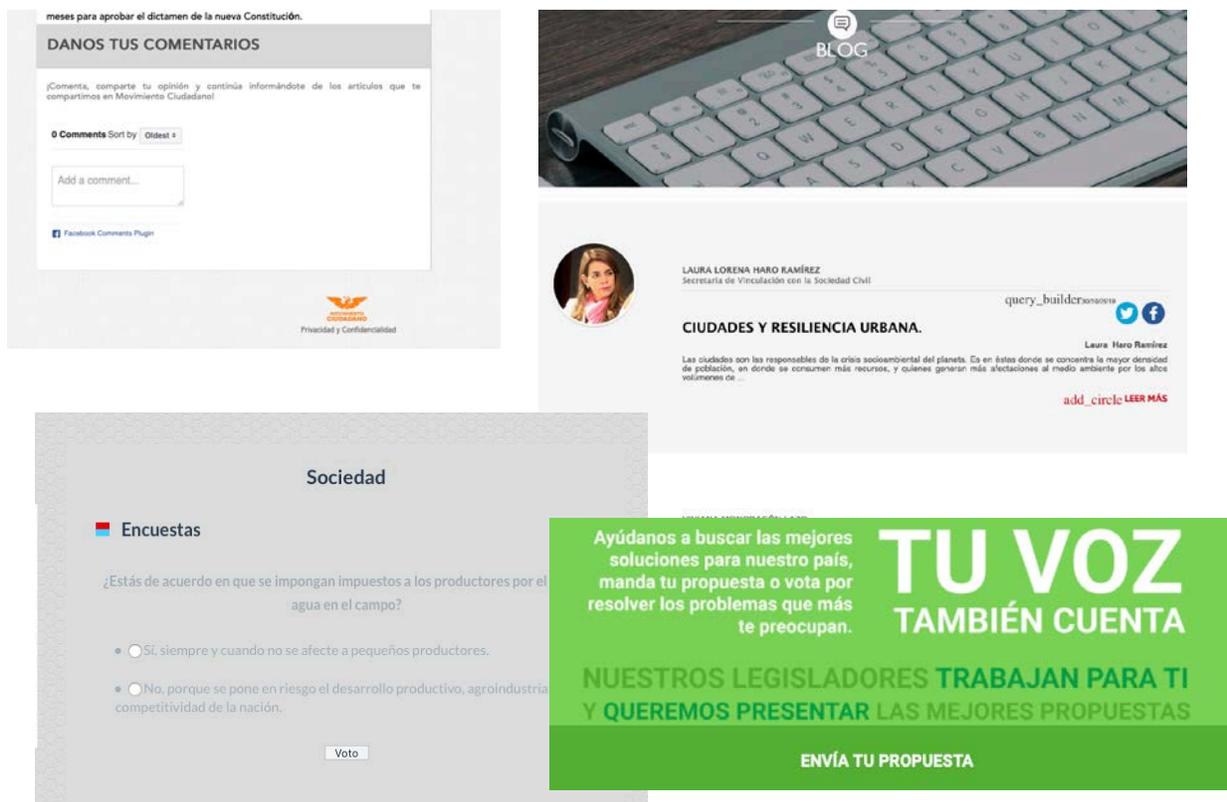
(PVEM y Morena), ni siquiera ofrecen el mínimo, es decir, datos de contacto como correo electrónico del partido, líderes, diputados o senadores.

Cuadro 6. Categorías e indicadores del tema Contenido y Transparencia.

Indicador	Variable	Puntuación
Participación política	Información	5.7
	Menú principal	1.2
	Participación política	3.5
Redes sociales	Facebook	8.6
	Twitter	7.1
	Youtube	8.6
	Vínculo ortal redes sociales	4.3
	Redes sociales	7.1
Total		5.3

Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Con respecto a herramientas de interacción, solo se encontraron ejemplos para publicación de comentarios (PAN y MC), blogs (PRI), encuestas (PT), chats (PT), petición electrónica (PVEM). Sin embargo, ningún partido aprovecha todo el potencial de las TIC a fin de interactuar y, por tanto, conocer mejor a su público objetivo.



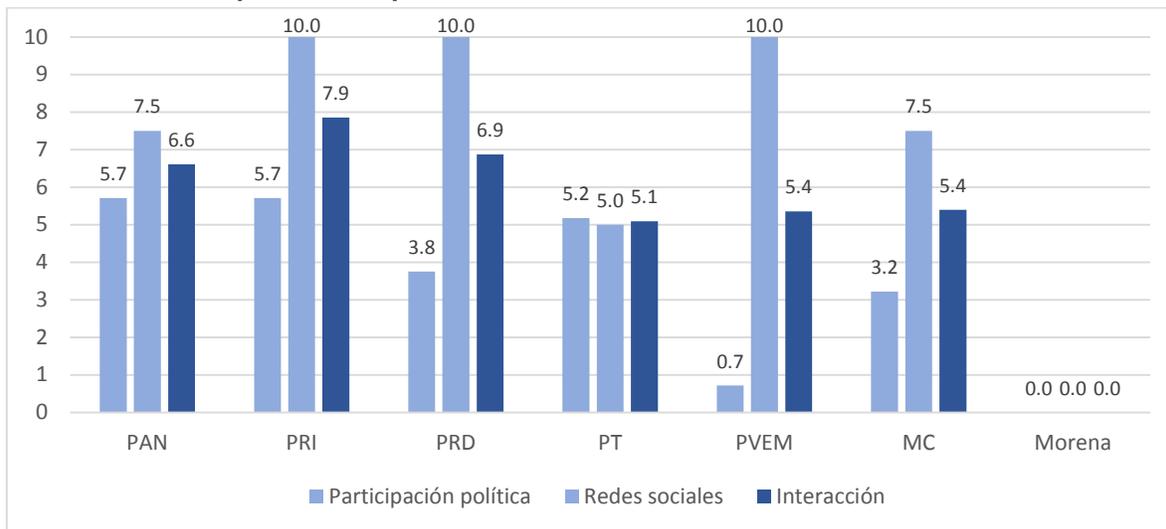
Fuente: ejemplos de las herramientas interactivas de MC, PRI, PT y PVEM.

iv.2 Redes sociales

Por el lado de redes sociales se encontró que todos los partidos políticos son activos. En algunos casos el número de publicaciones en una semana son destacables, como el caso del PAN en Twitter (124 publicaciones) o el PRD en Facebook (49), aunque este no es un indicador comparable y depende de muchos factores, si puede considerarse para conocer el grado de actividad de una cuenta en redes sociales, el impacto de esta depende de elementos que rebasan el alcance de este instrumento.

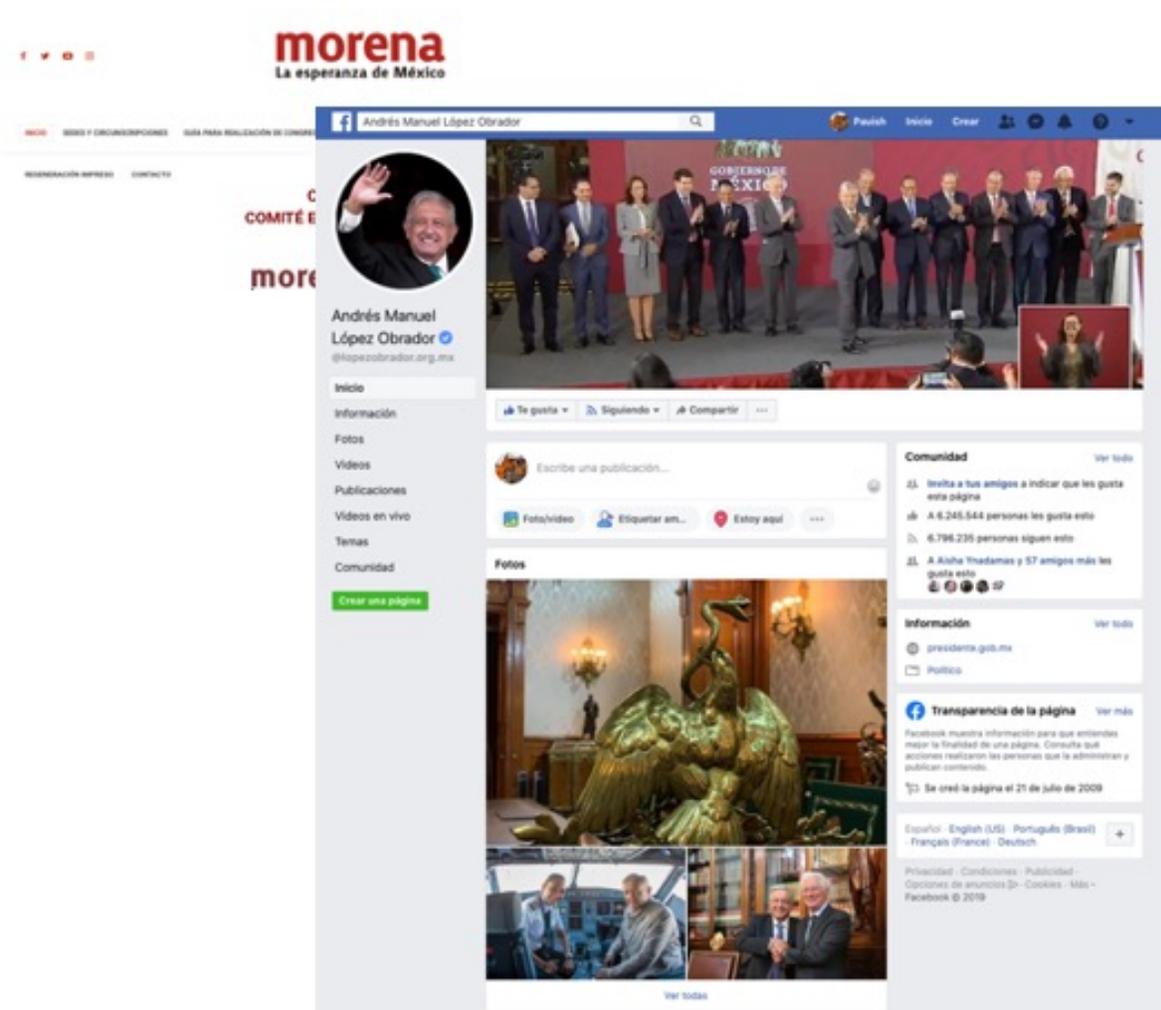
Pese a la presencia y actividad en redes sociales de los partidos, prevalece una estrategia desarticulada entre el portal y sus redes sociales, es decir, no se comunican y no existe una difusión de contenidos de un espacio en el otro, excepto en tres casos (PRI, PRD y PVEM). El resto no tiene ningún vínculo entre uno y otro.

Gráfica 10. Desempeño de los partidos en el tema Interacción.



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

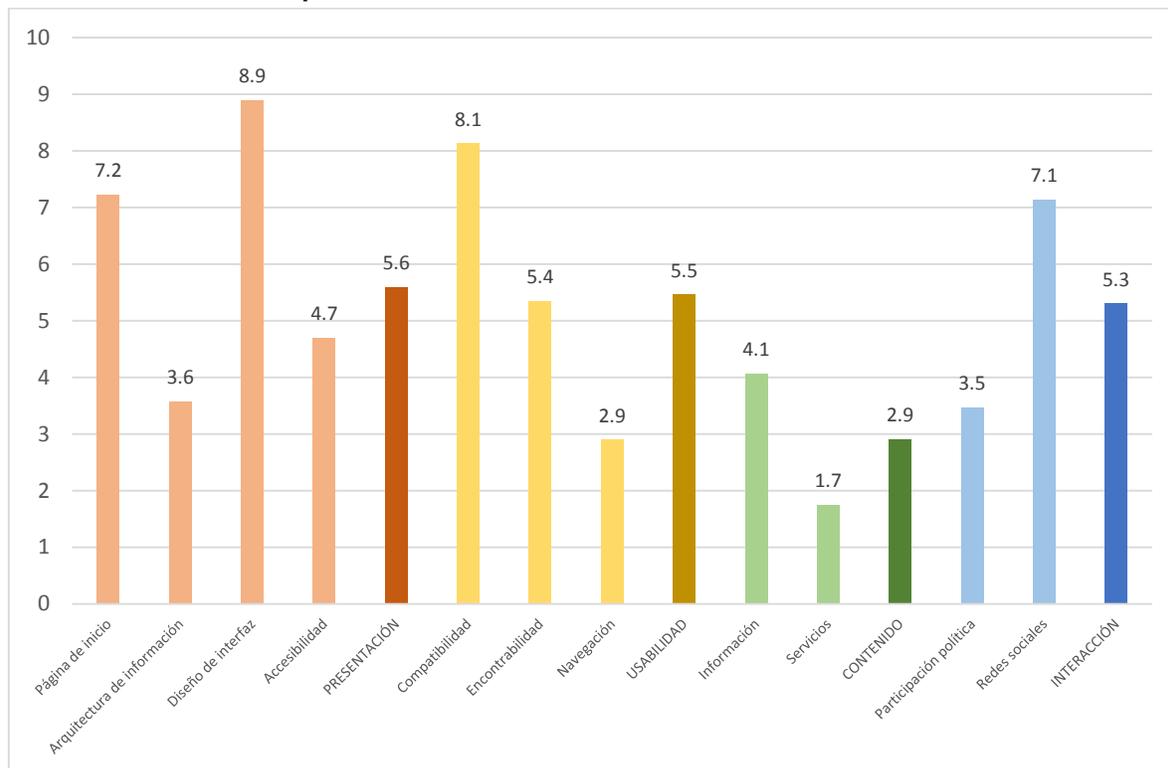
Llama la atención el caso concreto de Morena, pues a pesar de que se trata del partido en el poder, no cuenta con ninguna herramienta de interacción y tampoco presenta ningún dato de contacto. Por otro lado, se observó que los vínculos oficiales de redes sociales que difunden a través de su portal no corresponden a los del partido, sino a los de Andrés Manuel López Obrador. Por ello, Morena no obtuvo puntuación alguna en Interacción.



Fuente: vínculo oficial de Facebook en el portal de Morena.

Por último, en la Gráfica 11 sintetiza los hallazgos del instrumento y pone en evidencia lo dicho a lo largo de la descripción analítica de los resultados.

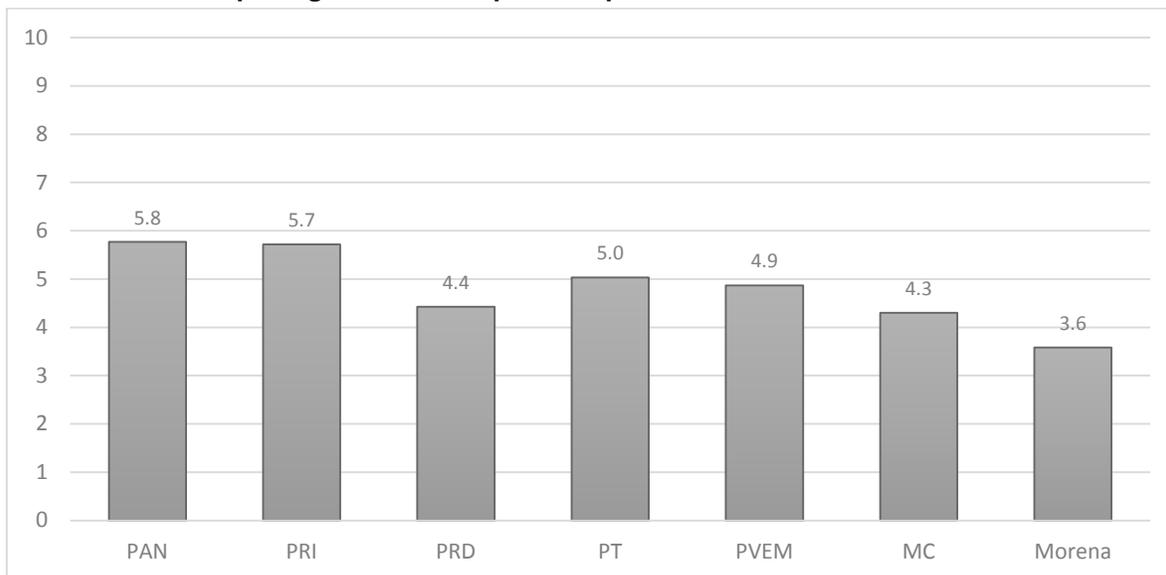
Gráfica 11. Resultados por Tema e Indicador.



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Vale la pena señalar, que en el desempeño general de los partidos tampoco se observaron ejemplos destacables. Los partidos que mejor puntuación alcanzaron fueron el PAN y el PRI. El resto se encuentra por debajo del cinco y el que peor puntaje alcanzó fue Morena, lo cual llama la atención, pues indica que el desempeño en estrategia digital no está necesariamente asociado a ser, o haber sido, el partido en el poder.

Gráfica 12. Desempeño general de los partidos políticos en el Instrumento.



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la evaluación.

Capítulo V: Conclusiones

A continuación, se describen las conclusiones agrupadas en dos lógicas, la primera, con respecto al diseño del Instrumento de Evaluación y, la segunda, con relación a los resultados obtenidos del análisis de los portales de los partidos políticos.

Como se comentó Capítulo IV el Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital para Partidos Políticos es susceptible de mejorarse. En concreto, es importante revisar la fusión de las categorías de Página de inicio y Arquitectura de información. Sin embargo, para la revisión de los portales de los partidos políticos resultó adecuado, pues fue posible corroborar con claridad una de las hipótesis, a saber, que los portales de los partidos políticos están desarrollados para cumplir con la presencia en línea, con una mayor inversión en la forma y no en el fondo, es decir, cumplen con criterios visuales y de diseño y carencias significativas en arquitectura de información, contenido, servicios y participación política.

El otro aspecto importante para revisar del Instrumento son las ponderaciones de los indicadores. Existen indicadores que no son relevantes al mismo nivel que otros en las distintas categorías. El caso en el cual se realizó un ajuste fue en el indicador de Impresión que forma parte de la categoría Arquitectura de Información, dicho indicador se consideró con una aportación del 20% de la puntuación de la categoría, mientras que Jerarquización y etiquetado y Formato aportaron cada uno el 40%.

Por el lado, de los resultados de la aplicación del Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital para Partidos Políticos, se identificó como problema principal, una mayor inversión en la forma y no en el fondo, como ya se mencionó anteriormente. Es decir, los portales cumplen más con cuestiones estéticas, pues presentan, en general, una vista atractiva para el usuario con una página de inicio relativamente amigable y que en términos generales muestra la información más destacada; adicionalmente son compatibles con los distintos dispositivos de acceso (compatibilidad) y tienen actividad y presencia en redes sociales, sin embargo, se

observó una carencia crítica en el área de contenido, con arquitecturas de información incipientes, dificultades de navegación importantes, sin servicios de alto impacto y con una estrategia digital desarticulada que no aprovecha el potencial de las tecnologías actuales a través de las cuales los partidos puedan fomentar y ejercer una de sus principales razones de existir: la participación. En síntesis, se trata de portales en una fase evolutiva informativa, de acuerdo con la clasificación de las Naciones Unidas y que se menciona en el apartado metodológico de este texto.

Es importante enfatizar la relevancia de desarrollar estrategias en línea articuladas entre sí, que una se alimente de la otra y viceversa. Actualmente, muchos portales enfocan sus energías en mantener redes sociales activas y dinámicas, sin embargo, no se comunican necesariamente con los portales y los contenidos que ahí se tienen, sino que funcionan como productos independientes.

Por último, se confirmó la hipótesis de que los portales ciñen sus estrategias de transparencia a un micrositio o sección y no a una práctica transversal, los contenidos e información relacionada con las obligaciones de transparencia y acceso a la información pública únicamente puede ser consultada en esa sección y, normalmente, a través de documentos en formato PDF o archivos Excel que dificultan y limitan el acceso a la información.

El diseño de este Instrumento es, al mismo tiempo, una propuesta para que los portales de las organizaciones públicas de México cumplan con los principios, lineamientos, estándares y recomendaciones en materia de desarrollo web y adicionalmente tengan estrategias de transparencia transversales, en las cuales no sea necesario ingresar a la sección de transparencia (donde la información está organizada bajo la lógica de la Ley y con un lenguaje complejo) para acceder a ella.

Es recomendable realizar trabajos complementarios a este a fin de encontrar relaciones causales entre las variables aquí revisadas y la percepción de los

usuarios ante escenarios reales de uso a través de pruebas de usabilidad y grupos de enfoque. Asimismo, sería pertinente correr el instrumento durante las temporadas de campaña, tanto a nivel local como federal e incluso en elecciones intermedias con el objetivo de identificar cambios, elementos interactivos o contenidos que puedan desarrollarse para atraer la participación de los votantes durante estos periodos. Finalmente, un camino adicional de investigación podría orientarse a conocer qué áreas o qué especialistas son los que están detrás del diseño de las estrategias digitales de los partidos políticos, qué importancia le dan a la estrategia web al interior de las organizaciones y cómo se organizan para proveer de información, contenido y servicios tanto a sus sitios como a sus redes sociales.

Bibliografía

Alianza para el Gobierno Abierto. *Principios de Gobierno Abierto*. Biblioteca CEPAL. Disponible en:
<https://biblioguias.cepal.org/EstadoAbierto/AGA>

Asociación de Internet.mx. *14º Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2018*. AMIPCI. Disponible en:
<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de->

Cardello, Jen. *The Difference Between Information Architecture and Navigation*. 2014. Disponible en:
<https://www.nngroup.com/articles/ia-vs-navigation/>

Cejudo, Guillermo (Coordinador). Documento conceptual. Métrica de Gobierno Abierto 2017. CIDE. Disponible en:
<https://micrositios.inai.org.mx/gobiernoabierto/wp-content/uploads/2018/07/Documento-Conceptual-PDF-vf.pdf>

Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, Conapred. Carpeta Informativa. *Presentación: www.conapred.org.mx. Espacio abierto a la inclusión*. Disponible en:
https://www.conapred.org.mx/depositobv/CARPETA-WEB_ACCESIBLE.pdf

Consulta Mitofsky. *México: Confianza en Instituciones 2019*. Disponible en:
<http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/mexico-opina/item/1179-confianza-instituciones-2019>

Corporación Latinobarómetro. *Informe 2018*. Disponible en:
<http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

Diario Oficial de la Federación, 11 de junio de 2002. *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Federal*. Disponible en:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lftaipg/LFTAIPG_orig_11jun02.pdf

Diario Oficial de la Federación, 4 de mayo de 2015. *Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública*.

Disponible en:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGTAIP.pdf>

Giménez Cacho, Luis Emilio. “Los partidos políticos ante los intrusos. Hacia una nueva fase de transparencia de los partidos políticos” en Peschard, Jacqueline. *Hacia el Sistema Nacional de Transparencia*. Instituto de Investigaciones Jurídicas. Serie Doctrina Jurídica, núm. 752.

Disponible en:

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/9/4064/16.pdf>

Guía Digital del Gobierno de Chile. <http://www.guiadigital.gob.cl/index.html>

Mariñez, Freddy. Ponencia: De las buenas prácticas municipales de gobierno abierto: la transparencia proactiva como compromiso cívico. Caso Ciudad Zapopan, Jalisco. Mocorito, Sinaloa, 2017.

Disponible en: <http://freddymarinez.com/wp/wp-content/uploads/2017/05/Ponencia-Mocorito.pdf>

Merino, Mauricio. Opacidad y corrupción: las huellas de la captura. Cuadernos de Transparencia 26. INAI, 2018.

Disponible en:

<http://inicio.ifai.org.mx/PublicacionesComiteEditorial/CT26.pdf>

Morville Peter. *Ambient Findability; What we find changes Who We Became*. O'Reilly. 2005.

Naciones Unidas. *Global e-Government Readiness Report 2005. From e-Government to e-Inclusion*. Department of Economic and Social Affairs Division for Public Administration and Development Management. 2005

Disponible en:

<https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2005-Survey/Complete-survey.pdf>

Nielsen, Jakob. *Usabilidad. Diseño de sitios Web*. Pearson Educación, 2000.

Nielsen, Jakob. *Top Guidelines for homepage usability*. 2002.

Disponible en:

<https://www.nngroup.com/articles/top-ten-guidelines-for-homepage-usability/>

Nielsen, Jakob. *Usability 101. Introduction to Usability*. Enero, 2012. Nielsen Norman Group.

Disponible en:

<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Nosotrxs. *3er Informe de cumplimiento de las obligaciones de transparencia de los partidos políticos*. Abril 2019.

Obama, Barak. Memorandum For The Heads Of Executive Departments and Agencies. Enero, 2009.

Disponible en:

<https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/transparency-and-open-government>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE. *OECD e-Government Studies* "Rethinking E-Government Services: User-Centered Approaches", OCDE 2009.

Disponible en:

https://read.oecd-ilibrary.org/governance/rethinking-e-government-services_9789264059412-en#page3

Panebianco, Angelo. *Modelos de partido: organización y poder en los partidos políticos*. Madrid, Alianza, 1990.

Peschard, Jacqueline. *Transparencia y partidos políticos*. Cuadernos de transparencia 8. INAI, 2015.

Disponible en:

<http://inicio.ifai.org.mx/PublicacionesComiteEditorial/Cuadernillo%2008%20B.pdf>

Peschard, Jacqueline. *Transparencia: promesas y desafíos*. Colegio de México, 2018.

Rosenfeld, Louis y Morville Peter. *Information Architecture for the World Wide Web*. O'Reilly & Associates Inc, Segunda Edición. 2002.

Sandoval Almazán, Rodrigo y Gil García, José Ramón. *Construyendo un índice de funcionalidad para el gobierno electrónico: una primera evaluación de los portales estatales en México*. Espacios Públicos, vol. 11, núm. 21, febrero, 2008, p. 10, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Statcounter, *Global Stats*. <https://gs.statcounter.com>

Veglis, A., et. al., (2009). *Assessing Interactivity in Political Parties Websites. Preaching or Conversation?* New Media & Information: Convergences & Divergences.

Disponible en:

https://www.academia.edu/2388489/Assessing_Interactivity_in_Political_Parties_Websites._Preaching_or_Conversation

World Wide Web Consortium, W3C. *Web Accesibility Initiative*, WAI.

Disponible en:

<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/#what>

Anexo I: Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital para Partidos Políticos

En las siguientes páginas se muestra el diseño final del instrumento que se aplicó a la revisión y análisis de los portales políticos nacionales. Como ya se ha mencionado en estas páginas, es susceptible de ser mejorado. Asimismo, el instrumento deberá ajustarse al contexto en el cual se está aplicando, es decir, si se está en tiempo de campaña o no. Para este análisis se retiraron las variables que podían ser aplicadas en periodo electoral.

Instrumento de Evaluación de Estrategia Digital para Partidos Políticos

La página de inicio de un portal representa su carta de presentación, de ella depende que los usuarios se mantengan en el sitio y naveguen a través de él, por ello, se evaluará la presencia o ausencia de variables específicas que corresponden a diversos temas y categorías, a fin de hacer una valoración independiente de dichas características.

Fecha de inicio de la revisión:

Tema: Presentación		
Categoría: Página de inicio		
Indicador: Información		
Variable	Respuesta	Comentarios
1. Información o publicidad para afiliarse al partido.	Si=1 No=0	
2. Información o publicidad sobre candidatos o representantes electos.	Si=1 No=0	
3. Historia.	Si=1 No=0	
4. Ideología.	Si=1 No=0	
5. Estructura.	Si=1 No=0	
6. Políticas.	Si=1 No=0	
7. Vínculo sobre el líder del partido.	Si=1 No=0	

8. Área de promoción del contenido interno del portal, por ejemplo: “Busca la representación del partido más cerca de ti”, “Conoce a tu representante”.	Si=1 No=0	
9. Vínculo a las redes sociales oficiales del partido.	Si=1 No=0	
10. Información de contacto presencial (dirección).	Si=1 No=0	
11. Información de contacto presencial (teléfono).	Si=1 No=0	
12. Vínculo de apoyo al usuario (sección de ayuda o contacto con el webmaster).	Si=1 No=0	
13. Revisar si en la página de inicio se evita la duplicación de información en menús, banners, elementos animados.	Si=1 No=0	
Indicador: Menú principal		
14. El menú principal de navegación se observa en su totalidad en el primer recuadro de la página sin necesidad de hacer desplazamientos.	Si=1 No=0	
15. La información del menú principal está jerarquizada de forma deductiva (de lo general a lo particular, por ejemplo: animales > mamíferos > terrestres > cuadrúpedos > perros).	Si=1 No=0	
16. La información del menú principal está agrupada en menos de 7 temas o categorías.	Si=1 No=0	
17. Los titulares del menú principal tienen:	Una a tres palabras= 1 Más de tres palabras= 0	
Indicador: Noticias		
18. El sitio cuenta con espacio de noticias y novedades	Un solo espacio de noticias y novedades = 2 Más de un espacio de	

	noticias y novedades= 1 No cuenta con espacio de noticias y novedades= 0	
Indicador: Iconografía		
19.El sitio utiliza iconografía para reforzar conceptos (por ejemplo, la imagen de una impresora a un lado de la palabra imprimir).	Si=1 No=0	
Indicador: Buscador		
20.El sitio cuenta con un buscador destacado y permanente desde la página de inicio.	Si=1 No=0	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la página de inicio del sitio evaluado.		

A continuación utilizar el menú principal y navegar las distintas secciones del sitio, a fin de identificar las variables que se solicitan en los siguientes apartados.

Tema: Presentación		
Categoría: Arquitectura de información		
Indicador: Jerarquización y etiquetado		
Variable	Respuesta	Comentarios
21.La información del sitio está jerarquizada de forma deductiva (de lo general a lo particular). Si la respuesta anterior es negativa, explicar dónde y cuál es la inconsistencia.	Si=1 No=0	
22.El título de la página del navegador o pestaña, así como el título del menú, ruta de navegación y el título del contenido final es el mismo.	Si=1 No=0	
23.Los acrónimos y abreviaturas están acompañadas de su significado completo (por	Si=1 No=0	

ejemplo, Instituto Federal Electoral IFE) al menos en el primero y segundo nivel de navegación ya sea en paréntesis o en etiquetas ALT.		
24. El sitio cuenta con un glosario en el cual se expliquen términos, acrónimos y abreviaturas que se utilicen con frecuencia en la estructura de información.	Si=1 No=0	
Indicador: Formato		
<i>Elegir una categoría o sección del menú principal, indicar el título seleccionado e identificar los siguientes criterios:</i>		
Variable	Respuesta	Comentarios
25. Los contenidos que se muestran en esta sección son breves (bloques de texto pequeños, acompañados con viñetas para identificar rápidamente la información relevante).	Si=1 No=0	
26. Los contenidos de esta sección están apoyados con infografías o elementos visuales.	Si=1 No=0	
27. Los contenidos del sitio cuentan con herramientas de navegación tales como arriba, volver, inicio (puede ser a través de flechas o iconografía).	Si=1 No=0	
<i>Elegir otra categoría o sección del menú principal, indicar el título seleccionado e identificar los siguientes criterios:</i>		
28. Los contenidos que se muestran en esta sección son breves (bloques de texto pequeños, acompañados con viñetas para identificar rápidamente la información relevante).	Si=1 No=0	
29. Los contenidos de esta sección están apoyados con infografías o elementos visuales.	Si=1 No=0	
30. Los contenidos del sitio cuentan con herramientas de navegación tales como arriba, volver, inicio (puede ser a través de flechas o iconografía).	Si=1 No=0	
<i>Elegir otra categoría o sección del menú principal, indicar el título seleccionado e identificar los siguientes criterios:</i>		

31. Los contenidos que se muestran en esta sección son breves (bloques de texto pequeños, acompañados con viñetas para identificar rápidamente la información relevante).	Si=1 No=0	
32. Los contenidos de esta sección están apoyados con infografías o elementos visuales.	Si=1 No=0	
33. Los contenidos del sitio cuentan con herramientas de navegación tales como arriba, volver, inicio (puede ser a través de flechas o iconografía).	Si=1 No=0	
<i>Como resultado de la navegación en los temas del menú principal elegidos anteriormente del sitio identificar lo siguiente:</i>		
34. El sitio ofrece advertencias sobre las características de los contenidos (“contenido en inglés”, “documento en pdf, para descargarlo deberás contar con Adobe Acrobat”, etc).	Si=1 No=0	
35. El sitio permite deshacer posibles errores cometidos por el usuario (ejemplo: si elige lectura en inglés, que exista la posibilidad de volver al español, o si cambió el tamaño de la letra que exista la posibilidad de volver al tamaño original).	Si=1 No=0	
Indicador: Impresión		
<i>Identificar si el sitio ofrece formato de impresión de contenidos, en caso tenerlo realizar una prueba, la cual se puede hacer guardando la página como documento PDF e identifica lo siguiente:</i>		
36. Los contenidos cuentan con opción de formato de impresión.	Si=1 No=0	
37. La prueba de impresión queda ajustada a los márgenes del tipo de hoja seleccionada (carta, oficio).	Si=1 No=0	
38. La prueba de impresión aparece sin los elementos de navegación del sitio (menús, iconografía).	Si=1 No=0	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la Arquitectura de información del sitio evaluado.		

Tema: Presentación

Categoría: Diseño de interfaz

Indicador: Identidad visual

Observar cuidadosamente el diseño visual de la página de inicio, así como las páginas interiores del menú principal de navegación e identificar lo siguiente

Variable	Respuesta	Comentarios
39. La identidad de la página está claramente definida (logo, colores, tipografía).	Si=1 No=0	
40. La identidad de la página es consistente y se respeta a lo largo de los canales temáticos del menú principal.	Si=1 No=0	
Si la respuesta anterior es negativa, copiar la dirección URL donde se rompe la identidad institucional y el título del contenido y añade una impresión de pantalla.		

Indicador: Jerarquía visual

41. El diseño utiliza jerarquías visuales para determinar lo importante con una sola mirada: menú principal destacado con colores y tamaño de letra, zona de noticias con color y tamaño de letra, etc.	Si=1 No=0	
42. El sitio utiliza elementos visuales que parecen anuncios publicitarios (banners, animaciones, colores chillantes).	Si=0 No=1	

Indicador: Tipografía y contrastes

Observar el tipo de letra, los colores y los fondos que utiliza el sitio e identificar lo siguiente:

43.El sitio utiliza una tipografía adecuada para lectura en línea (sin patines, tipo de letra Arial, helvética o verdana).	Si=1 No=0	
44.El texto del sitio tiene un contraste adecuado con el color de fondo: texto oscuro con fondos claros, textos claros con fondos oscuros. Además, el sitio evita el uso de colores que resaltan demasiado como azul con rojo y naranja con amarillo.	Si=1 No=0	
45.El sitio suprime el uso de patrones, imágenes o texturas que interfieran con el texto.	Si=1 No=0	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación al <i>Diseño de interfaz</i> del sitio evaluado.		

Tema: Presentación

Categoría: Accesibilidad

Indicador: Equivalencia

Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Colocar el ratón del equipo sobre las imágenes del sitio e identificar lo siguiente:</i>		
46.El sitio utiliza textos equivalentes (etiquetas ALT) para los elementos visuales (imágenes).	Si=1 No=0	

Indicador: Teclado

Colocar el cursor (con el ratón) del equipo en la barra de direcciones del navegador y con la tecla del tabulador probar navegar el sitio. Identificar si el tabulador selecciona el menú principal del sitio y permite seleccionar alguno de los temas a través de la tecla enter, así como regresar a la página principal ya sea a través del logo o de la tecla borrar (arriba del enter).

47.El sitio permite navegar utilizando el teclado (tabulador, enter, regresar).	Si=1 No=0	
---	--------------	--

48. Si la respuesta anterior es positiva, es posible navegar en las categorías principales del menú principal.	Si=1 No=0	
Indicador: Control		
49. El usuario puede manipular la velocidad de los objetos o imágenes que cambian automáticamente (menús móviles, transiciones).	Si=1 No=0	
Indicador: Apoyo		
50. El sitio ofrece ayuda u orientación para entender páginas o elementos complejos (por ejemplo, mapas, estadísticas, gráficos interactivos).	Si=1 No=0	
Indicador: Tamaño de letra		
51. El sitio utiliza herramientas para agrandar o achicar la letra.	Si=1 No=0	
52. Si la respuesta anterior fue positiva, la herramienta de agrandar o achicar la letra funciona correctamente.	Si=1 No=0	
Indicador: Audio		
53. El sitio ofrece el contenido del sitio en audio para usuarios que tengan dificultades de vista.	Si=1 No=0	
Indicador: Análisis automatizado		
<i>Abrir la página http://validator.w3.org y copiar la dirección URL de la página a analizar y presionar el botón Check, para realizar un análisis automatizado de accesibilidad de las pautas recomendadas por la W3C y Conapred</i>		
54. El análisis automatizado de accesibilidad arrojó errores de accesibilidad.	Si=1 No=0	
Señale cuántos:		
Indicar comentarios u observaciones generales con relación la accesibilidad del sitio evaluado.		

Tema: Usabilidad		
Categoría: Compatibilidad		
Indicador: Navegador		
Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Abrir Google Chrome (75%), Safari (15%) y Mozilla Firefox (10%) y compruebe que el sitio evaluado se visualiza correctamente (despliegue adecuado de todos los elementos del sitio, menús, imágenes, banners) desde los tres navegadores. Statcounter, navegador.</i>		
55.El sitio abre en un navegador Google Chrome	Si=1 No=0	
56.El sitio abre en un navegador Safari.	Si=1 No=0	
57.El sitio abre en un navegador Mozilla Firefox.	Si=1 No=0	
Indicador: Responsivo		
<i>Revisar si el sitio cumple con las propiedades de un diseño responsivo, es decir, se adapta a cualquier tamaño de pantalla. Para evaluar esta pregunta deberá utilizar la herramienta: www.responsinator.com.</i>		
58.El sitio cuenta con un diseño responsivo.	Si=1 No=0	
Indicador: Herramientas compatibles		
<i>Comprobar si el sitio cuenta con alguna herramienta interactiva: proceso, trámite, servicio informativo interactivo. En caso de ser así, revisar lo siguiente: Statcounter, Mobile Browser</i>		
59.La herramienta es visible y utilizable desde Google Chrome móvil.	Si=1 No=0	
60.La herramienta es visible y utilizable desde Safari móvil.	Si=1 No=0	
61.El sitio es visible y utilizable desde una tableta (iPad u otra).	Si=1 No=0	
Indicador: Aplicaciones		
<i>Comprobar si el portal del partido cuenta con aplicación(es) móvil(es) tanto en el sitio como a través de las tiendas de aplicaciones App Store (https://itunes.apple.com/genre/ios/id36?mt=8) o Google Play (https://play.google.com/store/apps?hl=es 419).</i>		
62.El sitio cuenta con una aplicación para equipos iOS que se ofrezca a través de App Store.	Si=1 No=0	
63.El sitio cuenta con alguna aplicación desarrollada para equipos Android que pueda ser adquirida en Google Play.	Si=1 No=0	
64.Si las respuestas anteriores fueron afirmativas, el sitio ofrece un espacio o lista con la o las aplicaciones oficiales.	Si=1 No=0	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación la compatibilidad del sitio evaluado.		

--

Tema: Usabilidad
Categoría: Encontrabilidad
Indicador: Encontrabilidad externa

Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Abrir la dirección www.google.com en un navegador e introducir los términos siguientes en el buscador (Capacitación: indicar a que se refiere la dirección del partido y las siglas). Solo se utilizará el buscador de Google pues se trata del que mayor flujo de usuarios tiene (95%).</i>		
65.El sitio aparece como primera opción de resultados bajo el término “ NOMBRE COMPLETO DE LA INSTITUCIÓN ” en Google.	Si=1 No=0	
66.El sitio aparece como primera opción de resultados bajo el término “ SIGLAS DE LA INSTITUCIÓN ” en Google.	Si=1 No=0	
67.El sitio aparece como primera opción de resultados bajo el término “ Logo PAN ” en Google.		
68.El sitio aparece como primera opción de resultados bajo el término “ Ideología PAN ” en Google.		
Si alguna de las preguntas anteriores es negativa, añadir una impresión de pantalla de los resultados de la búsqueda en la cual el sitio del partido no apareció como primera opción de resultados.		

Indicador: Encontrabilidad interna
Identificar si el sitio cuenta con buscador y responder lo siguiente:

69.El buscador está visible y destacado en todas las páginas del sitio.	Si=1 No=0	
---	--------------	--

Escribir un texto mal escrito en el buscador y evaluar lo siguiente:



70. El buscador cuenta con corrector, es decir, corrige las palabras que están mal escritas.	Si=1 No=0	
71. El buscador tiene herramientas avanzadas: búsqueda por imágenes, fecha, pdf, etc.	Si=1 No=0	
<i>Elegir uno de los temas del menú principal y escribirlo en la “caja” del buscador, dar clic en buscar.</i>		
72. El buscador arroja como resultado los principales canales de navegación	Si=1 No=0	
<i>Elegir un tema o servicio relevante y escribirlo en la caja del buscador, dar clic en buscar e identificar lo siguiente.</i>		
73. El buscador arroja como resultado el tema relevante identificado.	Si=1 No=0	
<i>Considerando toda la navegación realizada hasta este punto, identificar lo siguiente</i>		
74. El sitio tiene vínculos rotos (page not found).	Si=0 No=1	
<i>Utilice la herramienta https://validator.w3.org/checklink e identificar cuántos enlaces rotos tiene el portal.</i>		
75. Cuántos enlaces rotos tiene el sitio.	Establecer valores de acuerdo con intervalos observados	
76. El sitio cuenta con animaciones en flash.	Si=0 No=1	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la encontrabilidad interna y externa del sitio evaluado.		

Tema: Usabilidad

Categoría: Navegación

Indicador: Peso

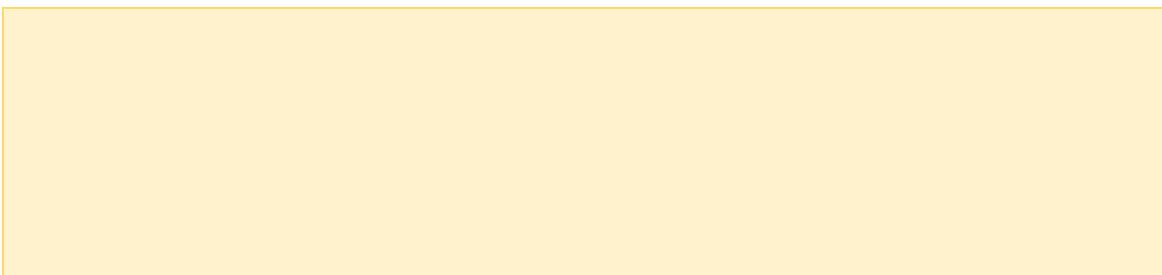
Variable

Respuesta

Comentarios

Abrir la herramienta PageSpeed Insights de Google y revisar cuál es la puntuación que recibe el portal, de acuerdo con la rapidez de descarga de

<i>una</i>		<i>computadora</i>
https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es		
77. Elegir el intervalo correspondiente.		
Indicador: Mapa del sitio		
<i>El mapa del sitio es una herramienta que permite conocer e identificar rápidamente la estructura de información de un sitio web. En el se debe mostrar, al menos, los dos primeros niveles de navegación (Tema principal, menú secundario) claramente jerarquizados, ejemplo:</i>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Acerca de <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Qué es? b. Historia c. Estructura 2. Servicios 3. Participa 		
78. El sitio cuenta con mapa del sitio.	Si=0 No=1	
79. El mapa del sitio muestra las categorías que aparecen en el menú principal de navegación como el primer nivel de jerarquía (Tema 1, Tema 2, Tema 3, Tema 4, etc).	Si=0 No=1	
80. En el mapa del sitio se distinguen los distintos niveles de jerarquía de la estructura de información del sitio (Primer nivel de navegación y Segundo nivel de navegación).	Si=0 No=1	
Indicador: Ventanas		
<i>Dar clic en diversos elementos de la página principal del sitio con el objetivo de observar si el sitio del partido abre nuevas ventanas para acceder a los contenidos. Ya sea ventanas pop-up (son aquellas ventanas pequeñas que se abren mientras se navega un sitio para destacar alguna noticia, información o publicidad) o que se abra una nueva ventana o pestaña (en el mismo navegador de la original).</i>		
81. El sitio utilizar ventanas pop-up.	Si=0 No=1	
82. El sitio abre nuevas ventanas del navegador para desplegar contenidos.	Si=0 No=1	
83. El sitio abre nuevas pestañas del navegador para desplegar contenidos.	Si=0 No=1	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la navegación del sitio evaluado.		



Tema: Contenido y transparencia		
Categoría: Información		
Indicador: Información básica		
Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Navegar los canales del portal a evaluar e identificar si cuenta con la siguiente información básica.</i>		
84. Historia.	Si=0 No=1	
85. Ideología, visión y valores.	Si=0 No=1	
86. Políticas.	Si=0 No=1	
87. Causas.	Si=0 No=1	
Indicador: Estructura		
88. Estructura organizacional.	Si=0 No=1	
89. Comité nacional	Si=0 No=1	
90. Comités locales.	Si=0 No=1	
Indicador: Marco legal		
91. Marco normativo y reglamentos	Si=0 No=1	
92. Declaración de principios.	Si=0 No=1	
93. Estatutos.	Si=0 No=1	
94. Programa de acción.	Si=0 No=1	
95. Acta de asamblea constitutiva.	Si=0 No=1	
Indicador: Integrantes/Miembros		
<i>Buscar información sobre los dirigentes del partido e identificar lo siguiente:</i>		

96. Funciones y responsabilidades.	y	Si=0 No=1	
97. Información curricular.		Si=0 No=1	
98. Datos de contacto.		Si=0 No=1	
<i>Buscar información sobre los funcionarios del partido e identificar lo siguiente:</i>			
99. Funciones y responsabilidades.	y	Si=0 No=1	
100. Información curricular.		Si=0 No=1	
101. Datos de contacto.		Si=0 No=1	
<i>Buscar información sobre los titulares ejecutivos e identificar lo siguiente:</i>			
102. Funciones y responsabilidades.	y	Si=0 No=1	
103. Información curricular.		Si=0 No=1	
104. Datos de contacto.		Si=0 No=1	
<i>Buscar información sobre los representantes legislativos federales e identificar lo siguiente:</i>			
105. Funciones y responsabilidades.	y	Si=0 No=1	
106. Información curricular.		Si=0 No=1	
107. Datos de contacto.		Si=0 No=1	
Indicador: Coherencia política			
<i>A continuación, se debe revisar el contenido de las distintas secciones a fin de identificar si existen herramientas o información que deleve la coherencia política del partido.</i>			
108. Agenda política.		Si=0 No=1	
109. Trabajo legislativo.		Si=0 No=1	
110. Bases de datos con intervenciones legislativas.		Si=0 No=1	
Indicador: Partido Abierto			
111. Identificar si el portal cuenta con alguna estrategia o información de datos abiertos.		Si=0 No=1	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la información básica del sitio evaluado.			

--

Tema: Contenido

Categoría: Precampaña y campaña

Indicador: Precandidaturas

Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Navegar los canales del portal a evaluar e identificar si cuenta con la siguiente información sobre precandidaturas:</i>		
Información sobre precandidatos.	Si=0 No=1	
Información curricular de precandidatos.	Si=0 No=1	
Mecanismos de control y supervisión de elección de candidatos.	Si=0 No=1	

Indicador: Campaña

<i>Navegar los canales del portal a evaluar e identificar si cuenta con la siguiente información sobre campañas:</i>		
Material de campaña.	Si=0 No=1	
Eventos de campaña.	Si=0 No=1	
<i>Buscar información sobre los candidatos e identificar lo siguiente:</i>		
Información curricular.	Si=0 No=1	
Datos de contacto.	Si=0 No=1	
Propuestas.	Si=0 No=1	

Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la información y contenido en precampaña o campaña electoral en el sitio evaluado.

--

Tema: Contenido		
Categoría: Servicios		
Indicador: Servicios digitales		
Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Navegar los canales del portal a evaluar e identificar si cuenta con los siguientes servicios digitales al ciudadano:</i>		
112. Registro de afiliados.	Proceso completo= 3 Proceso parcial=2 Información= 1 Nada= 0	
113. Registro de representantes electorales.	Proceso completo= 3 Proceso parcial=2 Información= 1 Nada= 0	
114. Registro de voluntariado.	Proceso completo= 3 Proceso parcial=2 Información= 1 Nada= 0	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a los servicios digitales que se ofrecen en el sitio evaluado.		

Tema: Interacción		
Categoría: Participación política		
Variable	Respuesta	Comentarios
<i>Revisar si el sitio ofrece herramientas o mecanismos de participación política entre los ciudadanos y el partido.</i>		
Indicador: Contacto		



115. Datos de contacto con el partido.	Si=0 No=1	
116. Datos de contacto con líderes del partido.	Si=0 No=1	
117. Datos de contacto con Diputados.	Si=0 No=1	
118. Datos de contacto con Senadores.	Si=0 No=1	
Indicador: Herramientas interactivas		
119. Publicación de comentarios.	Si=0 No=1	
120. Encuestas en línea sobre temas de interés del partido.	Si=0 No=1	
121. Voto electrónico sobre políticas que busca impulsar el partido.	Si=0 No=1	
122. Chats en vivo con representantes del partido.	Si=0 No=1	
123. Blogs de miembros del partido.	Si=0 No=1	
124. Petición electrónica.	Si=0 No=1	
125. Existe información de seguimiento a la participación.	Si=0 No=1	
Indicar comentarios u observaciones generales con relación a la interacción que se ofrece en el sitio evaluado.		

Tema: Interacción

Categoría: Redes sociales

Indicador: Facebook

Variable	Respuesta	Comentarios
126. El portal cuenta con un enlace a una cuenta oficial del partido en la red social de Facebook.	Si=0 No=1	

En caso de que la respuesta anterior sea afirmativa, revisar lo siguiente en la página o perfil oficial de Facebook:



127. La cuenta está activa y muestra publicaciones recientes.	Si=0 No=1	
Escribir el número de publicaciones en la última semana.		
Escribir cuáles son los temas o planteamientos que se hacen a través de la red social:		
Indicador: Twitter		
128. El portal cuenta con un enlace a una cuenta oficial del partido en la red social de Twitter.	Si=0 No=1	
<i>En caso de que la respuesta anterior sea afirmativa, revisar lo siguiente en el perfil oficial de Twitter:</i>		
129. La cuenta está activa y muestra publicaciones recientes.	Si=0 No=1	
Escribir el número de publicaciones en la última semana.		
Escribir cuáles son los temas o planteamientos que se hacen a través de la red social		
Indicador: Youtube y multimedia		
130. El portal cuenta con un enlace a una cuenta oficial del partido en la red social de Youtube.	Si=0 No=1	
<i>En caso de que la respuesta anterior sea afirmativa, revisar lo siguiente en el perfil oficial de Youtube:</i>		
131. La cuenta está activa y muestra publicaciones recientes.	Si=0 No=1	
Escribir el número de publicaciones en la última semana.		



Escribir cuáles son los temas o planteamientos que se hacen a través de la red social

Indicador: Vínculo entre portal y redes sociales

A partir de la revisión de las redes sociales identificar lo siguiente:

132. La información publicada en redes sociales está vinculada al portal, es decir, tiene ligas al portal.	Si=0 No=1	
133. La información que se promueve en redes sociales se encuentra en el portal.	Si=0 No=1	

Indicar comentarios u observaciones generales con relación a redes sociales que se ofrece en el sitio evaluado.

Fecha de término de la revisión: