

**El uso de las tecnologías  
de la información y la  
comunicación en la relación  
directa entre ciudadanos  
y representantes políticos.  
El caso de las Cortes Valencianas 2010**

*Francisco Javier Puchades Arce*

**TEMAS  
DE LAS**

**CORTES VALENCIANAS**





EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS  
DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN  
EN LA RELACIÓN DIRECTA ENTRE CIUDADANOS  
Y REPRESENTANTES POLÍTICOS.  
EL CASO DE LAS CORTES VALENCIANAS 2010

*Francisco Javier Puchades Arce*

TEMAS DE LAS CORTES VALENCIANAS  
Número 24

Edita: Corts Valencianes  
Autor: Francisco Javier Puchades Arce  
ISBN: 978-84-89684-44-7  
Depósito legal:  
Imprime: Rotodomenech, SL



Los trabajos publicados en esta colección están bajo una licencia Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite a su autor y a la institución que los edita (CORTS VALENCIANES), no los utilice para fines comerciales y no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.es>>.

*A mis padres, Vicente y Asunción*

Este libro es el resultado del trabajo de investigación titulado *El uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la relación directa entre ciudadanos y representantes políticos. El caso de las Cortes Valencianas 2010* cuya realización ha valido a su autor para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados. Su planteamiento, ejecución y resultados forman parte, por tanto, de su trabajo de Tesis Doctoral. Las conclusiones que aporta no representan más que una fotografía fija tomada en un momento determinado del eje temporal. Nada indica que, obtenida en otro momento, esa fotografía pueda arrojar resultados distintos. Así, las conclusiones deben ser acogidas como un estímulo positivo hacia una realidad tecnológica a la que ya es imposible dar la espalda, y sobre la cual la política y los políticos no pueden ser ajenos.



# ÍNDICE





PREFACIO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	15
1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS DE PARTIDA.....	21
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO ...	23
1.2. TEMA, OBJETO Y ÁMBITO DE ESTUDIO.....	25
1.3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	27
2. METODOLOGÍA Y APLICACIÓN DEL MÉTODO AL OBJETO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
2.1. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO: ELECCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL MÉTODO.....	31
2.2. LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD: ELECCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL MÉTODO.....	33
2.3. PROYECTO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	37
3.1. LA CRISIS DE LEGITIMIDAD DE LA POLÍTICA: EL ALEJAMIENTO DE LOS CIUDADANOS DE LAS INSTITUCIONES.....	39
3.1.1. Insuficiencias de la democracia representativa: el problema de los partidos políticos.....	40
3.1.2. La influencia de la televisión y de la cultura de la imagen: las consecuencias sobre el discurso político.....	47
3.2. EL NACIMIENTO DE NUEVAS FORMAS DE CAPITAL SOCIAL.....	67
3.2.1. La participación ciudadana en el ámbito local.....	68
3.2.1.1. Justificación democrática y orígenes de la participación ciudadana.....	68

3.2.1.2. Mecanismos e instrumentos de participación ciudadana .....	72
3.2.1.3. La participación ciudadana local a través de internet: una innovación democrática.....	77
<b>3.2.2. Las nuevas formas de organización colectiva: los nuevos movimientos sociales</b> .....	81
3.2.2.1. Los nuevos movimientos sociales como alternativa frente al déficit de la democracia representativa.....	82
3.2.2.2. Los nuevos movimientos sociales y el uso de las nuevas tecnologías. La red como forma de hacer política.....	85
<b>3.3. INTERNET COMO INSTRUMENTO DE PARTICIPACIÓN EN EL CAMPO DE LA POLÍTICA</b> .....	95
3.3.1. Las posiciones frente a la crisis de legitimidad: internet ante al déficit democrático .....	96
3.3.2. Usos y aplicaciones de internet en el proceso político: la red como herramienta de participación democrática.....	104
3.3.3. La irrupción de internet en el panorama electoral .....	111
3.3.3.1. El paradigma de la experiencia americana: de la campaña de Howard Dean a la comunidad virtual de Barack Obama .....	111
3.3.3.2. El nacimiento de las cibercampañas electorales en España: el déficit de los partidos políticos a la hora de articular la participación electrónica .....	120
<b>3.4. LUCES Y SOMBRAS EN EL USO POLÍTICO DE INTERNET</b> .....	136
3.4.1. La desigualdad en el acceso a las nuevas tecnologías: un elemento de exclusión.....	137
3.4.2. Información y entretenimiento frente a participación cívica: la brecha que no se cierra.....	149
3.4.3. Los efectos de internet sobre la calidad del debate .....	153
<b>4. TRABAJO DE CAMPO</b> .....	159
<b>4.1. FASE ANALÍTICA</b> .....	173
<b>5. ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	179
<b>5.1. ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD DE LOS DIPUTADOS DE LAS CORTES VALENCIANAS A LA HORA DE PUBLICAR SU DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO EN LA PÁGINA WEB DE LA INSTITUCIÓN</b> ....	182

5.2. ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD DE LOS DIPUTADOS DE LAS CORTES VALENCIANAS A LA HORA DE PUBLICAR SU DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO A PARTIR DE LAS VARIABLES DE SEXO, EDAD, GRUPO PARLAMENTARIO Y RESPONSABILIDAD POLÍTICA FUERA DEL PARLAMENTO .....	197
5.3. ANÁLISIS DE LOS PORCENTAJES DE RESPUESTAS OBTENIDOS Y ANÁLISIS CONTENIDO DEL TRABAJO DE CAMPO.....	203
5.3.1. Análisis de la primera oleada del trabajo de campo .....	203
5.3.2. Análisis de la segunda oleada del trabajo de campo .....	208
5.3.3. Análisis de la tercera oleada del trabajo de campo .....	215
6. CONCLUSIONES .....	221
BIBLIOGRAFÍA .....	229



## PREFACIO



*Resulta sorprendente la facilidad con la que un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas –Internet– se ha instalado en la vida de los ciudadanos dando acceso a un abanico de acciones de comunicación e intercambio a todos los niveles.*

*La tecnología proporciona el instrumento necesario para contribuir al proceso de creatividad y de participación con la finalidad de difundir y compartir. De esta manera se inicia una tendencia importante a participar, dejando a un lado la natural pereza del hombre que solo observa la realidad pero que no contribuye a su transformación.*

*La interactividad ha sido la principal aportación que los nuevos medios electrónicos han incorporado a la comunicación on-line. Incluso se ha considerado como la cuarta revolución en el mundo de la transmisión de mensajes. La idea de que la comunicación interactiva no es un continuo cerrado, sino un discontinuo abierto, es algo diferencial y un concepto a tener en cuenta a la hora de analizar el proceso, ya que el espacio empieza a compartirse y el tiempo va cada vez acercándose más a la conversación en tiempo real.*

*La interactividad se ha convertido en un objetivo pretendido por las instituciones públicas y privadas con el fin de crear líneas de comunicación positivas y fructíferas para ambas partes. El siguiente paso sería crear sinergias entre emisor/es y receptor/es, para lo que es preciso que la participación del receptor se acreciente convirtiéndose en emisor.*

*La incorporación de dispositivos móviles con acceso a la Red ha supuesto un paso más en esta progresión de aumento de accesibilidad de las comunicaciones y de la información por parte de los usuarios. El correo electrónico sigue siendo la herramienta más utilizada entre los individuos por su carácter formal, gratuidad y amplitud de texto.*

*Los foros, blogs y redes sociales se multiplican exponencialmente y, aunque en muchos casos la trivialidad de los temas por parte de los usuarios descorazona, debemos concluir que el proceso de aprendizaje hacia una actitud de respuesta activa hacia las instituciones, organismos, empresas, etc. se va consolidando.*

*A través de las redes sociales el individuo está explotando su dimensión social. Los amigos, los fans, los seguidores intercambian datos, experiencias, fotos, videos, recomendaciones y todo aquello que les interesa. Las redes profesionales como*

LinkedIn, o las redes de conocimiento como Gnos, favorecen el intercambio de saberes y experiencias profesionales. Muchas otras redes se especializan en algún sector –deportes, aficiones, etc.– y, cuando hay alguna duda, lo más fácil es preguntar en tu red social. El ser humano está demostrando una inmensa generosidad con su tiempo, pues siempre encuentra alguien que responde, da igual desde que parte del mundo lo haga.

Los blogs corporativos y las redes sociales son los nuevos canales de comunicación on-line. A pesar de las suspicacias que puede generar el hecho de dar absoluta libertad al usuario para que realice sus comentarios, sin duda estas herramientas están siendo estudiadas con intensidad por los directores de marketing y asesores políticos. El resultado es que, cada vez más, la Red de Internet aparece como elemento de la estrategia de comunicación y como herramienta de posicionamiento.

Según el Estudio General de Medios, el número de internautas alcanzó los 22,2 millones en la oleada de Febrero-Marzo de 2011, lo que supone un 55,2 por ciento de la población mayor de 14 años. Estos usuarios muestran ya un fuerte hábito de conexión, puesto que un 74,7 por ciento se conectaron ayer. Sin duda la incidencia de su uso en el mundo laboral se está generalizando (el 22,1 por ciento se conectaron desde el trabajo), pero es en otros ámbitos de la vida social donde se afianza su utilización (el 80 por ciento se conectaron desde casa).

La Comunidad Valenciana no está siendo ajena a estas innovaciones y demuestra un importante potencial de desarrollo del uso de las nuevas tecnologías. Su penetración alcanza el 52,9 por ciento de la población, ocupando el décimo lugar dentro del ranking por Comunidades Autónomas. Queda aún mucho por caminar, y así lo demuestra el investigador Francisco Javier Puchades Arce, autor del trabajo El uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la relación directa entre ciudadanos y representantes políticos. El caso de las Cortes Valencianas 2010. Su carácter inédito, y las conclusiones que aporta acerca de un marco no estudiado hasta el momento, deben ser interpretados como claves para reconocer con mayor claridad cuál es el escenario actual en cuanto a esa relación interactiva electrónica entre los representantes políticos y los ciudadanos. Sus conclusiones, no obstante, deben ser acogidas con un espíritu de futuro y siempre con el objetivo de prepararse para una nueva realidad comunicativa que ya está en desarrollo, y que será imparable en el corto plazo.

M.<sup>a</sup> Isabel De Salas Nestares

Directora Observatorio Beyond The Line.  
Universidad CEU Cardenal Herrera. Valencia



# INTRODUCCIÓN



El impacto de las tecnologías de la información en multitud de esferas de la vida social y económica a lo largo de la última década ha sido indudable. Si se observa desde un punto de vista práctico se puede apreciar que la lista de tareas y actividades que podemos abordar desde la red es, hoy en día, amplísima: desde recibir un diagnóstico médico hasta realizar trámites burocráticos con la Administración, pasando por entablar relaciones personales o conocer nuevas amistades. Su irrupción ha modificado para siempre el funcionamiento de la industria del cine o de los contenidos musicales y ha generado un nuevo sector en la economía dentro de lo que tradicionalmente conocíamos como el sector terciario o de servicios. Teniendo en cuenta el impacto sobre todas estas materias, parece lógico plantearse la pregunta de cuáles pueden haber sido los cambios que internet y las tecnologías de la información han provocado en la vida política y parlamentaria. La cuestión viene planteada en una doble dirección, ya que no sólo mira al pasado sino también al futuro, es decir a las transformaciones venideras que pueden suceder cuando el acceso a las tecnologías de la información sea mayoritario, tanto entre la población como entre los representantes políticos.

El análisis de ese impacto es determinante para muchos profesionales como Javier Del Rey, José Luis Dader, Rafael Rubio o Francisco Manuel García Costa, que consideran que internet dispone de las bases para conseguir una mayor profundización de la democracia a través del establecimiento de una relación directa y permanente entre los representantes políticos y los ciudadanos (DEL REY, J. 2002: 302-305; DADER, J. L. 2003: 311-316; RUBIO, R. 2000: 290; GARCÍA COSTA, F. 2007: 7-10). Su implantación en las condiciones adecuadas permitiría abrir la vida política y la gestión pública a la participación de la ciudadanía, en un proceso enriquecido que se acercaría al concepto de democracia deliberativa que planteaba John Elster (ELSTER, J. 2001: 139).

El movimiento es necesario para aquellos autores que consideran que la democracia se encuentra navegando por un proceso de crisis de legitimidad, acuciada por los males de la falta de confianza y del alejamiento paulatino de los ciudadanos respecto a sus instituciones. Algunos autores como Robert Putnam, se refieren a este proceso como el declive del capital social, mientras que otros como Pippa Norris, Kenet Newton o José María Sanmartí ven en esta crisis de la democracia una clara influencia de la mala actuación de los gobiernos, la pérdida de protagonismo de los parlamentos y la implantación del discurso simplificado impuesto

por los medios de comunicación, especialmente la televisión (PUTNAM, R. 2003: 623-652; NEWTON, K. y NORRIS, P. 2000: 53-73; SANMARTÍ, J. 2003: 82-84).

La secuencia planteada indicaría que la democracia atraviesa por un proceso de crisis y que las tecnologías de la información se plantean como una alternativa para impulsar su revitalización a través de la participación ciudadana y de la interacción entre políticos y ciudadanos. Es decir, revalorizar el tándem político-ciudadano (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 31) para avanzar hacia la transparencia en la gestión y la implicación continua de los individuos en la vida política, superando así una de las claras insuficiencias de la democracia que sólo solicita la presencia de la ciudadanía en los períodos electorales.

Para abordar el escenario que se ha descrito el trabajo de investigación se estructura en seis apartados. En primer lugar se detiene en la formulación de las hipótesis que sirven como punto de partida y en la delimitación de los objetivos que han guiado la investigación. De esta manera se pretende ubicar la tarea desarrollada por el investigador sobre unas bases sólidas que permitan identificar de manera inmediata cuál es su planteamiento y cuáles son los motivos que han llevado al investigador a adentrarse en el objeto de estudio.

En el apartado segundo se describe, desde un punto de vista teórico, la metodología escogida para abordar la investigación. El investigador demuestra conocer cada uno de los métodos empleados y expone su aplicación al proyecto y diseño de la investigación.

El análisis del entorno queda enmarcado en el apartado tercero que, en un intento de aportar mayor claridad a la exposición de los contenidos, se ha dividido en cuatro sub-apartados. El primero trata de profundizar en las causas y consecuencias que han arrastrado a la democracia hacia el proceso de crisis por el que atraviesa en la actualidad, caracterizada por la desconfianza y el alejamiento de los ciudadanos hacia las instituciones. En ese movimiento se observan dos corrientes de pensamiento. Por una parte, la de aquellos autores que consideran que el sistema democrático se ha revelado claramente insuficiente para articular la participación de la ciudadanía más allá de los períodos electorales. La segunda corriente es la de aquellos autores que justifican esa crisis en la pérdida de poder de los parlamentos y en la irrupción de la televisión como medio de comunicación de masas por excelencia. El sometimiento de los partidos políticos a las rutinas de producción de la televisión no ha hecho sino deteriorar el debate democrático y conducirlo hacia un proceso de degradación y simplificación.

El segundo sub-apartado enlaza directamente con esa crisis del modelo de la democracia representativa que se ha referenciado anteriormente y trata de revisar algunas de las soluciones que, ya desde el principio, se han propuesto para resolver los problemas que se han ido revelando con el desarrollo del sistema democrático. Lo hace desde dos movimientos que, aunque diferentes en el tiempo y en el contexto, tratan de construir nuevas formas de capital social ciudadano.

El primero se produce en el contexto de la política municipal a lo largo de la década de los 80, cuando se aprueban los primeros mecanismos de participación ciudadana. Estos instrumentos se convierten en espacios para la interacción entre políticos y ciudadanos, que tratan de incorporarse a la gestión de los asuntos públicos después de comprobar las escasas oportunidades de participación que les ofrecen los mecanismos de la democracia representativa. El proceso de construcción de la participación ciudadana nos interesa porque, posteriormente, y con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, esos mecanismos de participación ciudadana en el ámbito local se han transformado en plataformas electrónicas capaces de canalizar la participación ciudadana a través de internet. Su interés para el presente trabajo reside en las posibilidades que se abren con ellos: se crean nuevos espacios de interacción, deliberación y diálogo, desconocidos hasta el momento, entre los representantes políticos y los ciudadanos.

La segunda de las reacciones frente a la crisis del modelo de democracia representativa que se analizan pone el punto de mira en los nuevos movimientos sociales. Su nacimiento se interpreta como una respuesta frente al déficit democrático que revelan las organizaciones verticales tradicionales como los partidos políticos y los sindicatos. Nos interesa porque en su surgimiento y posterior desarrollo toman un papel fundamental las tecnologías de la información, que se convierten en el elemento clave de su estructura descentralizada y de su modelo de decisión horizontal, que busca abrir la participación a todos los actores implicados. Los nuevos movimientos sociales se convierten en laboratorios de democracia en los que internet inaugura una nueva forma de hacer política. Demuestran, antes de que los partidos políticos den el salto a internet, que la red sí puede funcionar como escenario interactivo de diálogo permanente e intercambio de propuestas.

En el momento de finalizar la redacción de este trabajo (junio de 2011) se han producido dos hechos muy relevantes respecto al nacimiento y organización de los nuevos movimientos sociales: las revueltas en los países árabes y la aparición del movimiento 15-M en España. Por su relevancia y por su modo de funcionamiento, en cuanto a plataformas descentralizadas, de estructuras horizontales y entregadas totalmente a internet en su coordinación y propagación, el trabajo se detiene en sus manifestaciones en la parte final del segundo sub-apartado.

Sobre la base de estos antecedentes se aborda el tercer sub-apartado, que se detiene en la irrupción de internet en el campo de la política. Se recoge, en primer lugar, la línea de pensamiento de aquellos autores que consideran que las tecnologías de la información pueden proporcionar un impulso práctico para que la democracia abandone el proceso de crisis en el que se encuentra inmersa. A través del fomento de la interactividad se puede construir una relación permanente de intercambio de propuestas y opiniones entre políticos y ciudadanos. De esta manera, el sistema ganaría en transparencia, en participación y en implicación ciudadana, en un movimiento que ayudaría a reducir el paulatino alejamiento respecto a las instituciones públicas. Ubicado el marco de referencia, se avanza hacia el estudio

de las aplicaciones de internet en la vida política y parlamentaria. Así, se realiza un repaso cronológico que analiza cómo ha sido la incorporación de los partidos políticos al entorno de internet. Este apartado ofrece una visión acerca de cómo han utilizado hasta el momento los partidos sus herramientas desde el punto de vista comunicativo. Paralelamente, apunta algunas conclusiones acerca de si, con esa explotación de los recursos, se puede pensar en el potencial revitalizar que habían planteado anteriormente los autores referenciados.

En el cuarto sub-apartado, con el cual se cierra el marco teórico, se abordan los límites que presentan las tecnologías de la información en su aplicación a la vida política y parlamentaria. Si en los apartados anteriores se habían repasado las potencialidades y nuevas vías que abría internet en este campo, este punto adopta una perspectiva realista para analizar las dificultades que existen para la plena realización de una democracia electrónica. Desde esta perspectiva se repasan algunas de sus principales limitaciones como la brecha digital, los efectos de internet sobre la calidad del debate democrático o la falta de implicación de la ciudadanía en la participación política electrónica.

Cerrado el análisis del entorno, el apartado cuarto vuelve de nuevo a detenerse sobre criterios metodológicos, si bien lo hace de una manera distinta a la expuesta en el apartado número dos. En este caso, se describe la aplicación de la metodología a la tarea práctica del diseño y ejecución del trabajo de campo. El criterio que prima en este punto es el descriptivo. Se ha considerado ésta la estructuración más idónea debido a la cercanía de este punto con el análisis de resultados, que se aborda en el apartado siguiente, es decir, el número cinco.

El análisis de los resultados del trabajo de campo se considera una de las fases más importantes, ya que las inferencias e interpretaciones surgidas de ese proceso conducen directamente a la elaboración de las conclusiones, que se exponen en el apartado número seis. Es en este punto donde aparecerán confirmadas o refutadas las hipótesis planteadas al inicio del trabajo de investigación.

# 1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS DE PARTIDA





## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

El presente trabajo de investigación se detiene en un momento en que el correo electrónico, los blogs, los perfiles en las redes sociales y las páginas personales en internet han proliferado entre los representantes políticos. Resultaría agotador realizar un listado de todos los políticos españoles que hoy en día tienen presencia en internet a través de alguna de esas herramientas. Desde el portavoz de CiU en el Congreso, Josep Antoni Durán i Lleida hasta el vicesecretario de comunicación del PP, Esteban González Pons, pasando por la ministra de Sanidad, Leire Pajín, se ha creado todo un entramado de «blogueros» entre la clase política española que después se ha ampliado con la aparición de sus perfiles en las redes sociales. Estos tres nombres son sólo algunos de los más repetidos y referenciados dentro del ámbito de los medios de comunicación por la relevancia política de sus cargos, así como por la asiduidad con la que actualizan sus contenidos. Sin embargo, si descendiésemos al nivel de la política autonómica, incluso municipal, encontraríamos centenares de ejemplos más.

Se trata, por tanto, de un fenómeno relativamente cercano en el tiempo que, hasta el momento, se ha abordado desde un punto de vista descriptivo. Han sido los medios de comunicación los que, hasta la fecha, nos han ofrecido una perspectiva acerca del uso que los políticos están haciendo de las tecnologías de la información. A través de noticias y reportajes hemos conocido la configuración de la política 2.0 o de los gobiernos 2.0, es decir, la aparición de nuevas vías de comunicación en internet para promover la relación interactiva entre los políticos y los ciudadanos. Ese enfoque periodístico, sin embargo, se ha quedado en un nivel superficial. Se ha limitado a presentarnos a aquellos políticos más activos en el uso de las tecnologías de la información y a ofrecernos una visión estática y puntual acerca de qué herramientas utilizan y cómo lo hacen. En otras palabras, se ha impuesto un criterio cuantitativo para valorar el trabajo y la presencia de los políticos en la red. Desde este punto de vista, los más activos son los que más actualizan su blog o los que mejor alimentado de comentarios mantienen su perfil en las redes sociales. No se ha analizado, porque tampoco corresponde a la dimensión de un reportaje o una noticia periodística, si los políticos están utilizando las tecnologías de la información para escuchar

las propuestas de los ciudadanos e interactuar con ellos a través de un debate constructivo. Esa dimensión cualitativa es la que pretende aportar el presente trabajo de investigación. Es decir, nos situamos en un punto en el que sabemos que los representantes políticos han colonizado la red con espacios a través de los cuales emiten sus opiniones, pensamientos y propuestas. A partir de ahora queremos averiguar si esos mismos espacios están explotando la tan valiosa interactividad que aporta internet para abrir entornos de debate y mantener una relación directa con la ciudadanía.

El enfoque cualitativo es especialmente importante cuando el punto de mira se coloca sobre la interactividad que aporta internet a la comunicación. Este enfoque se observa, sobre todo, en el uso que los medios de comunicación de masas (televisión, radio, prensa) están haciendo de esa interactividad, y cuya reflexión previa ha ayudado en gran medida a este investigador a la hora de plantear el trabajo. Todos los medios de comunicación cuentan hoy en día con sitios web en internet que funcionan como plataformas paralelas de difusión de sus contenidos. Las televisiones emiten sus espacios informativos a través de la señal digital en TDT, pero también actualizan las noticias de manera permanente a través de sus páginas web. Sin embargo, la comunicación unidireccional clásica de los medios de masas termina aquí, porque esos mismos medios han incorporado la interacción que aportan las tecnologías de la información a la producción de los contenidos. Hoy es complicado encontrar un espacio informativo, de debate o de tertulia que no mantenga las vías de comunicación permanentemente abiertas con la audiencia a través del correo electrónico, los sms o las redes sociales. La audiencia se ha incorporado plenamente a la gestión de los contenidos a través de interpelaciones a los invitados, mensajes o participación en encuestas electrónicas, y eso es algo que no ocurría una década atrás. Se podrían mencionar centenares de ejemplos, pero este investigador lo comprobó en una entrevista que el conductor del programa *Hoy por hoy* de la Cadena Ser, Carles Francino, realizó al lehendakari, Patxi López, el 15 de enero de 2010.<sup>1</sup> La entrevista duró alrededor de 55 minutos. A partir del cuarto minuto, y tras una serie de preguntas introductorias, el conductor advirtió de que se iba a dar paso a un formato que les gustaba especialmente y que pasaba por abrir el contenido a las preguntas de los oyentes. A partir de ese momento, y casi hasta el final de la conversación, el conductor intercaló sus intervenciones con cuestiones planteadas por la audiencia a través del correo electrónico, el sms o el teléfono.

Como se observa, los medios de comunicación no se han limitado a trasladar su actividad comunicativa a la red, sino que han explotado la interactividad para acercarse a la audiencia, conocer sus inquietudes e incorporarla a la producción de los contenidos. El ejemplo resume el enfoque cualitativo que ha guiado la

<sup>1</sup> Fuente: Cadena SER. <[http://www.cadenaser.com/espana/audios/entrevista-completa-patxi-lopez-hoy-hoy/csrsrpor/20100115csrsrnac\\_2/Aes/](http://www.cadenaser.com/espana/audios/entrevista-completa-patxi-lopez-hoy-hoy/csrsrpor/20100115csrsrnac_2/Aes/)>. Fecha de consulta: 20/01/2010.

elaboración del presente trabajo y su deseo de no quedarse en un planteamiento meramente descriptivo. Los objetivos, una vez conocida la presencia de la clase política y de las instituciones en la red, pasan por analizar si los políticos están utilizando las herramientas que les facilita internet para acercarse a los ciudadanos, conocer sus problemas y abrir un debate constructivo con ellos. A partir de ahí, el análisis de la utilización que los representantes políticos están haciendo de las tecnologías de la información en su relación con la ciudadanía permitiría avanzar en el conocimiento de las bases de esa ciberdemocracia o democracia interpelativa que, según algunos autores, puede servir de impulso para revitalizar el proceso democrático, actualmente en crisis (COLEMAN, S. *et al.* 1999: 142; SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 115; TRIPPI, J. 2008: 227).

## 1.2. TEMA, OBJETO Y ÁMBITO DE ESTUDIO

Para delimitar el ámbito del trabajo debemos señalar brevemente aspectos metodológicos que se ampliarán en el apartado segundo. En la revisión de la bibliografía necesaria para proceder a la construcción del marco teórico se han consultado un conjunto de fuentes primarias y secundarias que han ayudado al investigador en la tarea de profundizar en el objeto de estudio. A la hora de plasmar las ideas y reflexiones extraídas de esas fuentes, el investigador ha optado por la cita literal a causa de la riqueza que aporta el discurso de los autores consultados.

Posteriormente, y para abordar el trabajo de campo, el investigador ha utilizado una combinación de técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, si bien estas últimas han tenido un peso menor al tratarse de simples operaciones de obtención de porcentajes para poder efectuar comparaciones. En el caso de la metodología cualitativa se ha optado por el análisis de contenido y la entrevista en profundidad. El investigador, tal como se expone en el apartado segundo, las ha considerado las más adecuadas para cumplir con los objetivos del trabajo de investigación.

El ámbito de estudio se ha centrado, fundamentalmente, en el territorio español en cuanto a los proyectos y propuestas que se han referenciado. No obstante, el trabajo contiene referencias a iniciativas puestas en marcha en otros países, especialmente Estados Unidos por considerarse uno de los primeros y más avanzados exponentes en el uso de las tecnologías de la información dentro de la vida política y parlamentaria.

El trabajo de campo se ha focalizado en el Parlamento Autonómico de la Comunidad Valenciana. Los motivos de esta decisión responden a dos razones fundamentales. En primer lugar, las Cortes Valencianas se constituyen como órgano de gobierno elegido por los ciudadanos en unas elecciones democráticas. Sus 99 diputados se convierten en garantes de la voluntad popular al servicio del

bien público y del corpus de ciudadanos que los ha elegido. En consecuencia, su existencia, estructura y funciones encajan en el planteamiento del trabajo de investigación que, en uno de sus objetivos, pretende averiguar si los representantes políticos están utilizando las tecnologías de la información para mantener una relación directa con la ciudadanía.

En segundo lugar, la elección de las Cortes Valencianas también ha estado motivada por un criterio de oportunidad y avance. Tal como se explicará al final del apartado tercero, el análisis del uso de internet que hacen los parlamentarios ya cuenta con el antecedente de la investigación que realizó José Luis Dader en los años 1999, 2001 y 2005 (DADER, J. L. 2003: 309-342; DADER, J. L y CAMPOS, E. 2005: 105-132). Su trabajo se centró en el marco del Congreso de los Diputados y el Senado español, de forma que la muestra escogida estaba compuesta por los 613 diputados o senadores que formaban parte de ambas instituciones. La presente investigación parte de aquellas bases, pero no renuncia a los objetivos de aportar novedades al conocimiento científico. De hecho, tanto la metodología como la ejecución del trabajo de campo presentan diferencias notables. Por ello se ha apostado por centrar el foco investigador en un escenario parlamentario inexplorado hasta el momento con estos objetivos, como es el caso de las Cortes Valencianas. Asimismo, las últimas conclusiones que aporta el estudio de José Luis Dader se detienen en el año 2005. A partir de ese momento, y hasta el punto de ejecución de la presente investigación en el año 2010, se detecta la existencia de un vacío que impide conocer si se ha producido una evolución real en cuanto al uso que los políticos realizan de internet en su relación con la ciudadanía. En consecuencia, estimamos que el presente trabajo también es novedoso porque aporta una visión actualizada de la realidad objeto de estudio.

Si la metodología llevada a cabo arroja datos que permiten reconocer un modelo de estudio, el trabajo podría aplicarse a la estructura de otras instituciones u órganos de gobierno. Por ejemplo, al estudio de la interacción entre ciudadanos y políticos a través de otras instituciones parlamentarias como, por ejemplo, el Parlamento Europeo.

Es importante resaltar que el trabajo de campo se ha focalizado en las Cortes Valencianas, más en concreto en la Cámara de diputados elegidos para la VII legislatura (2007-2011). Asimismo, el marco temporal de la investigación se ha concentrado entre los meses de febrero y mayo del año 2010. Esta puntualización debe servir para recordar que las conclusiones que aporta el análisis de resultados de este trabajo deben limitarse tanto al marco geográfico como al eje temporal en el que se han obtenido. Es decir, los resultados no tienen porque ser extrapolados a otras autonomías. Tampoco a otras composiciones pasadas de la Cámara Autonómica. Lo que aporta la investigación es una fotografía fija tomada en un escenario temporal determinado. Nada indica que, tomada en un momento diferente, pueda arrojar resultados distintos.

### 1.3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

La presente investigación se dirige a la consecución de los siguientes objetivos:

1. Conocer la opinión de los diputados autonómicos valencianos acerca del papel que las tecnologías de la información desempeñan en su trabajo diario.
2. Averiguar cómo ha cambiado su manera de acercarse y relacionarse con el ciudadano desde la aparición de las tecnologías de la información.
3. Conocer si los diputados valencianos están utilizando las tecnologías de la información para mantener una relación directa e interactiva con los ciudadanos.
4. Determinar la calidad de esa relación interactiva. Es decir, analizar si las herramientas de internet, y en concreto el correo electrónico, se convierten en un espacio para el intercambio de propuestas, la reflexión y las opiniones argumentadas.

De un modo simplificado, la secuencia de los objetivos que se persiguen con el presente trabajo de investigación se resumiría con la respuesta a las siguientes cuestiones: Si yo, ciudadano anónimo, le escribo un correo electrónico a un diputado en el que le planteo un problema, una sugerencia o una propuesta, ¿va a responderme? Y si me responde, ¿qué clase de contestación va a ofrecerme? ¿Qué grado de implicación va a demostrar en ella?

Posteriormente, trataremos de comprobar si el cumplimiento de estos objetivos se ajusta a la hipótesis que sirve como punto de partida para la elaboración de la investigación:

1. Los diputados de las Cortes Valencianas no están utilizando el correo electrónico, dentro del conjunto de herramientas que ofrecen las tecnologías de información, para mantener una relación directa e interactiva con el ciudadano. No obstante, sería interesante poder demostrar si los integrantes de los grupos minoritarios son más activos en su manejo y gestión, en un intento de aprovechar el bajo coste económico y la cercanía ciudadana que les proporciona esta herramienta.

Una vez efectuado el trabajo de campo y el posterior análisis de los resultados se procederá a la formulación de las conclusiones que permitirán validar o refutar las hipótesis planteadas.



## 2. METODOLOGÍA Y APLICACIÓN DEL MÉTODO AL OBJETO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN





El apartado que a continuación se aborda pretende explicar y justificar la metodología escogida para abordar el trabajo de investigación. En ella se ofrece, desde el punto de vista teórico, una perspectiva del análisis de contenido y la entrevista en profundidad, las dos técnicas de investigación más importantes empleadas para el diseño del proyecto y el posterior análisis, tratamiento e interpretación de los resultados. Asimismo, se explican los pasos que se han seguido para la elaboración del marco teórico a través de la consulta de fuentes primarias y secundarias.

A continuación se repasan las fases de la investigación en que se ha basado el proyecto. En este sentido se abordan, desde un punto de vista descriptivo, todos y cada uno de los pasos ejecutados desde la fase preparatoria inicial hasta la fase informativa de presentación de datos y conclusiones. En la práctica constituye el relato de cómo se ha adaptado la metodología de investigación a las características propias del trabajo. Conviene puntualizar que esta tarea descriptiva se encuentra dividida entre los apartados segundo y cuarto. El proyecto y diseño de la investigación se abordan al final del presente apartado, mientras que la descripción del trabajo de campo se ha trasladado al punto cuarto por su inmediata conexión con el análisis de resultados posterior, al cual se dedica el apartado quinto.

## 2.1. EL ANÁLISIS DE CONTENIDO: ELECCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL MÉTODO

El planteamiento científico seguido para la realización del trabajo de investigación, cuyo objetivo es analizar si los diputados utilizan el correo electrónico para mantener una relación directa con la ciudadanía, se ha basado en la aplicación de un método que nos permite realizar interpretaciones y sacar conclusiones a partir de los datos obtenidos durante la fase del trabajo de campo. De esta forma, se ha sometido el objeto de estudio a una fase de observación y exploración para, a continuación, explotar todos los datos obtenidos durante esa fase. En este sentido, tal como señala Bardin, se necesitaba de un método que permitiese ir más allá de una «lectura al pie de la letra» del contenido para ser capaces de descubrir aquellos sentidos que aparecen en un «segundo grado». En otras palabras, no detenerse exclusivamente en la descripción de los contenidos o resultados sino ver lo que estos, una vez tratados y analizados, pueden enseñarnos sobre otras cosas. Sobre este punto, Bardin destaca que, si la descripción es la primera etapa y la interpretación de los datos se

coloca como la última fase, es necesario encontrar un procedimiento que permita el paso «explícito y controlado» de una a otra. Este paso clave se encontraría en el procedimiento de la inferencia, que permite establecer correspondencias entre las estructuras semánticas o lingüísticas y las psicológicas y sociales de los enunciados. De hecho, la inferencia se convierte para el autor en uno de los pilares que sostienen la metodología del análisis de contenido. Para él, el propósito del análisis de contenido es la «inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)» (BARDIN, L. 1986: 29-30).

La definición de Bardin no olvida que en las sociedades del mundo desarrollado las comunicaciones de toda índole requieren de la aplicación de análisis de los lenguajes, códigos y expresiones lingüísticas utilizadas con el objetivo de poder interpretar los mensajes que transmiten y, en consecuencia, las actitudes, modelos y comportamientos que generan. El análisis de contenido se revela como el método que nos permite dar ese salto desde la observación de la realidad hasta su interpretación a través del procedimiento de la inferencia. Con ese objetivo, y teniendo en cuenta el objeto y ámbito de estudio de la investigación, se ha decidido emplear el método del análisis de contenido.

Rodríguez Gómez y otros autores optan por sistematizar la investigación cualitativa en una serie de procesos o fases dentro de los cuales se inserta el análisis de contenido. La primera fase o fase preparatoria consiste en la ejecución de todas las tareas que permiten diseñar la investigación a partir de la concreción del ámbito de estudio, la delimitación del marco teórico, la elección del método de investigación y la planificación de todas las actividades que se van a desarrollar a continuación.

La segunda fase o fase del trabajo de campo tiene como objetivo acceder al escenario de la investigación. Para ello se requiere seleccionar una muestra de los informantes y proceder a la recogida productiva de datos, que son aquellos componentes que van a asegurar el rigor y la validez de la información.

La tercera fase es la fase analítica, el punto donde los autores despliegan el método del análisis de contenido. Tal como señalan en su argumentación, su ejecución consiste en: «a) reducción de los datos; b) disposición y transformación de los datos; y c) obtención de resultados y verificación de conclusiones». La aplicación de estos tres pasos, aquí expuestos de manera muy esquemática, es lo que permite tratar e interpretar los resultados obtenidos durante el trabajo de campo, y encontrar los significados y las claves que se esconden más allá de la lectura superficial. En otras palabras, el análisis de contenido enseñaría aquella información no observada directamente por los receptores, por lo que sería necesario realizar inferencias a partir de los resultados obtenidos.

La realización de esta tarea culminaría con la cuarta fase o fase informativa, en la que el investigador presenta y difunde de forma oficial los resultados de su investigación (RODRÍGUEZ GÓMEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. 1999: 61-77).

## 2.2. LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD: ELECCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL MÉTODO

El diseño de un proyecto de investigación debe admitir la aplicación de tantas técnicas o métodos de investigación como sean necesarios para cumplir con los objetivos marcados al inicio. Valles defiende la combinación y la complementariedad de la entrevista en profundidad con otros métodos, tanto cuantitativos como cualitativos. El autor considera que en un trabajo de investigación no sólo interesa estudiar los hechos, sino también cómo estos se viven y se relatan. En este sentido, la entrevista en profundidad se revela como un «interrogatorio de calidad» que, entre otras finalidades, puede ayudar al entrevistador a contrastar los hechos que ha obtenido a través de otras fuentes (VALLES, M. 2002: 55).

El autor entiende la entrevista en profundidad como una técnica de investigación propia e independiente en sí misma pero añade que, combinada con otros métodos, puede ayudar a maximizar el trabajo del investigador y aportarle seguridad y fiabilidad en su tarea. En otras palabras, la realización inicial de entrevistas en profundidad a un conjunto de ciudadanos dentro de una muestra cuidadosamente seleccionada puede aportar claves para la tarea posterior de preparación de un cuestionario o encuesta a gran escala. Planteada a posteriori de la ejecución del trabajo de campo, la entrevista en profundidad aporta datos complementarios que pueden asistir al investigador en su tarea de comprobar la validez y la fiabilidad de los hechos recogidos durante la investigación. Sobre este punto, algunos autores como Ruiz Olabuénaga y Taylor y Bogdan también recomiendan establecer algún tipo de «control» sobre la información recibida a través de las entrevistas en profundidad. Significa que, en la medida de lo posible, el investigador debe apelar a tantas fuentes como resulte posible para comprobar la validez y la veracidad de los datos y las experiencias que se transmiten en la entrevista en profundidad para que ésta cuente con la suficiente garantía (RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. 1999: 186; TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. 1987: 127).

En el caso del presente trabajo de investigación, la entrevista en profundidad se ha aplicado con dos objetivos fundamentales. En primer lugar, para enriquecer los datos que aportaba el trabajo de campo empírico. El propósito era conocer si los diputados del Parlamento Valenciano estaban utilizando las tecnologías de la información para mantener una relación directa con la ciudadanía, pero también nos interesaba saber qué uso hacen de las nuevas tecnologías en su vida diaria, qué beneficios aportan a su trabajo o cuál es su opinión sobre las transformaciones que internet puede provocar en la política. Toda esa información extra obtenida a través de las conversaciones se convirtió en un enriquecedor recurso de contexto que después facilitó la tarea del investigador a la hora de realizar las inferencias del análisis de contenido. En segundo lugar, las entrevistas en profundidad permitieron al investigador la obtención de controles cruzados para comprobar algunos de los datos obtenidos durante la fase del trabajo de campo. La combinación de ambas técnicas no hizo sino construir puntos de apoyo mutuos a lo largo de toda la fase del análisis de los resultados.

### 2.3. PROYECTO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto y diseño de la investigación recoge, desde un punto de vista práctico, la descripción de las fases que ha seguido este investigador para la elaboración del trabajo. Para explicar con mayor detalle el proceso desarrollado se ha optado por sistematizarlo siguiendo las cuatro etapas que Rodríguez Gómez y otros autores mencionan cuando abordan el proceso de la investigación cualitativa: Fase preparatoria; Fase del trabajo de campo; Fase analítica y Fase informativa (RODRÍGUEZ GÓMEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. 1999: 63-77).

La fase preparatoria partió de la propia clarificación de los objetivos del trabajo de investigación. Como punto de partida teníamos el convencimiento de que internet y las tecnologías de la información habían representado una revolución en muchos de los campos de nuestra vida cotidiana. Nuestro recorrido como ciudadanos arranca desde la generación de los que no han nacido con internet como nativos digitales. Nuestra incorporación a las tecnologías de la información, y a internet en particular, ha sido progresiva a lo largo de la última década. Ha coincidido con el movimiento paulatino que ha permitido a internet avanzar en cuanto a su grado de penetración y popularidad entre la población. Este amplio recorrido testimonial nos ha permitido adoptar una posición de observadores externos y apreciar todos los cambios que internet ha provocado en nuestra vida diaria. Hoy sabemos que podemos comprar a través de la red, realizar operaciones bancarias e interactuar en tiempo real más allá de todas las fronteras imaginables. Podemos ligar, entablar relaciones personales, conocer nuevas amistades, recibir diagnóstico de una dolencia y hasta cometer delitos sin necesidad de alejarnos de la pantalla del ordenador o de cualquier dispositivo de conexión móvil. La industria del cine, de la música y de los medios de comunicación ya no volverá a ser la misma a partir de la irrupción de internet. Muchas cosas han cambiado con internet, también nuestros hábitos y nuestra forma de organizar ocio y tiempo libre.

A partir del reconocimiento de este escenario de cambio permanente, nos interesaba observar el impacto de internet en un campo que aparecía aparentemente inalterable a sus efectos ante nuestros ojos: el campo de la política y de la vida parlamentaria. Como investigadores y miembros activos de la sociedad de la información sabíamos que una gran cantidad de políticos disponían de blogs, páginas personales en internet y perfiles en las redes sociales. Su presencia se intensificaba en los períodos electorales, etapa durante el cual era frecuente leer artículos y noticias en medios digitales y escritos acerca de los candidatos 2.0 o de las oficinas virtuales que algunos de ellos habían establecido durante la campaña. El enfoque periodístico al que teníamos acceso, sin embargo, se quedaba en un nivel superficial, a los ojos de este investigador. Es decir, ofrecía un marco descriptivo acerca de las herramientas electrónicas que habían puesto en marcha los políticos para relacionarse con la ciudadanía, pero no aportaba ninguna pista acerca de si esos mismos políticos estaban haciendo un uso real y efectivo de su

correo electrónico, su blog o su página personal para entablar una relación directa con la ciudadanía.

A partir de esta observación y su posterior reflexión, los objetivos del trabajo de investigación comenzaron a tomar forma. Así, y partiendo de la existencia de internet y de la interactividad como una de sus principales ventajas, nos propusimos averiguar si los representantes políticos estaban utilizando internet para mantener una relación directa con la ciudadanía. En otras palabras, ¿qué está sucediendo ahora que existe un canal de comunicación abierto y permanente entre dos actores sociales (la ciudadanía y los políticos) tradicionalmente alejados e inconexos, excepto en los períodos electorales?

El reconocimiento y la inquietud ante el impacto de las tecnologías de la información en la vida política y parlamentaria se convirtieron en la motivación que guió los primeros pasos del proyecto de investigación. Esta etapa reflexiva, junto a los conocimientos previos que el investigador poseía sobre el objeto de estudio, dieron lugar a la formulación de las hipótesis de partida que, ya desde los momentos iniciales, contribuyeron a priorizar determinadas vías de estudio, al tiempo que descartaron otras.

Formuladas las hipótesis, y clarificado el ámbito de estudio y los objetivos de la investigación, se procedió a la revisión de todo un corpus documental con el objetivo de establecer el estado o marco de la cuestión desde la perspectiva más amplia posible. El marco teórico contiene las bases argumentales sobre el cual se asienta el trabajo. Su grado de ejecución ha sido fundamental para ubicar el trabajo en el contexto adecuado, en un movimiento que después ha contribuido a proporcionar al investigador mayor capacidad y seguridad para realizar las inferencias y abordar la tarea de interpretación de los resultados.

Para la creación del marco teórico se realizó un trabajo documental basado en la consulta de fuentes primarias y secundarias. La tarea documental se sistematizó en un conjunto de fichas resumen de cada uno de los libros, artículos o informes que se revisaron. En cada una de ellas se especificó el autor y título del documento, las palabras clave y un pequeño resumen con todas las cuestiones y conceptos que aludían al marco teórico sobre el cual estábamos trabajando. Esta tarea documental y su posterior sistematización resultaron de gran ayuda a la hora de abordar la redacción del trabajo.

El proyecto y diseño de investigación continúa con la fase del trabajo de campo, la fase analítica y la fase informativa, cuya exposición figura en el apartado cuatro. Se ha optado por esta estructuración del trabajo porque se considera la más idónea para su comprensión y claridad. Tal como se observará en el apartado cuarto, el trabajo de campo contiene la descripción de cada uno de los pasos que han guiado la investigación empírica hasta conducirla a la producción de un conjunto de datos y resultados. En consecuencia, se ha decidido estructurar de forma correlativa la descripción del trabajo de campo con el apartado quinto, es decir aquel dedicado al análisis de los resultados producidos en ese trabajo de campo.



### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO





### 3.1. LA CRISIS DE LEGITIMIDAD DE LA POLÍTICA: EL ALEJAMIENTO DE LOS CIUDADANOS DE LAS INSTITUCIONES

«Entre los votantes también variaba la consideración de lo que estaban haciendo. Para la mayoría, el acto del voto ocupaba un mínimo lugar en la conciencia: se trataba de una crucecita que había que marcar con el lápiz encima de un signo impreso: algo que había que hacer como se les había enseñado cuidadosamente, como el modo de comportarse en la iglesia o de tener en orden el catre. Sin dudar ni un momento de que se pudiese hacer de otro modo, concentraban sus esfuerzos en la ejecución práctica suficiente –especialmente los inválidos y los retrasados mentales– para absorberlos por completo» (CALVINO I. 1974: 152). El fragmento pertenece a *La jornada de un escrutador*, una obra de Italo Calvino que ofrece una imagen desoladora sobre el estado de la democracia. Americo Ortega, el protagonista, es designado como interventor por el Partido Comunista en el colegio electoral instalado en el Cottolengo de Turín. Sus habitantes son utilizados con fines electoralistas por parte de los partidos políticos. Ningún candidato ha hecho campaña dentro de sus muros, pero el día de las elecciones todos los partidos buscan el voto de los inválidos, deformes o moribundos que allí habitan.

Calvino advierte al final del carácter ficticio de los personajes y las situaciones plasmadas en sus páginas, pero su obra no deja de ser un retrato literario de la crisis por la que atraviesan las instituciones y los partidos políticos. El presente apartado trata de profundizar en las causas y consecuencias que han arrastrado a la democracia a esa sensación de crisis, desconfianza y alejamiento respecto a los ciudadanos (NEWTON, K. y NORRIS, P. 2000: 53-73; PUTNAM, R. 2003: 623-652; FALLOWS, J. 1996: 47-73). Lo hace desde dos puntos de vista o corrientes de pensamiento. La primera pertenece a aquellos autores que, sin renunciar a beneficios que la consolidación de la democracia ha traído para las sociedades modernas, consideran que su funcionamiento se ha revelado insuficiente. El papel dominante adquirido por los partidos políticos y las escasas oportunidades de participación efectiva ciudadana fuera de los períodos estrictamente electorales han contribuido decisivamente a la promoción de este alejamiento (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 80-81; PINDADO, F. 1999: 24; MARAVALL, J. 2003: 28).

La segunda corriente de pensamiento sitúa a la televisión y a la cultura de la imagen como generadora de gran parte de los males que afectan a la democracia. La imposición de la cultura de la imagen en detrimento de la cultura de la palabra ha sido interpretada como un empobrecimiento del discurso público por parte de algunos autores (POSTMAN, N. 2001: 29-34; SARTORI, G. 1998: 52-55; DEL REY, J. 1996a: 447-449). Sus efectos sobre el discurso político han sido devastadores, hasta el punto de instaurar lo que algunos han determinado en llamar «democracia mediática» (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 18). Esta forma de democracia está caracterizada por el sometimiento total a los dictados y formas de producción de la televisión: dramatización, simplificación del discurso, liderazgo de la imagen, personalización de los temas, ausencia de reflexión (SANMARTÍ, J. 2003: 82-84; ROSPIR, J. I. 1999: 75-79; MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 38; SWANSON, D. 1995: 13-15). Sus dictados son incompatibles con las formas de proceder de la democracia, pero a los gobiernos y a las instituciones de la política no les ha quedado más remedio que adaptarse a ellos para intentar llegar al mayor número posible de ciudadanos (SANMARTÍ, J. 2003: 84). Los efectos más visibles de esta democracia mediática se han dejado ver en la falta de confianza de los ciudadanos, en un movimiento que les ha llevado a alejarse de las instituciones de la democracia (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 455; FALLOWS, J. 1996: 241-242; MUÑOZ-ALONSO, A. 1999: 18-25; SUBIRATS, J. 2002: 3-4). Las manifestaciones de esa crisis se aprecian en lo que algunos autores han resuelto llamar el «declive del capital social» (PUTNAM, R. 2003: 623-652; NEWTON, K. y NORRIS, P. 2000: 53-73).

### 3.1.1. Insuficiencias de la democracia representativa: el problema de los partidos políticos

La democracia se ha revelado como uno de los grandes pilares en el desarrollo de las sociedades occidentales a partir de la segunda mitad del siglo XX. Su consolidación, su expansión y el perfeccionamiento de sus mecanismos son, en gran parte, responsables de las cotas de bienestar, estabilidad social y desarrollo económico alcanzadas a partir del final de las dos grandes guerras que enfrentaron a la humanidad a lo largo del siglo pasado. Nunca antes en la historia se había conocido una extensión tan grande de sus principios, de sus reglas y de sus mecanismos de control y participación. Sin embargo, y sin renunciar a ninguno de sus beneficios, llegados a estas alturas su funcionamiento se ha revelado insuficiente (SUBIRATS, J. 2002: 3; DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 85; PINDADO, F. 1999: 20).

Para De Vega García, la insuficiencia del sistema democrático empieza cuando «la discusión y decisión del proceso quedan marginados la mayoría de los ciudadanos como consecuencia de la propia mecánica del fenómeno representativo». El autor se retrotrae hasta el concepto de democracia expresado por Rousseau para señalar la contraposición que se produce entre los términos de «legitimidad» y «representación». Así, advierte de que lo que debería basarse en el principio

de la voluntad general se convierte, en realidad, en la voluntad particular de los representantes (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 80-81).

La reflexión del autor apunta directamente a la principal forma de participación que existe en democracia: las elecciones. Aunque la maquinaria electoral descansa en los principios electorales para formar los gobiernos y elegir a los representantes, la realidad indica que las posibilidades de participación y de implicación de la ciudadanía se reducen a un único intento cada cuatro años. Así, el sistema electoral y el sistema de funcionamiento de los partidos políticos por sí solos «no llevan a una intervención directa de la ciudadanía en la gestión de los asuntos públicos. Una vez se han celebrado unas elecciones, las posibilidades de modificar los resultados antes de las siguientes son nulas» (PINDADO, F. 1999: 24).

Tal como señala Stewart, pensar que la democracia se alcanza únicamente a través de las elecciones significa limitar el ejercicio democrático a su mínima expresión. El autor apunta que, dentro de nuestra democracia representativa, existen diversas formas para reforzar la deliberación entre gobierno y ciudadanos, si bien lamenta que estas prácticas hayan estado ausentes dentro de los sistemas de gobierno (STEWART, J. 2001: 78).

Si se toma como referencia el modelo español, su estructuración permite observar la existencia de varios mecanismos de participación en la gestión de los asuntos públicos que, de una u otra manera, superan la barrera temporal de las elecciones. Tal como veremos en el punto 3.2 de este trabajo, los consejos ciudadanos, los presupuestos participativos o las consultas populares son algunos de los mecanismos que favorecen la implicación de la ciudadanía en la gestión pública a través del debate, el diálogo y la deliberación. En este sentido, conviene recordar lo que señala Pindado, según el cual «la práctica democrática consistente en escoger regularmente a los representantes que tienen que conformar las instituciones del Estado no agota, ni de lejos, las formas de participar en la gestión de la cosa pública. Es una condición necesaria, pero absolutamente insuficiente». Sin embargo, la insuficiencia del modelo se encuentra en su propia estructura, en sus propias bases fundamentales y es inherente a él. Es decir, sería necesario un cambio profundo en el sistema electoral y de partidos para resolver la insuficiencia a la que alude en su exposición. «Que las listas sean cerradas, que el alcalde no se pueda elegir directamente o que no hayan circunscripciones electorales más pequeñas en las grandes ciudades facilita la implantación de un sistema basado casi en exclusiva en los partidos políticos» (PINDADO, F. 1999: 23-24). Por tanto, no se trataría únicamente de las escasas oportunidades de la ciudadanía para intervenir en la gestión de lo público, sino más bien de la estructura de un sistema en el que los partidos políticos han asumido todo el protagonismo decisorio.

Para Fallows la gente es infeliz con el sistema político, esto es, con la estructura de la democracia, porque sienten que no tienen control sobre ella y que no existe conexión con sus vidas (FALLOWS, J. 1996: 241).

La solución a esta insuficiencia democrática no debería pasar por implantar un sistema como el que menciona Fishkin. El autor propone una especie de democracia directa en la que todo el electorado quede conectado a través de un sistema por cable. En otras palabras, un sistema telemático que permite al ciudadano participar en todas las decisiones desde casa. El *Qube* de Fishkin permite el control directo de las políticas públicas por parte de los ciudadanos. Sin embargo, el propio autor reconoce que el sistema presenta múltiples limitaciones que lo hacen inviable. La principal de ellas apunta a que tales dosis de intervención directa eliminan la deliberación y el sosiego que necesita la democracia (FISHKIN, J. 1999: 51).

La posición central adquirida los partidos políticos dentro del sistema democrático que anteriormente se mencionaba ha sido interpretada como un problema por parte de varios autores (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 89; SANMARTÍ, J. 2003: 91-92; MARAVALL, J. 2003: 28-30). El papel de los partidos en la consecución y generalización del sufragio universal como derecho político fundamental es una de las principales y más importantes aportaciones que se desprende de su gestión dentro de la vida política. Sin embargo, esa misma gestión también ha traído una serie de consecuencias para el funcionamiento de la democracia representativa. «Forzosamente hemos de admitir que en la democracia del presente la representación sólo puede canalizarse a través de los partidos (...) El problema comienza cuando los partidos políticos, en lugar de simples intermediarios que traducen a nivel estatal la voluntad política de la sociedad, se convierten en muros de separación entre los electores y los elegidos» (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 94).

El papel adquirido por ellos en el seno de la democracia representativa ha provocado un desplazamiento de los centros de decisión. El espacio antes reservado a los parlamentos y los gobiernos ha pasado a ser ocupado por los comités y las ejecutivas de los partidos. El Parlamento, que debería servir como el escenario de debate y deliberación desde donde se ejecuta la función de control al gobierno, ha sido desposeído de esa función. La responsabilidad hay que atribuírsela a los partidos políticos. La expansión de su maquinaria burocrática y la asunción de funciones que han experimentado los partidos han provocado que los parlamentos se hayan sustraído al debate, discusión y toma de decisiones con los que fueron concebidos. Es como si el papel de los parlamentos se hubiese reducido a estampar un sello sobre acuerdos o proyectos de ley que se han pactado y negociado fuera de él.

Sobre este punto, Sanmartí señala que «los debates sobre proyectos de ley suelen estar previstos, no sólo en lo que se refiere a los resultados finales, concretamente a las votaciones y acuerdos, sino a la propia argumentación de los distintos grupos parlamentarios y de los sectores externos implicados» (SANMARTÍ, J. 2003: 92).

Algunos autores como Pindado califican de «perversión» esta transformación de los parlamentos. Para él, la principal consecuencia de este movimiento es que el debate político se ha trasladado a las instituciones. Eso ha provocado que los

partidos, más centrados en las intervenciones institucionales, no se hayan preocupado de hacer pedagogía para que la ciudadanía se implique en la gestión de los asuntos públicos (PINDADO, F. 1999: 31). De ahí, esa insuficiencia a la que él y otros autores se refieren cuando analizan el funcionamiento del sistema democrático.

Las comisiones de trabajo, los pactos y negociaciones extraparlamentarias y la propia aritmética parlamentaria han provocado que las cámaras hayan dejado de ser espacios de deliberación a la vista de todos para convertirse en meros escenarios en los que todo llega pactado y listo para el ritual mecánico de la votación. «La deliberación parlamentaria de la democracia representativa de hoy en día es muy modesta a los ojos de los defensores de una democracia deliberativa» (DADER, J. L. 2003: 316). Lo que implica este movimiento es que las decisiones reales se están tomando en los despachos y en los comités de las ejecutivas de los partidos, sustituyendo a los parlamentos como lugares de decisión. De Vega García se refiere a este movimiento de sustitución como una «descolocación de la política» (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 89). Su reflexión da un paso más porque permite apreciar más efectos asociados a esta desnaturalización de los parlamentos como escenarios de deliberación y toma de decisiones.

Uno de esos efectos es el que apunta a las constricciones que han impuesto los grupos parlamentarios en cuanto al movimiento y libertad de acción de sus diputados. Las directrices y los argumentarios se deciden desde las ejecutivas de los partidos. A partir de ahí se impone la disciplina interna de voto y se castiga la desobediencia de los representantes díscolos. Las agrupaciones parlamentarias se aseguran de esa manera la unidad de voto en el Parlamento, pero cortan de raíz cualquier posibilidad de alternativa surgida a través del debate o el intercambio de opiniones. Ese control «reduce a los parlamentos al silencio» (DADER, J. L. 2003: 316).

Según Maravall, lo que los partidos proporcionan a los votantes es una «marca de fábrica» que sirve para facilitar información. Las etiquetas ayudan a los votantes a resumir el historial de gobiernos anteriores. Su función es servir de «atajo informativo» para garantizarse el voto retrospectivo (MARAVALL, J. 2003: 28). Los grupos parlamentarios imponen una unicidad perfectamente reconocible entre sus miembros. El discurso, las respuestas y el enfoque que se le da a los problemas es muy similar. Independientemente del diputado que haga uso de la palabra o efectúe una declaración pública, todo parece haber salido de las páginas del mismo manual facilitado desde la dirección del partido. Para De Vega García, esta imposición provoca que los parlamentarios abandonen el interés general para obedecer a los intereses de su partido. No importa las horas de debate parlamentario que se hayan programado por delante, ni la duración de las intervenciones de cada portavoz sobre la tribuna. Tampoco la calidad de su discurso. Su voto se ha cocinado horas o días antes en los despachos de la ejecutiva de su partido sus trayendo, de nuevo, el debate, la discusión, la deliberación y la toma de decisión que debería ser inherente a todo Parlamento. «Los partidos políticos han dado al traste con los presupuestos y principios sobre los que la burguesía construyó la

noción de representación. Seguir hablando, por ejemplo, de mandato representativo cuando todos sabemos que los diputados obedecen a las órdenes de los partidos, o continuar sosteniendo que los representantes representan a toda la Nación, y no a intereses particulares y concretos, equivaldría a seguir manteniendo un concepto de representación y de democracia representativa que, en frase de Morstein-Marx, hace ya tiempo que forma parte de la arqueología constitucional. (DE VEGA GARCIA, P. 1996: 90).

Elster recuerda que, antes del surgimiento de los partidos, cada miembro individualmente constituía la unidad efectiva de interacción. En su obra repasa el funcionamiento de las asambleas de Frankfurt o de París en 1789 donde existía un número considerable de representantes que no estaban adscritos a grupo alguno, por lo que los grupos parlamentarios no constituían «camisas de fuerza» para las opiniones de sus miembros. En ambas asambleas se hizo hincapié en la votación nominal. Llegaron a circular listas con los nombres y las posiciones que había adoptado cada diputado. El hecho de estar sometido a esta presión pública dificultaba la actuación de aquellos representantes que se alejaban del interés general. «Ante la presencia de un público resulta especialmente difícil parecer motivado sólo por intereses egoístas». Los argumentos que aporta Elster cuando repasa el funcionamiento de las asambleas de París y Frankfurt introducen la distinción entre los conceptos de interés general e interés particular. El marchamo de unitarismo que imponen los grupos parlamentarios entre sus miembros provoca que los diputados se presenten como defensores del interés general cuando, en realidad, responden al interés particular de su formación. Intentan justificar sus propuestas de acuerdo con el interés público de forma que «los intercambios de votos en el Congreso son habitualmente disfrazados con la fraseología del interés público» (ELSTER, J. 2003: 135-146). En su opinión los representantes no intentan ser imparciales, sólo parecerlo.

Según Maravall, los partidos, aunque nacieran como vehículos de participación popular y muchas instituciones los definan como tales, «se han convertido con frecuencia en maquinarias dominadas por oligarquías dominadas por sus propios fines. Es decir, se ha reforzado su carácter de armas organizativas: instrumentos para la competencia y el poder, más que mecanismos que sirvan para controlar a los políticos» (MARAVALL, J. 2003: 30). Su argumentación incide en las consecuencias de esa posición de centralidad que han adquirido los partidos políticos, pero aporta un elemento nuevo: el control de la información que ejercen los partidos. Para él, la democracia consiste en que los ciudadanos dispongan de la información necesaria sobre la actuación de los gobiernos y de los partidos. A partir de ese conocimiento pueden valorar el grado de ejecución de sus promesas y sus políticas, y obrar en consecuencia reeligiéndolos o destituyéndolos. El problema aparece cuando los partidos limitan el flujo de información que sale de ellos en función de sus intereses. Maravall expone la teoría según la cual los votantes castigan a los partidos indisciplinados o divididos, mientras que recompensan la unidad. Así,

según el autor, se produce una transacción entre debates y capacidad. Un partido más abierto, con menos barreras para que la información fluya desde el centro hacia la militancia, queda sometido a los debates y las disputas internas sobre sus políticas en un proceso que puede limitar y debilitar su capacidad de acción. En cambio, un partido hermético, cerrado y vigilante de la información que sale de su núcleo hacia el exterior perderá en calidad democrática pero ganará en capacidad política. «Si el partido que ocupa el poder es monolítico desde el punto de vista interno, el Gobierno tendrá más capacidad política, pero dicho partido no informará a los votantes de si el Gobierno está siendo fiel a su programa electoral o a los intereses de los ciudadanos» (MARAVALL, J. 2003: 161). El autor expone el miedo y las reticencias de los partidos a descentralizar la información. Temen que eso genere fisuras en su estructura y que esas fisuras provoquen inestabilidad. Saben que lo que pierden en cuanto a transparencia y funcionamiento de la democracia interna lo ganan en capacidad de gobierno.

El control de los políticos al que alude Maravall afecta directamente a la circulación de la información. Su importancia es esencial ya que, sin información, ni la democracia ni ninguna de sus formas podría existir. La información combinada con la comunicación efectiva se convierte en la sangre de la democracia. Su salud, igual que la del cuerpo humano, es mucho más robusta si esa información fluye libremente. Coleman considera que existe una «crisis de comunicación política» por la que el grado de calidad de la información política a la que se somete el público es extremadamente bajo. La responsabilidad por estas carencias hay que atribuírselas a varios actores implicados: a los medios de comunicación por su falta de atención a la hora de proveer de información política de calidad; a los parlamentos, por encadenarse a las imposiciones de las ejecutivas de los partidos; a los ciudadanos, por su falta de compromiso cívico y, por último, a los partidos políticos y a sus estrategias de comunicación (COLEMAN, S. *et al.* 1999: 3-4).

Si nos detenemos en las consecuencias que provoca este control de los políticos se observa cómo la información de calidad necesaria para el funcionamiento de la democracia está circulando con dificultades. De ahí esa «crisis de la comunicación política» a la que aludía Coleman. En su lugar, lo que circula es un tipo de comunicación política de mala calidad o viciada por los partidos políticos. Del Rey se refiere a la «teatralización de la vida política» cuando analiza la comunicación política y las campañas electorales. El autor expone toda una serie de estrategias del lenguaje con las que los partidos y sus representantes afrontan el día a día sobre la arena política. El juego de la creación del adversario, el juego de la crispación calculada o el juego de la catástrofe inminente se convierten en estrategias que, en muchas ocasiones, intentan ocultar la escasez de argumentos e ideas consistentes. «Varios son los procedimientos que adopta la polémica al servicio de la descalificación del otro en la comunicación política: desde el no dirigirle la palabra –negándole el estatuto de interlocutor válido–, hasta el ataque personal, pasando por la denuncia de intereses ocultos, la identificación del adversario con

personas de dudosa reputación, la ironía y la sátira. Y todo ello se consigue desde una teatralización ficticia de la vida política, que aparece ante los ciudadanos como un drama en el que se enfrentan principios antagónicos. (...) tiempo perdido será buscar precisión y rigor en los enunciados que estudiamos, porque no figuran en la intención de los emisores» (DEL REY, J. 2007: 172). Para el autor nos encontramos en un período de crisis ideológica en el que la ausencia de contenidos se tapa con el recurso a la descalificación del adversario, la simplificación generada por los estereotipos o el lenguaje incendiario. Se busca menos la verdad que la persuasión, y todo esto se produce en un contexto de enorme uniformidad dentro de las agrupaciones políticas, en los que prácticamente nadie se atreve a salirse del guión ordenado por el partido. Al final, todos recurren al argumentario facilitado por la dirección que les permite responder a una gran variedad de cuestiones sin traicionar la línea del partido. Tal como señala el autor en la introducción de su libro, «nos aproximamos a los partidos políticos desenmascarando sus zancadillas lingüísticas, desvelando los vericuetos de su elocuencia electoral, desenredando la madeja de sus estrategias retóricas, poniendo negro sobre blanco todas las artimañas de su comunicación, y explicando todos los juegos de lenguaje que despliegan» (DEL REY, J. 2007: 19).

Nos encontraríamos, a la vista de los argumentos expuestos anteriormente, ante una democracia insuficiente, dominada por la maquinaria de los partidos políticos y con unos estándares de calidad de comunicación e información política más bien bajos. Se produce, en consecuencia, una especie «situación curiosa» a la que hace referencia Subirats. «Nunca en la historia de la humanidad se había conocido una extensión tan amplia de este conjunto de reglas y de mecanismos de representación plural, de participación y de control que históricamente ha ido conformando en concepto de democracia. Desde este punto de vista diríamos que la democracia parece vivir un momento dulce en todo el mundo. A pesar de ello, continúa existiendo una insatisfacción creciente en cuanto a su funcionamiento» (SUBIRATS, J. 2002: 3).

Su argumentación parte del concepto de las apariencias: parece que el sistema democrático goza de buena salud porque su legitimidad ha aumentado y sus estructuras se han extendido a países y regímenes que nunca antes lo habían conocido. Sin embargo, el autor apunta a una creciente insatisfacción con la calidad de la democracia. La combinación de constitucionalismo y democracia ha servido para crear gobiernos fuertes, pero no se ha revelado capaz de resolver parte de las insuficiencias que presenta un sistema en el que los partidos políticos refuerzan cada vez más su posición de monopolio, y en el que los ciudadanos se alejan cada vez más de las instituciones y de la gestión de los asuntos públicos. Para Castells, nos encontramos ante una crisis de legitimidad política, en cuanto que la distancia creciente entre los ciudadanos y el Estado socava los mecanismos de representación y fomenta que el individuo se retire de la esfera pública (CASTELLS, M. 2001: 150). En otra de sus obras, el propio Castells señala que, a



pesar del grado de expansión alcanzado por la democracia, «existen multitud de hechos que apuntan a una creciente y generalizada crisis de legitimidad que afecta a gobiernos, parlamentos, partidos y políticos en la mayor parte de los países, incluidos Estados Unidos y Europa Occidental» (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 440).

Analizar de qué manera se manifiesta esa crisis de legitimidad, cómo se ha llegado a ella y cuáles son sus consecuencias sobre el funcionamiento de la democracia forma parte del propósito de este apartado.

### 3.1.2. La influencia de la televisión y de la cultura de la imagen: las consecuencias sobre el discurso político

«La televisión es el medio que más ha transformado la petición de voto desde 1950 hasta la actualidad. Se ha convertido en el principal proveedor de información política del s. XX» (ROSPER, J. I. 1999: 62). Para llegar a esa situación de dominio que relata Rospir, antes se ha producido un movimiento de ascenso prolongado de la televisión como medio de comunicación de masas por excelencia. El ascenso de la televisión representa también la preponderancia de toda una cultura basada en la imagen visual, que deja atrás la llamada era de la tipografía o de la imprenta.

Postman se refiere al contexto estadounidense cuando señala que el hecho cultural más significativo de la segunda mitad del siglo XX es la decadencia de la era de la tipografía ante la victoria de la televisión. Para él, ese desplazamiento tiene consecuencias negativas, ya que todas sus manifestaciones han tomado la forma de espectáculo. Esta transformación ha representado un cambio «dramático e irreversible» del contenido y significado del discurso público, puesto que dos medios tan distintos nunca pueden dar cabida a las mismas ideas. «A medida que la influencia de la imprenta disminuye, el contenido de la política, la religión, la educación y todo aquello que comprenda las cuestiones públicas debe cambiar y ser refundado en los términos más apropiados a la televisión». Su obra trata de persuadir del declive de una epistemología basada en la imprenta y el consiguiente ascenso de una epistemología basada en la cultura de la imagen, en un movimiento que, según señala, ha provocado la «disolución» del discurso público en Estados Unidos. «No se puede hacer filosofía política en televisión, porque su forma conspira contra el contenido» (POSTMAN, N. 2001: 11-12).

Sobre las consecuencias de la imposición de la cultura audiovisual ya había alertado con anterioridad Giovanni Sartori, que advierte de un proceso en el que el «*homo sapiens*» es sustituido por el «*homo videns*». En ese contexto, la imagen sustituye a la palabra y el lenguaje perceptivo, que el autor define como «infinitamente más pobre», hace lo propio con el lenguaje conceptual. «La imagen no da, por sí misma, casi ninguna inteligibilidad. La imagen debe ser explicada; y la explicación que se da de ella en televisión es insuficiente. Si en un futuro existiera

una televisión que explicara mejor (mucho mejor), entonces el discurso sobre una integración positiva *homo sapiens* y *homo videns* se podrá reanudar. Pero por el momento, es verdad que no hay integración, sino sustracción y que, por tanto, el acto de ver está atrofiando la capacidad de entender» (SARTORI, G. 1998: 55).

La epistemología de la televisión también es objeto de reflexión en la obra de Javier del Rey. El autor, al igual que hacen Giovanni Sartori y Neil Postman, intenta dar un paso más para analizar las consecuencias de esta nueva epistemología en el discurso político. En su pensamiento también aparece ese empobrecimiento del discurso al que se refería Sartori. Lo atribuye al ritmo fugaz que imponen el cine y la televisión. En su forma de proceder destacan las imágenes y no las palabras, se impone la dramatización frente a la conceptualización. Sin embargo, y a pesar del tono crítico que se desprenden de sus reflexiones, el autor huye de cualquier intento de demonizar la televisión y la cultura de la imagen.

Igual que hacen otros autores como Postman (POSTMAN, N. 2001: 33), Del Rey reconoce que el advenimiento de cualquier nueva tecnología fomenta unas capacidades y destruye otras. Con la televisión ha ocurrido lo mismo. Da y quita al mismo tiempo. «Toda nueva tecnología relacionada con el pensamiento comprende concesiones mutuas, y lo que la televisión nos da en términos de ocio y distracción nos lo quita en términos de posibilidad de abstracción, distanciamiento y crítica, porque la inteligencia queda cautiva y como adormecida por la cultura de la diversión y el entretenimiento». Lo que el autor propone es una aproximación crítica a la epistemología de la televisión en un intento de advertir de sus efectos sobre el discurso político. En este sentido, se pregunta si es posible compaginar una democracia de calidad con las formas y rutinas de producción de la televisión (DEL REY, 1996a: 439-442). De esta manera, y a pesar de que el autor ha puntualizado con anterioridad su intención de no señalar a la televisión como la causante de todos los males que afectan a la democracia, Del Rey deja sobre la mesa un cierto sentimiento de pesimismo que también se observa en otros autores.

Sartori acuña el término «video-política» para referirse a las transformaciones que el poder de la imagen ha provocado en el proceso político, es decir, en la manera de ser político y de gestionar la política. Lo que Sartori señala es una consecuencia clara de la imposición de la cultura de la imagen y de la televisión. De la misma manera que ha colonizado otras esferas de la vida pública, el poder de la televisión ha acabado por introducirse en todos y cada uno de los resquicios de la política para transformarla. «La televisión favorece una emotivización de política, es decir, una política dirigida y reducida a espacios emocionales. Lo hace contando una infinidad de historias lacrimógenas y sucesos conmovedores. Lo hace también a la inversa, decapitando y marginando cada vez más a las cabezas que hablan, las *talking heads* que razonan y discuten problemas» (SARTORI, G. 1998: 70-119). El autor distingue entre los conceptos de «subinformación» (ofrecer información insuficiente) y «desinformación» (ofrecer información distorsionada).

En su opinión, la televisión da menos información que cualquier otro medio. Le interesan aquellas informaciones que se pueden filmar mejor, aquellas que se pueden resumir en una imagen del líder que, a su vez, se convierte en el mensaje. La consecuencia más evidente de estas transformaciones es un empobrecimiento del discurso público. «Obviamente, la prensa escrita alimentaba unos intereses y una curiosidad que la video-política ha ido apagando. Es difícil negar que una mayor subinformación y una mayor desinformación son los puntos negativos del telever» (SARTORI, G. 1998: 91).

Postman se detiene en los efectos de la televisión sobre el discurso político para alertar de un cambio de registro que se impone entre el público receptor de esos mensajes. La preponderancia de la imagen nos impide juzgar correctamente la calidad política de los líderes. Es imposible distinguir entre uno y otro en función de quién tiene más habilidades para la negociación, más experiencia en política internacional, más capacidad de resolución en los asuntos económicos o mayor determinación para adelantarse a las consecuencias de sus políticas. La televisión nos impide profundizar para saber quién tiene las condiciones verdaderas y adecuadas para ser diputado, senador o presidente. Nos obliga a quedarnos en un nivel superficial que limita los parámetros de nuestro juicio a la imagen que transmiten los líderes. De esta manera, nos encontramos ante una «política de imagen que se vacía de contenido político». El paradigma de esta cultura de la política de la imagen aparece representado en el anuncio de televisión, que se ha convertido en el instrumento principal para la presentación de ideas políticas. El anuncio prefiere la sencillez a la complejidad, la imagen frente a la argumentación. Intenta condensar la solución a nuestros problemas en pequeños espacios de 20 segundos donde han de tener cabida la introducción, el nudo y el desenlace. El formato puede funcionar en el mercado publicitario, pero se presenta demasiado limitado y estrecho cuando sobre la mesa se ponen ideas políticas sometidas al interés general. «El anuncio nos exige que creamos que todos los problemas se pueden resolver, que se pueden resolver rápidamente y que se pueden resolver aún más rápido con la intervención de la tecnología, la técnica y la química. Pero el anuncio desdeña la explicación porque lleva tiempo e invita a la argumentación» (POSTMAN, N. 2001: 135-142).

Del Rey continúa en la misma línea cuando afirma que «el anuncio publicitario es la metáfora de la comunicación política». Señala que las informaciones políticas en televisión se han contagiado de la epistemología del anuncio. La aparición del candidato se limita entre 30 y 60 segundos a través de un formato que encierra crecientes peligros. La limitación del tiempo obliga al candidato a anunciarse a sí mismo durante ese breve lapso de tiempo en una actuación en la que no hay espacio para la reflexión. El peligro, según el autor, es todavía mayor en el contexto de una campaña electoral donde la epistemología del anuncio puede convertir la campaña en mero entretenimiento o rito formal. «Los políticos agotan la complejidad de las propuestas y agresiones semánticas que los candidatos ponen en el

mercado de la comunicación en un ejercicio intelectual en el que el reparto de trofeos es desigual: el triunfo es para el estereotipo y la simplicidad, y la derrota queda para la epistemología de la complejidad y para la realidad» (DEL REY, J. 1996a: 447-448).

Llegados a este punto, es necesario puntualizar que la simplificación y el empobrecimiento del discurso político no son una causa directa de la aparición de la televisión como medio de comunicación de masas. Tal como señalan algunos autores (POSTMAN, N. 2001: 33; DEL REY, J. 1996a: 441-442) la televisión no es la generadora de todos los males que afectan a la política. Es decir, no es la televisión quién ha forzado al discurso político a adaptarse a unas determinadas características que lo alejaban de la reflexión y argumentación que se le supone. Más bien se ha producido el movimiento contrario. Alguien, desde dentro de la esfera de la política y los gobiernos, ha visto en la televisión el medio ideal para trasladar las explicaciones al gran público y, ante esa realidad, se ha optado por cortar los patrones del discurso público a la medida de lo que admitía la televisión.

Así lo ve Sanmartí, que sitúa el inicio del proceso de empobrecimiento del discurso público durante la Guerra Fría. Cuando el mundo se divide en dos grandes bloques ideológicos, los gobiernos sienten la necesidad de justificar su posición hegemónica y torpedear la del enemigo. Ante la población propia y la del otro bloque se hace necesario justificar la hostilidad permanente, alertar del peligro que representa todo lo que llega del otro bloque y, llegado el momento, preparar al ciudadano para un posible nuevo enfrentamiento. «La televisión fue el medio ideal para trasladar esas explicaciones al gran público: un medio de masas, barato, simple y directo que llegaba a los hogares [...] Se forjó así un modelo informativo también bipolar y fácil de captar y de entender por las masas: la razón estaba siempre de un lado y nunca del otro bando». Se generó así una manera de informar que desdeñaba la complejidad y la argumentación frente a la sencillez. La dramatización sustituía a la explicación y con ese estilo simplificado y directo se pretendía llegar al mayor número posible de ciudadanos para acercarlos a una posición ideológica determinada. Más tarde, según señala el autor, la televisión entró en los parlamentos, pero lo hizo ya con estilo muy definido proporcionado por la experiencia anterior. En Cámara de los Comunes Británica, por ejemplo, la televisión no entró hasta la década de los 80. Su llegada cambió la forma de hacer política y la forma de comunicarla en un grado en el que ninguna de las aplicaciones tecnológicas anteriores había sido capaz de hacerlo. «Los parlamentos se vieron forzados a explorar progresivamente este terreno y a adaptarse al nuevo lenguaje mediático-político, enfocado casi más en la imagen que en la palabra, sin olvidar otros aspectos como la brevedad de los mensajes, su inmediatez temporal y, sobre todo, la inusitada amplitud de las audiencias» (SANMARTÍ, J. 2003: 82-84). El autor sostiene la tesis según la cual fueron los gobiernos los que decidieron conscientemente someterse al formato y a las características de la televisión. Se optó por primar los aspectos más superficiales para llegar al gran público. Lo que

se perdía en capacidad de profundización, argumentación y reflexión se ganaba gracias a la amplitud de las audiencias a las que se accedía. La dependencia televisiva de las imágenes y la necesidad de acceder a grandes audiencias les llevó a primar los aspectos más superficiales y espectaculares del discurso. La búsqueda de públicos lo más numerosos posible, que luego se transformaban en electores, convenció a los políticos de la necesidad de entrar en ese juego.

Muñoz Alonso observa el mismo movimiento de los partidos políticos hacia la televisión en su intención de alcanzar grandes audiencias con un esfuerzo relativo. El autor asegura que la audiencia televisiva ha sido objeto de «manipulación». Aquello que se les está transmitiendo como información política no es más que un discurso «reducido» y «empobrecido» que se pone a disposición de los ciudadanos. «La política tradicional, de los patios de escuela o de las células de partido, que no suscitaba apenas el interés de una pequeña fracción de la población, la de los militantes convencidos de antemano, ha sido sustituida progresivamente por una concepción de la política explícitamente concebida y organizada para interesar a un público amplio» (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 38).

El formato, el estilo y las características que se emplean en la tarea de abordar la información política y parlamentaria en televisión se han estandarizado, creando un modelo que ha llegado hasta nuestros días. Rospir habla de la «estandarización» de la noticia y advierte de que «es imposible hacer política a la velocidad de la luz» (ROSPIR, J. I. 1999: 75). Las limitaciones de tiempo, y las características propias del formato noticia, obligan a reducir las informaciones políticas a pequeños fragmentos que intentan llegar al espectador con una declaración altisonante o un titular destacado. El contexto se ha quedado por el camino. La televisión y los informativos triturar las largas sesiones de debate parlamentario en fragmentos episódicos de un minuto en los que, en muchas ocasiones, sólo interesa el cara a cara entre los líderes de gobierno y oposición. Se obvia el contexto que precede a ese debate y se dejan de lado las argumentaciones que han salido desde la tribuna. Sus reflexiones se quedan únicamente para quienes las han escuchado desde dentro del hemiciclo. El público que confía en la televisión para informarse recibe una interpretación fragmentada de un minuto de duración que tampoco intenta mantenerse fiel al contenido del debate. Las declaraciones de los diputados en los pasillos o las salidas de tono de sus señorías sobre la tribuna sirven, en muchas ocasiones, para cumplir con la cobertura informativa parlamentaria. Es lo que Muñoz-Alonso llama «la tiranía del minuto», un procedimiento que resume los intentos del lenguaje televisivo para imponer mensajes cortos, sencillos y directos que intentan explicar o resumir cuestiones de una complejidad superior (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 36).

Para Muñoz Alonso la influencia de la televisión es tan grande que ha llegado a ocupar el lugar que debería corresponderle al Parlamento. «Más que el Parlamento, la televisión es el gran foro público donde se debate lo que a todos atañe y donde

se libran las batallas de poder». El autor asegura que los medios de comunicación audiovisuales, especialmente la televisión, han cambiado de forma negativa el funcionamiento y el modo de proceder de la democracia. Esto ha provocado el nacimiento de una nueva forma de democracia que el autor llama «democracia mediática» o «democracia espectáculo», alejada de los parámetros del parlamentarismo clásico y muy cercana a los criterios del entretenimiento, la simplificación y la sencillez que priman en la televisión (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 16-18). En otra de sus obras, Muñoz Alonso opta por el término «parlamento mediatizado» para definir un parlamento que se ve invadido en sus funciones y competencias por los medios de comunicación, entre otros agentes (MUÑOZ ALONSO, A. 1995: 105).

La democracia mediática de Muñoz Alonso se convierte para Swanson en una «democracia centrada en los medios» (SWANSON, D. 1995: 9), mientras que otros autores como Del Rey también apuestan por el término «teledemocracia» (DEL REY, J. 2007: 295-310). El concepto parte de la aparición y posterior transformación de la televisión como la principal fuente de noticias sobre la política y los gobiernos. En su opinión, los procedimientos de la política y del gobierno en la mayoría de los países están cada vez más confeccionados para «satisfacer las preferencias y requisitos de seguimiento favorable por parte de los medios de comunicación. (...) El discurso está configurado para cumplir con los requisitos de lo que se considera buena televisión: corto, sencillo, personal, concreto, con algunas cuantas frases memorables que pueden ser citadas en telediarios y en la prensa» (SWANSON, D. 1999: 15).

El rasgo más visible de esa democracia mediática o democracia centrada en los medios es la preponderancia absoluta de la comunicación. La vida política se ha convertido en comunicación política a causa del papel hegemónico que juega la televisión. Todo lo que desea tener algún tipo de presencia debe pasar por ella, porque aquello que no está en televisión no existe. Sobre este punto, Muñoz Alonso sostiene la misma tesis que ya se ha visto en otros autores como Postman, Sartori, Del Rey o Rospir: no se puede hacer información política de calidad en un minuto. Someterse a ese formato obliga a la simplificación de los argumentos y acaba por generar un empobrecimiento del discurso. Paralelamente a estos efectos se produce lo que Muñoz Alonso denomina «maniqueísmo informativo» que, en su opinión, no es más que acercarse a la esfera de la actualidad política de un modo reduccionista y obviando las múltiples aristas y actores que la componen (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 36-37). Este planteamiento lleva a la simplificación y a la banalización divulgativa del discurso de la política que ofrece la televisión. Lo que no es gobierno es oposición, y no se informa casi nunca de la diversa composición de ésta, que suele ser plural y heterogénea. Se prima todo lo que tiene aspecto de conflicto en busca del morbo, del enfrentamiento y de la discrepancia de forma continua. No se entra a analizar la calidad de los argumentos del debate, sino más bien todo lo contrario. Se le da más importancia a la descalificación, al enfrentamiento personal e incluso al insulto, si es que se produce. Prima el

enfoque personalista, de forma que las instituciones y proyectos desaparecen en beneficio de los líderes que aparecen como únicos participantes en esta especie de combate democrático o parlamentario. Este fenómeno se aprecia con mucha mayor intensidad en televisión respecto a otros medios como los periódicos o la radio. La televisión prima la imagen del líder como protagonista indiscutible y lo desconecta del contenido de su mensaje.

Sey y Castells sostienen que la presencia de la política en los medios ha influido notablemente en la forma de hacer política y en el comportamiento de los políticos. Tal como apuntaba Sanmartí, Sey y Castells mantienen que los políticos se han plegado a los formatos y a las rutinas de producción de la televisión para ganar en presencia mediática y acceso al público. Las consecuencias, de nuevo, se han dejado notar en la calidad del discurso. «La política en los medios de comunicación posee su propio lenguaje y sus propias reglas: simplificación del mensaje, creación de imagen, personificación de la política, creación de chismes y dilapidación de la personalidad como medio de promover o desacreditar a los candidatos políticos» (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 455).

En opinión de Rospir, «la sobresimplificación es un valor en alza». El autor aporta una idea nueva cuando señala que los responsables de este empobrecimiento del discurso político no son sólo los políticos. Rospir abre el foco y apunta también a los periodistas y responsables de los medios de comunicación. Critica la insistencia de la prensa de estar constantemente solicitando a los responsables políticos opiniones y valoraciones sobre todo lo que acontece. Considera que las opiniones necesitan un espacio de maduración y reflexión antes de ser emitidas, y que ese tiempo no se les facilita a los responsables políticos. «Los políticos han generado una nueva retórica –distante y vacía de significado para la mayoría de conciudadanos– como respuesta a la presión y petición constante de valoraciones, desmentidos, opiniones, datos y fechas requeridos por los medios» (ROSPIR, J. I. 1999: 65-75).

Otra de las consecuencias que aparecen ligadas al ascenso de la televisión en su papel central como correa de transmisión de la información política es el fenómeno de la personalización. Sus efectos para la calidad del discurso político son también negativos. Berrocal afirma que, además de la televisión, las características de los sistemas electorales mayoritarios que dominan el juego democrático favorecen esta preferencia de las personas frente a las ideas. Todo lo que contienen los programas electorales, y todo lo que contienen los partidos políticos, se concentra en la imagen del candidato como una especie de recurso o de atajo informativo para llegar hasta el electorado. Concentrar un hecho, un tema o una situación en una persona ayuda al entendimiento general de lo que se quiere exponer, pero a su vez conduce a una simplificación que también está teniendo su reflejo en la vida política. Así, esta vida política, que debería estar basada en el debate, la deliberación y la reflexión sobre las propuestas y los programas políticos que las

sustentan se transforma en un espectáculo protagonizado por los líderes políticos a los que la televisión presenta como los buenos o malos de la película en función de la línea editorial del medio (BERROCAL, S. 2003: 64). Todo lo que contiene un programa político, todo el discurso ideológico y programático de una formación, se condensa en la figura del líder, que pasa a convertirse en una imagen de marca de su formación, capaz de generar conexiones emocionales con el electorado y de proporcionarle una etiqueta simplificada de partido que, en un proceso cognitivo rápido y simplificado, trata de favorecer la identificación con los postulados del partido. El líder deja de ser el representante de un programa o idea para convertirse en un actor televisivo sometido a los dictados del medio.

Berrocal añade un elemento nuevo porque muestra una total falta de confianza en la audiencia en cuanto a su capacidad de entender e implicarse en los asuntos políticos. Así, considera que «el ciudadano medio carece del tiempo, el conocimiento, la capacidad y la motivación necesarias para seguir las argumentaciones complejas». En consecuencia, según la autora, esa reducción del discurso político también es producto de una audiencia falta de implicación, que se abandona en manos de la televisión para que seleccione para ella qué es lo importante y, a continuación, se lo haga llegar de la manera más clara y sencilla posible. De esta manera, la cadena de transmisión en la que participan políticos, ciudadanos y la televisión sería la siguiente: la audiencia confía ciegamente en la televisión. Ésta ofrece un formato simplificado y reducido al político que, a sabiendas de las limitaciones de tiempo y espacio, se esfuerza para que su mensaje se adecue a las características del propio formato. Llegamos así a una simplificación del discurso en el que «la audiencia exige un discurso fácil, los periodistas lo buscan y los políticos lo ofrecen» (BERROCAL, S. 2003: 63-66).

Rospir considera la personalización de la política como «una de las consecuencias de la democracia mediática y del imperialismo de la televisión». Los principales actores políticos se han convertido en los protagonistas de la actualidad provocando una fragmentación del debate que lo aleja de su contenido estrictamente informativo (ROSPIR, J. I. 1999: 79). Esta personalización es uno de los rasgos definitorios de lo que Sartori acuñó como «video-política», cuyo origen se sitúa en el estilo americano de hacer política (SARTORI, G. 1998: 70). Para Postman, el nacimiento de ese estilo tiene mucho que ver con la actitud intencionada de los políticos de presentarse a sí mismos como fuente de entretenimiento. «Para 1970, el público comenzó a acostumbrarse a la noción de que las figuras políticas fueran consideradas parte del espectáculo. En la década de los 80 llegó el diluvio. El candidato a la vicepresidencia, William Miller, realizó un anuncio para American Express. Lo mismo hizo la estrella del juicio del Watergate, el senador Sam Ervin. El anterior presidente, Gerald Ford se unió al ex secretario de Estado Henry Kissinger para interpretar breves papeles en *Dinastía*. Para el autor, existe una correlación entre el ascenso del político-celebridad y la pérdida de protagonismo de los partidos en favor del líder (POSTMAN, N. 2001: 138).



Rospir estima que esa cultura de la explotación de la imagen del líder político tiene su origen en Estados Unidos, aunque después se ha ido extendiendo a otros países con mayor o menor acierto. Recuerda que Harry Truman fue, en 1948, el primer presidente que grabó un anuncio publicitario solicitando el voto. Su asesor en aquel momento fue Leonard Reinsch, que después asesoraría a Kennedy en los debates de 1960. Para el autor, la televisión ha creado un «liderazgo de la visibilidad» que ha acelerado enormemente los ritmos de la política. El tiempo que se invertía anteriormente en la formación y preparación de un líder ha sido reemplazado por la velocidad con la que la televisión presenta y coloca a los nuevos líderes ante el público. Sin embargo, sus efectos no han sido gratuitos, especialmente en lo que se refiere a la pérdida de calidad del debate democrático. «El liderazgo de la visibilidad, de la persuasión y las llamadas a lo emocional han solapado al liderazgo de la pedagogía política y la argumentación lógica» (ROSPIR, J. I. 1999: 81).

Badillo y Marengi aportan una idea nueva al introducir el fenómeno de la privatización de los medios audiovisuales, que comienza en Europa a partir de la década de los 80, como otro de los responsables del empobrecimiento del discurso público. La desregulación del mercado ha obligado a las cadenas públicas y privadas a competir por el mismo mercado. Esta lucha por la audiencia ha provocado que los medios apostasen por unas rutinas de producción basadas en el intento de crear noticias interesantes y atractivas para las audiencias. La información política no ha sido ajena a ese proceso, de manera que los informativos de televisión también han intentado presentar a los gobiernos y a los políticos de la manera más llamativa posible para el público. «No es la lógica de lo público la que impregna el funcionamiento del sistema comunicativo, sino la lógica mediática la que impregna el funcionamiento del resto de las instituciones sociales, incluida la política» (BADILLO, A. y MARENGHI, P. 2001: 49). Swanson vuelve sobre este tema cuando apunta que una de las principales consecuencias de la privatización de los medios de comunicación en Europa ha sido la dominación del sistema por parte de los intereses comerciales. En su opinión, la competencia de los medios públicos y privados por el mismo mercado fomenta, a su vez, otro tipo de competencia para llegar al público de la manera más atractiva, original y directa posible. Se crea, por tanto, una especie de «cultura profesional periodística» que suple a la «cultura política» que antes predominaba en la información. «Se enfatizan dramas y conflictos, se concentran en acontecimientos concretos y no en ideas abstractas, se personalizan las noticias presentando a personas concretas en representación de instituciones, ideas y otras fuerzas impersonales que por ellas mismas son difíciles de visualizar, se reducen asuntos complejos a unas simples historias con moraleja» (SWANSON, D. 1995: 13-14).

Hasta ahora se ha contemplado cómo la democracia se ha visto afectada por el ascenso de la televisión como medio de comunicación de masas por excelencia. Sus efectos sobre el discurso político han sido interpretados en términos de «empobrecimiento» o «simplificación» en un proceso que algunos autores han optado por

denominar como «democracia mediática» o «democracia centrada en los medios» (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 18; SWANSON, D. 1995: 9). Sin embargo, para otros autores esa democracia mediática también se caracteriza por la presencia constante de los sondeos y por el empleo de sofisticadas estrategias de comunicación por parte de los partidos políticos (SAMPEDRO, V. 2000: 174-198; GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 89-109).

Del Rey se resiste a emplear el término democracia para definir el sistema de gobierno actual. En su opinión, ese concepto se debería reservar para referirse a una situación ideal que no se ha producido en ningún país. En su opinión, nos encontramos en un nivel inferior a la democracia que él denomina «poliarquía» y que «no llega a cumplir con un proceso democrático». La poliarquía ha tenido tres etapas, aunque el autor vislumbra una cuarta etapa provocada por el poder transformador de las tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, cuando el autor publica su obra mantiene que nos encontramos en la Poliarquía III. Esta fase arranca a partir de la década de los 80 y se caracteriza por la irrupción de la televisión como medio de comunicación estelar. Para el autor, se establece una relación «mediática» entre el público y los representantes políticos en la que intervienen «élites ocultas, especializadas en imagen, marketing, sondeos y estrategias de comunicación [...] A las élites surgidas en momentos anteriores de la evolución de la poliarquía, se añaden las élites de la comunicación y del marketing, élites ocultas que conocen los secretos de la comunicación política, y funcionan como asesores de gobiernos, administraciones y partidos» (DEL REY, J. 1996a: 125-130).

Dentro de este proceso que señala Del Rey, los sondeos se han convertido en un elemento fundamental para la acción de gobierno y para el funcionamiento de los partidos. Sampedro asegura que la popularidad y la importancia que las encuestas han adquirido para los partidos políticos residen en la información que éstas proporcionan acerca de la evolución de las bases sobre las cuales descansan las sociedades. Si la televisión representa el primer gran componente de la democracia mediática, los sondeos ocupan el segundo lugar. Ofrecen a las élites un conocimiento prospectivo porque señalan las preferencias ciudadanas que deberían atender o ignorar. En este sentido, los gobiernos o los organismos que encargan las encuestas disponen de todo el poder en sus manos. Ellos deciden las preguntas y los temas a tratar en un movimiento que, ya desde el principio, ayuda a vislumbrar la tendencia que puede marcar ese trabajo de prospección. Esta iniciativa les coloca en una posición de ventaja sobre los ciudadanos, que sólo pueden responder a esas preguntas (SAMPEDRO, V. 2000: 179).

Este papel clave que el conocimiento de la opinión pública juega para la acción cotidiana de los gobiernos se observa con más claridad en la argumentación de Ortega y Gasset. El autor sostiene que «jamás ha mandado nadie en la tierra nutriendo su mando esencialmente de otra cosa que de opinión pública». Para él, la acción de gobierno no funciona a través de la fuerza sino a través de

la toma de decisiones. Eso exige conocer el estado de los asuntos y saber hacia dónde sopla el viento en cada momento en forma de tendencias o de estados de opinión dentro de la sociedad. «Mandar es sentarse. Trono, silla curul, banco azul, poltrona ministerial, sede. Contra lo que una óptica inocente y folletinesca supone, el mandar no es tanto cuestión de puños como de posaderas. El Estado es, en definitiva, el estado de la opinión; una situación de equilibrio, de estática» (ORTEGA Y GASSET, J. 1983: 232).

Ortega no entra a valorar las consecuencias que ha traído para la democracia ese deseo constante de los gobiernos y los partidos políticos de conocer la opinión pública a través de los sondeos y las encuestas. Los que sí han analizado estos efectos en su obra muestran una visión negativa, centrada fundamentalmente en el uso que estos actores están haciendo de los sondeos. En este sentido, Sampedro advierte de que toda definición «unilateral y exclusiva» de la opinión pública es «interesada», y añade que quien la formula busca su «monopolio» (SAMPEDRO, V. 2000: 179).

La misma visión crítica que transmite Sampedro se observa en autores como Muñoz Alonso, que sostiene que los sondeos se han convertido en armas políticas al servicio de los intereses que manejan los partidos. Para definir la importancia que han adquirido dentro de la comunicación política asegura que nos encontramos ante una época de «sondomanía» o «sondeocracia», dominada por el poder y la fuerza incontestable de las cifras que proporcionan esas herramientas. Tal como señala el autor, los sondeos y las encuestas no son más que una representación «reduccionista y simplificada» de una realidad mucho más compleja. Las tendencias y las líneas de opinión que muestran estos trabajos de campo se convierten en guías básicas para definir los programas electorales que concurren a unos comicios. Es como si la actividad política se hubiese echado en brazos de los sondeos y las encuestas para adaptar y modular su movimiento en función de lo que indican estos barómetros. Sin embargo, este movimiento encierra algunas deficiencias porque las bases en las que descansa son excesivamente volátiles. «Los sondeos no detectan opiniones preexistentes, sino que crean opiniones a bote pronto o instantáneas que, en la misma persona entrevistada que los ha emitido, desaparecen tan pronto como el encuestador termina su tarea» (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 45).

Gómez Fernández apunta en la misma línea de Muñoz Alonso y habla de la «sondeitis» que, en su opinión, afecta a toda Europa. Para él los sondeos son el «gran aporte técnico» o la «gran herramienta» del marketing político que, a su vez, es otra de las consecuencias de la forma de hacer política impuestas por la democracia mediática. Los barómetros encargados por los medios de comunicación, por los institutos de opinión o por los propios partidos políticos son, en realidad, grandes instrumentos de prospección y orientación sobre los cuáles descansa la capacidad de los partidos para conocer las demandas, los problemas o las preocupaciones que afectan a la ciudadanía. El autor repasa algunos ejemplos reales sobre cómo los candidatos han utilizado los sondeos con esta intención orientadora.

Uno de los casos lo encontramos en la campaña de Ronald Reagan en 1980. Sus asesores de imagen emplearon un sistema llamado PINS, basado en la realización de encuestas telefónicas diarias sobre una muestra de ciudadanos predeterminada que permitía averiguar sus sentimientos acerca de lo más importante para ellos. El autor cita a Brendan Bruce, uno de los principales asesores de imagen de Margaret Thatcher para subrayar la importancia de este sistema: «ministraba a los asesores de imagen la mejor guía posible para la presentación efectiva de una política al proporcionar una comprensión clara de cómo los votantes hacen su elección, y pone al servicio de aquéllos un sutil y rico vocabulario de lenguaje persuasivo y una amplia batería de símbolos motivadores» (GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 99-100).

Sartori también insiste en el concepto de «sondeo-dependencia» o «gobierno de los sondeos» para destacar cuatro puntos débiles que los gobiernos ignoran. Considera que las opiniones recogidas por los sondeos son «débiles», «volátiles», e «inventadas» en el momento de la pregunta para decir algo y, sobre todo, «producen un efecto reflectante, un rebote de lo que sostienen los medios de comunicación». Así, las encuestas no son en absoluto un instrumento que revela la opinión del pueblo sino una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo. Los encuestadores o expertos en sondeos, dice Sartori, se limitan a preguntar a la gente su opinión sobre un tema sin averiguar antes si conoce algo sobre él (SARTORI, G. 1998: 78).

Se genera de esa manera lo que Sampedro llama opinión pública «agregada», que se resume en un titular numérico o en la fuerza irrefutable que ofrecen las cifras, y que se impone sobre la opinión pública «discursiva», mucho más difícil de seguir y de transmitir (SAMPEDRO, V. 2000: 185). Para Muñoz Alonso, la economía expresiva que ofrecen los sondeos los convierte en instrumentos apetecibles para los medios de comunicación. Se produce así un movimiento doble. Por una parte, tal como se ha visto hasta este punto, el de unos gobiernos que confían y requieren de la existencia de los barómetros como instrumentos rápidos y directos para conocer aquellas preferencias ciudadanas que no pueden obviar en su gestión cotidiana de los asuntos. Por el otro, el de unos medios de comunicación que prefieren la opinión pública agregada que aportan los sondeos como una fuerza irrefutable a la que no es posible oponerse. «La prensa y todos los medios volcarán sus críticas contra un Parlamento que no tome nota y siga dócilmente las tendencias de la opinión tal y como son presentadas por medios y sondeos. La legitimidad constitucional de las cámaras se ve empañada y negada por esa pseudolegitimidad difusa que viene dada por titulares de periódicos, minutos en antena, opiniones de personajes más o menos relevantes, columnistas y porcentajes de sondeos» (MUÑOZ ALONSO, A. 1995: 112). Así, las encuestas y los sondeos se han convertido en una representación reduccionista y simplificada de una realidad mucho más compleja y difícil de transmitir. El movimiento de los sondeos, como segundo gran componente de la democracia mediática, avanza por el mismo camino que la televisión en un proceso de banalización del discurso político que lo aleja de la argumentación, de la reflexión

y del debate constructivo. Se impone la contundencia de las cifras frente al valor de los argumentos y la pedagogía de las propuestas.

Se observa, de esta manera, una democracia mediática basada en el dominio de los medios audiovisuales, en el liderazgo de la imagen y en el gobierno de los sondeos. Hasta este punto se han expuesto las consecuencias que la irrupción de la televisión ha generado en el ámbito político y parlamentario, en la forma de un empobrecimiento y una excesiva dramatización del discurso para hacerlo accesible a las grandes masas. La televisión, más que el Parlamento, se ha convertido en el gran foro donde se discuten los grandes asuntos públicos. Sin embargo, las limitaciones que sobre el discurso ofrece la televisión lo alejan del ideal deliberativo y reflexivo que debería acompañar a toda asamblea parlamentaria.

El análisis detallado de los componentes de la democracia mediática y sus consecuencias arroja muchos más efectos negativos que positivos sobre la democracia y la comunicación política, en un proceso que no ha pasado desapercibido para autores como Gómez Fernández, para quien el marketing político deberá defenderse, por su dimensión tecnológica, de ser el causante de conducir a la agonía a una comunicación política que, según él, sólo pretende modernizar. Dentro del concepto de marketing político el autor incluye el empleo de la televisión, la aparición y el uso abundante de los sondeos y la incorporación de las nuevas tecnologías por parte de los partidos políticos. Gómez Fernández muestra una visión negativa acerca de los efectos del marketing político sobre la democracia. Aunque ha traído consigo una mayor capacidad para publicar las ideas de las distintas formaciones políticas, en la práctica ha creado un juego alejado de la verdad. No ha servido para reforzar el debate democrático. Tampoco para introducir una suerte de pedagogía en la política capaz de preparar a los ciudadanos para una mejor comprensión y participación en ella a través de las propuestas. Ha ocurrido más bien todo lo contrario, a causa de la imposición de un discurso simplificado, alejado de la reflexión y basado en la economía de la expresión y en el poder de las cifras que imponen el discurso de la televisión y los sondeos.

Los partidos y gobiernos han utilizado sus herramientas para diseñar campañas llenas de promesas electorales adaptadas a las demandas puntuales de los ciudadanos. Sin embargo, esas promesas no se han reflejado en la acción de gobierno posterior a las elecciones, generando una «desilusión de los votantes que se traduce en recelo hacia lo político. Aparece la denuncia de la política mentira, responsable del descrédito de la democracia y el alejamiento de los ciudadanos del mundo de la política» (GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 98-101).

Sey y Castells apuntan en la misma dirección para explicar este recelo de los ciudadanos hacia la política, pero se centran fundamentalmente en la responsabilidad de los medios y en su faceta para abordar la información política y parlamentaria. En su opinión, hay razones para creer que existe una conexión entre «la política en los medios» y sus consecuencias en forma de «crisis de legitimidad

política». «En otras palabras, no es que la gente se retire de la política, sino que tiende a desconfiar de los políticos y de la política formal y a participar en una serie de prácticas políticas alternativas, entre las que se incluyen el voto a terceros partidos, la abstención, la participación en políticas de referéndum o la exploración de movilizaciones políticas fuera del tradicional sistema de partidos» (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 455). En este sentido, Muñoz Alonso advierte de que los vínculos de confianza entre ciudadanos y representantes políticos se han roto y asegura que los medios han contribuido «decisivamente» a este resultado (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 25).

Esta visión asume que los medios de comunicación han jugado un papel destructivo en ese proceso de pérdida de confianza de la ciudadanía hacia las instituciones y la política. Asume también que la cobertura simplista y reduccionista que los medios de comunicación ofrecen de la vida política ha dañado muy seriamente el sistema político democrático. Uno de los autores más incisivos a la hora de criticar el papel de los medios es Fallows. Para él, el mayor problema de la democracia norteamericana es que la gente ha dejado de confiar en los partidos y en las instituciones. Lo atribuye al papel destructivo de los medios de comunicación y a la cobertura de los asuntos políticos que ofrecen al público. Los medios cada vez más presentan la vida política como un espectáculo deprimente, en lugar de una actividad vital en la que cual los ciudadanos pueden y deberían sentirse comprometidos (FALLOWS, J. 1996: 8).

Su libro está lleno de ejemplos reales extraídos de programas de televisión, informativos y coberturas de acontecimientos a partir de las cuales el autor construye su argumentación. Ataca por igual a noticieros, programas de debate, *talk shows* y hasta espacios de referencias como *60 minutes*. «Estos programas, que supuestamente deberían ayudar a la gente a entender las cosas, lo dificultan. Meten en la cabeza de la gente el mensaje según el cual los temas públicos no importan excepto para que los políticos discutan sobre ellos». Para el autor, los medios de comunicación han perdido los valores del periodismo clásico. No informan sobre los asuntos que realmente preocupan a la gente. Esa información útil ha sido desplazada por una cobertura simplificada y reduccionista de la vida política en la que los asuntos se tratan de forma superficial y frívola, reduciéndolo a una especie de juego entre ganadores y perdedores.

El instinto natural de los periódicos y de la televisión es presentar los asuntos de actualidad diaria como si su significado fuese político en el sentido más estrecho del término. Los partidos y los candidatos se erigen en representantes de esas causas en un intento exclusivo de ganar ventaja sobre sus rivales. «Es como si la noticia sobre un nuevo avance en medicina se diluyese en especulaciones sobre si su creador ganará el Premio Nobel ese año. El implacable énfasis del juego de los políticos amenaza la vida pública, dejando ver día tras día que la esfera política es un escenario en el que ambiciosos políticos luchan por el poder, mucho más

que una estructura en la cual los ciudadanos pueden abordar los problemas que les preocupan» (FALLOWS, J. 1996: 20-31).

El autor, aunque en ningún momento se refiere a ella por su nombre, abandera una teoría que otros como Norris han optado por llamar «*media malaise*». Traducido al castellano significaría una expresión cercana a «malestar con los medios de comunicación». La teoría del malestar con los medios de comunicación sostiene que la cobertura de las noticias que están ofreciendo los medios de comunicación erosiona la confianza ciudadana en los líderes políticos y en las instituciones de gobierno. Contrariamente a lo que sostiene Fallows, Norris recoge esta teoría para reflexionar sobre ella y refutarla a través de varios argumentos. El primero de ellos apunta a la gran oferta informativa que el público tiene a su disposición a través de los diferentes medios, formatos y canales que hoy existen. La autora no niega el predominio de las coberturas blandas de los temas políticos que se observan en algunos sectores del mercado, pero sostiene que la posibilidad de obtener coberturas serias también se ha expandido. «Los debates interminables del senado en C-SPAN coexisten hoy con debates sobre sexo y relaciones personales en *Jerry Springer Show*. *The Sun* puede encontrarse en las mismas estanterías que *The Economist*. La diversificación no significa que la sociedad entera se esté volviendo estúpida por las tendencias de los nuevos medios. Si nos centramos en los excesos del mercado estamos olvidando cambios dramáticos como la posibilidad de ver debates legislativos, de ser testimonios de los refugiados de Kosovo en el momento de cruzar la frontera o de encontrar información on-line sobre los servicios del gobierno local» (NORRIS, P. 2000: 15-17).

En su opinión lo que se produce es el fenómeno contrario a lo que sostiene la teoría del malestar con los medios. La gente que está más expuesta a los medios demuestra un mayor compromiso cívico. La gente que ve más noticias en televisión, lee más prensa, navega más por Internet y presta mayor atención a las campañas es más participativa y confía más en el gobierno. Aprender más sobre los asuntos públicos reduce las barreras para el compromiso cívico en un proceso que la autora llama «*virtuous circle*» (círculo virtuoso) (NORRIS, P. 2000: 17-21).

Norris, al contrario que Fallows, rechaza que los medios de comunicación sean los responsables de la pérdida de confianza de los ciudadanos en las instituciones de la democracia. Sin embargo, asume plenamente que ese proceso de descontento y alejamiento se está produciendo. «La erosión de la confianza en las principales instituciones de la sociedad, especialmente aquellas que representan a la democracia, es una amenaza más seria para la democracia que la pérdida de confianza en el resto de la ciudadanía o en los políticos» (NEWTON, K. y NORRIS, P. 2000: 53). Newton y Norris analizan la evolución de la confianza en las instituciones públicas y privadas en la década de 1980 y 1990. Su estudio parte de los datos extraídos de las dos oleadas del World Values Survey realizado en la primera mitad de 1980 (1981-1984) y los primeros años de la década de 1990 (1990-1993) para Estados Unidos, Europa y Japón.

El hallazgo más importante es que durante esa década se produce, en términos generales, una pérdida de confianza ciudadana en todas las instituciones públicas examinadas (Policía, sistema legal, Fuerzas Armadas, Parlamento, Administración Pública). Cae en los 17 países analizados, excepto en Islandia. En cambio, la confianza en las instituciones privadas (sistema educativo, Iglesia, principales compañías privadas, prensa, sindicatos) presenta más variaciones. Desciende de forma significativa en países como Finlandia, Estados Unidos o Gran Bretaña, pero registra ascensos en otros países como España, Italia, Dinamarca o Francia. Los datos no permiten hablar de una caída generalizada de la confianza ciudadana, pero sí muestran diferencias notables entre las instituciones privadas y las públicas, con datos más preocupantes para estas últimas. La confianza en el Parlamento desciende en 8 de los 17 países analizados entre 1980 y 1990. En Finlandia el nivel de confianza se reduce drásticamente en 31 puntos porcentuales durante esa década, mientras que en España esa caída es de 10 puntos porcentuales. Otros países como Irlanda, Japón, Gran Bretaña o Bélgica muestran incrementos moderados de la confianza en el Parlamento.

¿Cuáles son los motivos que justifican esa pérdida de confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas? Los autores aportan varias teorías que intentan explicar este proceso a partir de modelos psicológicos o culturales. Sin embargo, se decantan por un modelo que basa sus razones exclusivamente en la actuación de los gobiernos, sin atender tampoco a justificaciones económicas. «Las instituciones de gobierno que actúan bien es probable que obtengan la confianza de los ciudadanos. Aquellos que actúan mal o son poco efectivos generan sentimientos de escasa confianza. Según el modelo, el público en general reconoce si el gobierno o las instituciones políticas están actuando bien o mal, y reacciona de manera acorde» (NEWTON, K. y NORRIS, P. 2000: 53-61).

Putnam identifica este proceso de pérdida de confianza y alejamiento de los ciudadanos de las instituciones con lo que él denomina el «declive del capital social». Su trabajo documenta con datos comparativos los descensos que se han producido en los indicadores que identifican ese capital social a lo largo de las últimas décadas. Tal como explica el autor, se observa un descenso y un debilitamiento del compromiso público con los partidos políticos, especialmente en las generaciones jóvenes. Ha caído la afiliación sindical, en un proceso que comienza en EEUU en 1969 y que se acelera en todos los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) a partir de 1990. Ha descendido la asistencia a la iglesia en prácticamente todos los países europeos y ha caído también la participación electoral en Estados Unidos y en los países de la OCDE. El autor afirma que, en términos generales, esa participación electoral ha caído de un 80 por ciento aproximadamente en 1950 a alrededor de un 70 por ciento en la década de 1990. Destaca que, a excepción de Estados Unidos, esos descensos comenzaron en la década de 1980 y se aceleraron en los años 90. «Estas cifras tienden a apoyar la hipótesis de un desgaste gradual del compromiso popular con la política convencional. Este descenso casi universal en la forma más importante de participación



política democrática resulta tanto más llamativo porque se ha dado en presencia de unos niveles de educación que han ido en rápido aumento y la educación es, en todas partes, un fortísimo predictor de participación política» (PUTNAM, R. 2003: 639).

En España, la participación electoral no ha registrado descensos tan acusados a lo largo de las últimas décadas, aunque conviene remarcar que no se han alcanzado los niveles de finales de la década de los 1970 y principio de 1980, que coincidieron con las primeras elecciones democráticas. Así figura en el cuadro número 1 dedicado a los niveles de participación en España en elecciones generales desde los primeros comicios democráticos.

**Cuadro 1. Participación electoral en España en elecciones generales**

Elecciones al Congreso de los diputados	N.º Votantes	Abstención
1977	78,83%	21,17%
1979	68,04%	31,96%
1982	79,97%	20,03%
1986	70,49%	29,51%
1989	69,74%	30,26%
1993	76,44%	23,56%
1996	77,38%	22,62%
2000	68,71%	31,29%
2004	75,66%	24,34%
2008	73,85%	26,15%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos extraídos del sitio web del Ministerio del Interior.<sup>2</sup>

Putnam también observa un «creciente descontento» de los ciudadanos con las instituciones públicas, que él atribuye al papel de «espectadores» que han adquirido los ciudadanos dentro de la maquinaria del sistema democrático. «Los partidos y los sindicatos de la mayoría de los países estudiados han tendido a convertirse en agentes profesionales contratados al servicio de ciudadanos y trabajadores, y no en movimientos de solidaridad social. La privatización del capital social que se está dando en la mayoría de nuestros países podría socavar claramente las formas tradicionales de participación política» (PUTNAM, R. 2003: 648). Las oportunidades de influencia política y de participación comunitaria que antaño representaba la pertenencia a partidos políticos y sindicatos han desaparecido en la actualidad. La profesionalización de estas instituciones ha reducido el peso del papel ciudadano en ellas, generando un alejamiento de las formas tradicionales de participación política.

<sup>2</sup> <[www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm](http://www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm)>. Fecha de consulta: 12/07/2010.

Pérez Díaz identifica en este proceso una «sensación de falta de influencia» de los ciudadanos respecto a las instituciones políticas que se corresponde con un «sentimiento ambivalente hacia los partidos y la clase política» (PÉREZ DÍAZ, V. 2003: 466). En este sentido, y según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el 70,2 por ciento de los ciudadanos encuestados en España en 2006 se mostraba de acuerdo o muy de acuerdo con la frase «los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como yo» (CIS, 2006a), mientras que el 68,4 por ciento consideraba que «es necesaria la introducción de mecanismos para que los ciudadanos participen más directamente en las decisiones políticas» (CIS, 2005).

Putnam apunta en su obra la tendencia de declive que marca el capital social en Estados Unidos y en los países de la OCDE a lo largo de las últimas décadas, pero no ofrece datos pormenorizados para cada uno de los países. Si se atiende, de nuevo, al caso español conviene partir del reconocimiento de la «escasa afiliación de los españoles a partidos y sindicatos» (PÉREZ DÍAZ, V. 2003: 462). Dentro de ese contexto que observa Pérez Díaz también se han registrado descensos significativos en los últimos años. En 2004, un 6,8 por ciento de los ciudadanos encuestados reconocía pertenecer y participar activamente en un sindicato (CIS, 2004). Tres años después era sólo un 3,5 por ciento el porcentaje que reconocía pertenecer y participar activamente en estas organizaciones. La gran mayoría, un 79,9 por ciento, nunca había pertenecido (CIS, 2007a).

Los datos arrojan el mismo patrón cuando se refieren a los partidos políticos. En 2004, un 2,9 por ciento de los ciudadanos encuestados reconocía pertenecer y participar activamente en un partido político (CIS, 2004). Tres años después, ese porcentaje se ha reducido hasta el 1,7 por ciento. Un 90,7 por ciento de los ciudadanos encuestados asegura que nunca ha pertenecido a un partido político (CIS, 2007a).

El descontento y la pérdida de confianza de los ciudadanos hacia las instituciones públicas que señalan Putnam, Newton y Norris alcanzan niveles significativos en España, especialmente cuando esas instituciones son los partidos y la clase política. El cuadro 2 muestra cómo la clase política y los partidos han ido adquiriendo cada vez mayor protagonismo en la lista de principales problemas que identifican los ciudadanos. Los datos se extraen de las respuestas ciudadanas a la pregunta «¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?» que el CIS realiza para ejecutar sus barómetros mensuales. En 2006, los partidos y la clase política ocupaban el séptimo lugar entre la lista de las principales preocupaciones de los españoles. Aludían a ellos un 10 por ciento de los encuestados. A partir de ese momento, la valoración que los ciudadanos hacen de la institución política ha variado notablemente, reflejando el descontento y la desconfianza que se ha instalado entre la ciudadanía. Este cambio de valoración se ha apreciado de forma significativa en los últimos meses de 2009 y la primera mitad del año 2010.

En marzo de 2010 los partidos y la clase política representaban el principal problema para el 15,8 por ciento de los encuestados. Ocupaban el tercer lugar en la lista

de preocupaciones de los españoles por encima de la inmigración (13,5 por ciento) y del terrorismo/ETA (11,1 por ciento). Un mes después, en abril, esa estimación había subido hasta el 19,4 por ciento. En junio, la clase política y los partidos volvieron a situarse como el tercer problema que existe en España al ser mencionado por el 20,6 por ciento de los encuestados. El barómetro correspondiente al mes de julio registró otro incremento significativo en cuanto a la valoración negativa de la política por parte de los españoles. Fue mencionada como el principal problema del país por el 21,7 por ciento de los encuestados, sólo por detrás del paro (78 por ciento) y de los problemas de índole económica (51,3 por ciento).

La situación apenas ha variado en la primera mitad del año 2011, durante el transcurso del cual los partidos y la clase política han mantenido el tercer lugar en la lista de preocupaciones de los españoles. De hecho, en el mes de mayo de 2011 la preocupación por los políticos marca un nuevo récord en España al ser vistos como el mayor problema por el 22,1 por ciento de los ciudadanos. Con estos registros, y en este punto, la clase política y los partidos políticos cumplen 15 meses consecutivos como tercera preocupación nacional. Su valoración negativa por parte de la ciudadanía registra un máximo histórico, superando incluso la percepción obtenida en septiembre de 1995 durante la etapa de crispación política coincidente con la última fase del gobierno de Felipe González y la dura oposición del PP de José María Aznar. En aquel momento, los políticos fueron citados como el principal problema por el 21,5 de los entrevistados por el CIS.<sup>3</sup>

**Cuadro 2. La clase política y los partidos políticos entre la lista de principales problemas que existen actualmente en España para los ciudadanos**

La clase política, los partidos	Enero 2006	Enero 2007	Enero 2008	Enero 2009	Junio 2009	Diciembre 2009	Enero 2010	Febrero 2010	Marzo 2010	Abril 2010	Mayo 2010	Junio 2010	Julio 2010	Mayo 2011
%	10,1	12,4	8,9	8,9	12,9	13,6	14,9	16,8	15,8	19,4	18,8	20,6%	21,7%	22,1%
Posición dentro de la lista de principales problemas	7ª	7ª	8ª	7ª	6ª	3ª	5ª	3ª	3ª	3ª	3ª	3ª	3ª	3ª

Fuente: Elaboración propia a partir de los barómetros de opinión del Centro de Investigaciones Sociológicas: CIS, 2006 (b); CIS, 2007 (b); CIS, 2008; CIS, 2009; CIS, 2010; CIS, 2011.

La falta de confianza en los políticos y las instituciones se manifiesta con mayor intensidad en los jóvenes. Según el informe Juventud en España 2008, la política les interesa muy poco y genera mucha desconfianza en ellos. Al 50 por ciento de los jóvenes no les interesa nada la política, una cifra que supera en 12 puntos la que se

<sup>3</sup> Fuente: <<http://www.europapress.es/nacional/noticia-preocupacion-paro-alcanza-mayores-cotas-decada-20110609130140.html>>. Fecha de consulta: 17/06/2011.

registró en el año 2004. Según este documento, «el sector joven es optimista en cuanto a lo que puede aportar la política, y pesimista en cuanto a lo que se puede esperar de la política y de los políticos» (INSTITUTO DE LA JUVENTUD EN ESPAÑA, 2008: 37).

La pérdida de confianza ciudadana en los partidos e instituciones políticas no implica el declive de toda clase de capital social. Tal como señala Pérez Díaz, se observa un florecimiento de formas más «blandas» de capital social y un aumento del «asociacionismo del tercer sector» (PÉREZ DÍAZ, V. 2003: 468). Por ejemplo, el número de licencias federadas, que indica la pertenencia a asociaciones o clubes deportivos, ha aumentado de 3.032.262 licencias en 2004 a 3.394.834 en 2008.<sup>4</sup>

Este auge del tercer sector al que se refiere Pérez Díaz también se aprecia en los datos del CIS. En el año 2002, un 13 por ciento de los ciudadanos encuestados por el CIS decía ser miembro o socio de asociaciones o clubes deportivos, un 3,7 por ciento lo era de asociaciones de vecinos mientras que un 3,8 por ciento de los encuestados era socio o miembro de organizaciones eclesíásticas o religiosas. (CIS, 2002). Tres años después, todas esas magnitudes habían crecido. El 13,7 por ciento de los ciudadanos encuestados decía ser miembro o socio de clubes o asociaciones deportivas, el 6,3 por ciento de asociaciones de vecinos, mientras que un 5,7 por ciento aseguraba serlo de organizaciones eclesíásticas o religiosas (CIS, 2005).

Las cifras, tal como señalan los argumentos expuestos por los autores consultados, muestran las líneas opuestas que siguen los dos tipos de capital social analizados. La tendencia ascendente del tercer sector relacionado con el asociacionismo se contraponen con la pérdida de confianza de los ciudadanos en los partidos e instituciones políticas. Las razones que lo explican son varias, pero apuntan a un sentimiento de alejamiento de los ciudadanos respecto a la política ante la falta de atención por parte de los partidos y la escasez de posibilidades de participación. Según los autores a los que se ha recurrido para elaborar este apartado, en este proceso de alejamiento también han intervenido los medios de comunicación, especialmente la televisión, en un movimiento que ve una conexión entre la política en los medios y la crisis de legitimidad de la política. Han olvidado los valores del periodismo clásico y se han dedicado a ofrecer una cobertura simplificada y frívola de los asuntos políticos, reduciendo todas las cuestiones a un enfrentamiento entre ganadores y perdedores. Esto ha conducido a un empobrecimiento del discurso público del que también son responsables los partidos y los gobiernos. Han decidido renunciar al mínimo de argumentación y reflexión que debería acompañar a la información política para someterse a los dictados de la televisión con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de público posible. Más que el Parlamento, la televisión se convierte en el gran foro donde se discuten los asuntos públicos, con la salvedad de que es imposible hacer política con las veloces rutinas de producción que impone la televisión.

<sup>4</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Información Estadística. Cultura y ocio. Deportes. <<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t12/a115/a01/l0/&file=o20013.px&type=pcaxis&L=0>>. Fecha de consulta: 12/07/2010.

## 3.2. EL NACIMIENTO DE NUEVAS FORMAS DE CAPITAL SOCIAL

Este apartado se detiene en las insuficiencias del sistema democrático que comienzan a vislumbrarse a partir de la década de los 80 en España y en las soluciones que los diferentes actores sociales proponen para intentar superar los límites de una democracia que, a los ojos de los ciudadanos, aparece como distante, excesivamente ritualizada y dominada casi en régimen de monopolio por los partidos políticos.

La primera de las reacciones tiene como escenario el contexto municipal y está protagonizada por el movimiento asociativo y las administraciones locales. Consolidados ciertos pilares del estado del bienestar, el modelo de la democracia representativa se revela escaso para canalizar los deseos de participación ciudadana que habían ido creciendo con el movimiento vecinal desde los últimos años del Franquismo. Esas insuficiencias se hacen más evidentes en el entorno local a causa de la mayor cercanía entre la administración y los administrados. La distancia que crece entre los ciudadanos y las instituciones, junto con el modelo monopolista de los partidos políticos, generan un escenario que algunos autores identifican como una crisis del modelo de la democracia representativa (BRUGUÉ, J. 1999: 157; GOMÀ, R. y FONT, J. 2001: 162; SUBIRATS, J. 2002: 6).

Frente a las demandas ciudadanas de contar con un mayor peso en la toma de decisiones, las administraciones reaccionan con la aprobación de un paquete legislativo que posibilitará que, paulatinamente, se vayan incorporando a las estructuras locales diferentes mecanismos de participación ciudadana en la gestión de los asuntos públicos. Se trata de mecanismos que, en cuanto a su origen y funcionamiento, se describen en este apartado. El estudio se centra en el caso español, si bien algunos de los instrumentos de participación tienen su origen en otros países.

Posteriormente, y con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, esos mecanismos de participación ciudadana en el ámbito local se trasladan al entorno electrónico y se transforman en plataformas capaces de canalizar la participación ciudadana a través de internet. A pesar de las limitaciones que ofrecen estos mecanismos, su interés para el presente trabajo reside en las posibilidades que se abren con ellos: se crean nuevos espacios de interacción, deliberación y diálogo de los representantes políticos con los ciudadanos desconocidos hasta el momento. Internet, además de una revolución tecnológica, se interpreta como una innovación democrática capaz de acercar a los ciudadanos a los procesos de gestión, deliberación y toma de decisiones de los asuntos públicos (FUNDACIÓ JAUME BOFILL, 2004: 29-42; RAMILO, M. C. 2007: 182; PRIETO, P. 2004: 14-15).

La segunda de las reacciones frente a la crisis del modelo de democracia representativa que se analizan pone el punto de mira en los nuevos movimientos sociales. Su surgimiento se interpreta como una respuesta frente al déficit democrático que revelan las organizaciones verticales tradicionales como los partidos políticos y

los sindicatos (CASTELLS, M. 2001: 162; SANMARTÍ, J. 2003: 90). Su interés para el presente trabajo reside en el uso que estos nuevos movimientos sociales han hecho de las tecnologías de la información, sin las cuales no se entiende ni su nacimiento ni su posterior supervivencia (RODRÍGUEZ, I. 2002: 5-16). Se analiza un modelo de organización totalmente descentralizado y basado en la coordinación horizontal que permite la discusión, el debate y la toma de decisiones por parte de todos los actores implicados en condiciones de igualdad. Los nuevos movimientos sociales se convierten en laboratorios de democracia en los que internet inaugura una nueva forma de hacer política. (CASTELLS, M. 2003: 176-195; JURIS, J. 2006: 415-434).

### 3.2.1. La participación ciudadana en el ámbito local

Por participación ciudadana en el ámbito local entendemos la incorporación del ciudadano a la gestión de los asuntos públicos. Esta toma de partido en las decisiones colectivas tiene su origen en España en el contexto histórico de la Transición democrática. El movimiento que surge dentro de las administraciones municipales da lugar a un conjunto de reglamentos locales que, poco a poco, se van materializando en una serie de instrumentos y mecanismos cuyo funcionamiento, desarrollo y limitaciones se exponen a continuación.

24

68

#### 3.2.1.1. Justificación democrática y orígenes de la participación ciudadana

En los primeros años tras el final de la Dictadura y la llegada de la Transición el sistema democrático funciona esencialmente como un mecanismo electoral que permite a los ciudadanos elegir de forma libre a sus gobernantes por un período de cuatro años. La instauración de un sistema electoral democrático representa un avance notable después de casi cuatro décadas de régimen dictatorial. En otras palabras, que la gente tenga la capacidad de decidir a través del voto quién debe liderar el proceso de cambio y transformación que se abre a partir de ese momento en España ya representa, en sí mismo, un cambio fundamental respecto al escenario anterior. Sin embargo, el papel del ciudadano termina ahí, puesto que no existen otras vías para su incorporación efectiva a la gestión de los asuntos públicos. Votará y se retirará a un lado ante un sistema que no le exigirá su participación hasta la próxima cita electoral.

El escenario apenas se mueve durante los primeros años de democracia con un Estado y un Gobierno mucho más preocupados por garantizar el bienestar de los ciudadanos y la prestación de una serie de servicios básicos que habían quedado descuidados durante la etapa anterior. Sin embargo, hacia la segunda mitad de los años 80 se produce un cambio de escenario que tiene como protagonista a la sociedad civil. Con los pilares básicos del estado del bienestar ya constituidos, los ciudadanos comienzan a reivindicar su papel en la gestión de las políticas públicas.

Esta reacción surge, en primer lugar, en el contexto local de los municipios a causa de la mayor proximidad entre la administración y los ciudadanos. Tal como explica Brugué, los ciudadanos de los municipios reaccionan ante un modelo de democracia que aparece ante ellos como excesivamente profesionalizado y distante. «El acelerado proceso de partidificación que experimentan los ayuntamientos durante la década de los ochenta se nos presenta con una cierta apariencia de artificiosidad. Es decir, los nuevos protagonistas de la vida política local (los partidos) son una especie de extranjeros en el propio municipio. Este hecho provocará una desaparición de la tradicional promesa del municipalismo, la estrecha proximidad entre gobernantes y gobernados» (BRUGUÉ, J. 1999: 157-164). La respuesta por parte de los gobiernos locales pasa por la articulación paulatina de diversas vías para canalizar las demandas de participación ciudadana en los asuntos públicos.

Gomà y Font definen los mecanismos de participación ciudadana como «aquellos instrumentos cuya finalidad es establecer un mecanismo formalizado de interlocución y diálogo con los representantes de grupos o comunidades» (GOMÀ, R. y FONT, J. 2001: 62). En España, las primeras experiencias de participación ciudadana, aunque muy tímidas, se encuentran a partir de 1964 con la aparición de la Ley de Asociaciones. En aquel momento, con todos los resortes del régimen franquista todavía vigentes, y con el derecho de asociación todavía intervenido, la norma creó unos mínimos cauces para que la ciudadanía empezase a organizarse y plantease su intervención en la gestión de los asuntos públicos (PINDADO, F. 1999: 35).

Las primeras asociaciones con la configuración y las funciones actuales datan de 1968. A lo largo de las décadas siguientes, su crecimiento fue constante. Sólo en Cataluña, entre 1968 y 1976 se crearon una media de 35 asociaciones de vecinos anuales, mientras que entre 1977 y 1980 el ritmo fue de 173 anuales (MARTÍ I MASFERRER, P. 1999: 176). Su importancia se revela fundamental con la llegada de la democracia y la celebración de las primeras elecciones municipales democráticas de 1979. De hecho, muchos de los representantes locales que habían concurrido a esas elecciones eran personas procedentes de las asociaciones vecinales. La implantación y el arraigo de que gozaban las asociaciones vecinales en el tejido social provocaron que los primeros ayuntamientos tuviesen que reconocer a las asociaciones vecinales como organismos representativos de la población en barrios y ciudades. Parte de las mejoras urbanísticas y sociales de aquella primera etapa tienen que ver con la reivindicación vecinal (PINDADO, F. 1999: 35).

Tal como se señalaba anteriormente a la hora de describir la articulación de la participación ciudadana en el ámbito local, Brugué identifica dos etapas que arrancan con la llegada de la democracia. La primera de ellas comenzaría con la celebración de las primeras elecciones municipales democráticas en 1979. Está caracterizada por el esfuerzo de los gobiernos locales en la prestación de servicios públicos a la ciudadanía. Tras una etapa previa a la democracia en la que se habían deteriorado algunas de las estructuras, el objetivo de las administraciones

locales pasa por la mejora de calidad de vida y del bienestar de la población. Ese esfuerzo absorbe las prestaciones de los gobiernos y los deja sin recursos ni tiempo para acometer iniciativas de participación ciudadanas. La democracia local funciona como un mecanismo electoral, pero no existe espacio para el diálogo y la comunicación permanente con los ciudadanos.

El cambio se produce en la segunda mitad de los años 80. La génesis de ese cambio es el descontento ciudadano y el alejamiento que generan en el contexto municipal los mecanismos de funcionamiento de la democracia representativa. Brugué identifica este escenario en términos de «crisis de la democracia representativa» y apunta a la investigación de formas alternativas de participación para resolver ese déficit democrático. El autor lo incluye dentro de un proceso conducido por la ciudadanía para recuperar su posición ante un sistema democrático que se ha revelado como insuficiente frente a la existencia del capital social que subyace en las sociedades modernas. «Con todo, y probablemente en conexión con la tan comentada crisis del modelo representativo, aparecen formas de participación alternativas. Estas formas no electorales pretende dar respuesta, ofrecer alternativas a los límites de una democracia formal, instrumental, distante y poco comprensible para la mayoría de los ciudadanos» (BRUGUÉ, J. 1999: 157).

Las reflexiones de Subirats apuntan en la misma línea trazada por Brugué. En primer lugar, porque identifica el escenario local como el espacio donde nacen las nuevas formas de participación ciudadana a causa de la mayor cercanía que existe entre la administración y los administrados. Las razones que explican esta ampliación de las posibilidades de intervención de la ciudadanía hay que buscarlas en «las insuficiencias de las vías tradicionales de participación previstas en la democracia representativa» (SUBIRATS, J. 2002: 6). El autor también relaciona estas nuevas formas participativas con la necesidad de los gobiernos y las administraciones de buscar un «plus legitimador» que vaya más allá de la legítima victoria que les han otorgado las urnas.

El autor llega a preguntarse, en otra de sus obras, si es necesario impulsar una mayor participación ciudadana en un contexto en el que ya existe una democracia. Su respuesta es definitivamente afirmativa. Para él, la existencia de un «excesivo ritualismo» en la vida política y la presencia de un rol de «casi de monopolio de los partidos» dificultan la participación real de los ciudadanos anónimos en la vida pública. Sus reflexiones apuntan a un aumento de la participación ciudadana en las decisiones públicas dentro de un modelo que combine la eficiencia política con la participación. «Sólo construyendo mecanismos democráticos que permitan decidir con rapidez y eficacia, pero que permitan implicar realmente a la ciudadanía, escuchar sus opiniones y tenerlas en cuenta en las decisiones a tomar, será posible mantener la vitalidad de unas instituciones democráticas que se han ido convirtiendo en material sensible» (SUBIRATS, J. 2001: 41).

Pindado, en cambio, da un paso más e identifica estos mecanismos de participación ciudadana como una reivindicación del papel de las administraciones locales,



en un contexto en el que la globalización internacional y las grandes instancias políticas supranacionales han reducido al mínimo su capacidad de maniobra y decisión. En un mundo globalizado en el que los estados cada vez tiene menos poder real frente a los marcos superiores como la Unión Europea, la democracia local se convierte en un elemento «importante para recuperar y reivindicar el papel de los ciudadanos en la gestión de sus intereses y de su futuro» (PINDADO, F. 1999: 117).

Los primeros en poner en marcha estas vías de participación alternativa son los gobiernos catalán y andaluz a través de la aprobación de los Reglamentos de Participación Ciudadana en alguno de los municipios de su territorio. El eje cronológico se sitúa hacia finales de los años 70 y mediados de los 80, en un contexto en el que las asociaciones de vecinos ya constituidas habían participado en la mejora de las condiciones de vida de las ciudades. Esa relación entre asociaciones locales y gobierno municipal que se instaura desde las primeras elecciones democráticas municipales de 1979 provoca que ciudades como Córdoba o Málaga aprueben sus primeros Reglamentos de Participación Ciudadana en 1979 y 1981, respectivamente. «Se crean órganos de participación en los que las asociaciones pueden influir sobre los procesos políticos municipales y se conceden, al menos anualmente, subvenciones y ayudas económicas a las asociaciones locales. En ambos casos, la iniciativa democratizadora surge de una coalición cívico-política constituida por partidos de izquierda y asociaciones vecinales, que presentan una amplia superposición» (NAVARRO YÁÑEZ, C. 2001: 105).

En Cataluña, las normas reguladoras de participación ciudadana no se empiezan a plantear hasta 1985. La primera reglamentación municipal que se encuentra es la del Ayuntamiento de Sant Feliu de Llobregat, que lo recoge en su Reglamento Orgánico Municipal de 1985. Ese mismo año se aprueba la Ley Reguladora de Bases de Régimen Local y, dos años después, se hace lo propio con la Ley Municipal de Régimen Local de Cataluña en las que se recogen «los derechos de los vecinos y vecinas y el marco en que se ha de producir la participación ciudadana» (PINDADO, F. 1999: 37).

A partir de este momento, el número de municipios españoles que comienzan a dotarse de instrumentos legales para articular y canalizar la participación ciudadana se multiplica hasta el punto que durante el mandato 1987-1991 el 70 por ciento de los gobiernos locales de más de 100.000 habitantes impulsan la redacción de sus Reglamentos de Participación Ciudadana (GOMÀ, R. y FONT, J. 2001: 71).

La legislación y las experiencias relacionadas con la participación ciudadana local son mucho más extensas, si bien no es el objetivo de este capítulo entrar al detalle en este ámbito.<sup>5</sup> La realidad es que todo este marco legal impulsa la participación ciudadana en una doble línea. La primera es la que va del gobernante al gobernado, que

<sup>5</sup> El desarrollo y funcionamiento de estos reglamentos y sus instrumentos se desarrolla con mayor profundidad en: Brugué, Q., Donaldson, M. y Martí, S. (2003); Castells, M. y Ollé, E. (2004); Rodríguez Álvarez, J. M. (2002); Subirats, J., Blanco, I., Brugué, J. *et al.* (2001).

se concreta en actividades de relaciones públicas, marketing institucional, sistemas de información o en la creación de medios de información local. Así, la aparición revistas municipales, boletines, circulares, periódicos o radios locales se incluyen dentro de este espacio que busca acercar la administración al ciudadano a través de la mejora de los instrumentos de comunicación (PINDADO, F. 1999: 38).

La relación inversa se traduce en la aparición de una serie de mecanismos para captar las sugerencias, demandas o quejas de los ciudadanos en un proceso que trata de incorporarlos a la gestión de los asuntos públicos. Como se verá a continuación, los mecanismos de participación ciudadana tienen diferente gradación. En unos casos simplemente buscarán conocer la opinión de los ciudadanos mientras que en otros intentarán incorporar sus opiniones y reflexiones al proceso de deliberación y debate con la administración.

### 3.2.1.2. Mecanismos e instrumentos de participación ciudadana

Tal como se ha señalado anteriormente, en este apartado se repasan algunos mecanismos de participación ciudadana en el ámbito local que surgen de la legislación aprobada por los municipios españoles a partir del advenimiento de la democracia y la celebración de las primeras elecciones municipales. La tipología de mecanismos de participación se ha extraído de las diferentes fórmulas que Gomà y Font repasan en su obra (GOMÀ, R. y FONT, J. 1999: 70). Los autores establecen una especie de gradación en cuanto a la participación ciudadana que va desde la participación en el diagnóstico hasta la participación en la gestión, donde la implicación y la capacidad de decisión de los ciudadanos son mayores. A partir de ahí distinguen tres mecanismos con sus correspondientes instrumentos:

**1. Mecanismos de participación de base asociativa:** Son aquellos que sólo permiten el acceso a los ciudadanos organizados en asociaciones o colectivos. Dentro de ellos se distingue entre aquellos que presentan una lógica **sectorial o temática** (agrupados en áreas como comercio, consumo, normalización lingüística, voluntariado) frente a los que exhiben una **lógica territorial** (a escala de distrito, barrio, ciudad) (GOMÀ, R. y FONT, J. 1999: 71).

Entre los primeros (**mecanismos de base asociativa y carácter sectorial**) hay algunos autores como Brugué, Font y Gomà que, tomando como ejemplo la estructura participativa de la ciudad de Barcelona, identifican hasta tres tipos de consejos:

- **Los consejos sectoriales de participación limitada:** son organismos cerrados a la participación cualquier actor que no comparta intereses técnicos con el ámbito de actuación del consejo. Por su carácter técnico sólo se acepta a aquellos que están directamente vinculados a la estructura operativa de la institución (ej. Consejo para la Normalización Lingüística, Mesa Cívica para la Energía).
- **Consejos sectoriales de participación estándar:** A diferencia del anterior, este tipo de instrumento está abierto a todo tipo de participantes. Si bien sus

materias no son de carácter tan técnico, existe una especificidad en las áreas que abarcan que, de una manera u otra, limita la entrada de participantes (ej. Consejo Escolar Municipal, Consejo Municipal de Consumo).

- **Consejos sectoriales con participación potente e innovadora:** Su ámbito de actuación es más genérico y eso permite una mayor apertura a todo tipo de colectivos o asociaciones que consideren que su aportación puede resultar efectiva (ej. Consejo de Asociaciones de Voluntariado, Consejo Municipal de Bienestar Social).

En los tres casos, los consejos sectoriales funcionan por medio de reuniones periódicas con la presencia física de sus representantes. Se organizan a través de comisiones y grupos mixtos de trabajo (BRUGUÉ, J. *et al.* 2001: 117-121).

El funcionamiento de los **mecanismos de base asociativa y carácter territorial** presenta algunas diferencias. En primer lugar, y como su nombre indica, porque la participación de los ciudadanos se aglutina en función de intereses territoriales, es decir, la pertenencia a un determinado barrio o distrito de la ciudad. Para ilustrar su funcionamiento, los autores consultados vuelven a tomar el ejemplo de Barcelona. La ciudad está dividida en 10 distritos. Cada uno de ellos cuenta con un conjunto de instrumentos para la participación, siendo los consejos y las comisiones los instrumentos más comunes. Sus áreas de gestión son diversas y abarcan ámbitos como la seguridad, el comercio, el deporte, la cultura, las escuelas, la juventud o la tercera edad. La mayoría de distritos disponen de consejos o comisiones de deportes, centros cívicos o escuelas, mientras que su presencia es menor en materias como vía pública, bienestar o cultura (BRUGUÉ, J. *et al.* 2001: 117-121).

De nuevo, su funcionamiento se articula a partir de reuniones presenciales entre los miembros de las asociaciones que integran esos consejos y los representantes municipales. Para Gomà y Font, el peso en la gestión pública de estos instrumentos de participación ciudadana es una cuestión de voluntad política. Los autores recuerdan cómo los ayuntamientos pueden optar por la creación de consejos de distritos formados exclusivamente por representantes políticos. A su lado, junto a este equipo de gobierno, se crearían consejos consultivos territoriales formados en exclusiva por representantes de entidades y asociaciones. Esta fórmula daría lugar a un «modelo consultivo» en el que los integrantes del equipo de gobierno convocan y atienden a las recomendaciones del consejo sólo cuando lo consideran necesario. Otros ayuntamientos, en cambio, han optado por un «modelo de concertación» con presencia conjunta de políticos y representantes de entidades en los consejos. La interacción e interlocución entre ellos es mucho más intensa que en el modelo anterior y desemboca en una fórmula «pluralista» que vincula de forma sistemática a los consejos con el diseño de las políticas (GOMÀ, R. y FONT, J. 2001: 72).

**2. Mecanismos de participación mixta:** Se caracterizan por combinar la presencia de entidades y personas en el mismo canal participativo. Dentro de esta

clase de mecanismos, aquellos que tienen una presencia más relevante en los municipios españoles son los siguientes:

- **Agenda Local 21:** Consiste en un plan de acción que estimula la cooperación y el aprendizaje mutuo entre los poderes públicos y la sociedad. Font y Subirats la definen como el conjunto de «iniciativas llamadas a articular los procesos consultivos y participativos que deben guiar el diseño de estrategias de sostenibilidad en el ámbito local» (FONT, N. y SUBIRATS, J. 2001: 185). Tal como indica la definición, los procesos de Agenda Local 21 (AL21) se centran en el marco de las estrategias de sostenibilidad y políticas ambientales de los municipios. Significa que esta área deja de estar gestionada en exclusiva por parte de los ayuntamientos y responsables municipales. Su gestión se abre a la participación ciudadana en el sentido más amplio, ya que dentro de ella se incluye a los sindicatos, grupos ecologistas, los comerciantes, la industria, expertos, profesionales, jubilados o ciudadanos a título individual. Los principales mecanismos de participación y consulta de los procesos de AL21 se articulan a través de fóruns, comisiones, consejos sectoriales o reuniones temáticas. En este caso, el mecanismo obliga a la presencia física de los interlocutores en un mismo espacio. No obstante, algunos ayuntamientos acompañan esos instrumentos de participación con la realización de encuestas, la creación de páginas web o la distribución de boletines periódicos.

Font y Subirats han estudiado los mecanismos de la AL21 en un centenar de municipios españoles. Consideran que los procesos de elaboración de las AL21 «han favorecido una participación más inclusiva si se compara con la que ha caracterizado la política ambiental». No obstante, advierten que la asistencia de los convocados a las reuniones presenciales ha sido «escasa» en algunos casos y añaden la exigencia para los ayuntamientos de realizar «esfuerzos para atraer a nuevos participantes». Los autores lo atribuyen a lo que denominan el «hándicap histórico» que existe en España y que, en su opinión, crea dificultades a la hora de movilizar a la sociedad civil en la participación. «Hay que tener en cuenta que nuestra historia ha dejado secuelas en nuestra forma de entender el espacio de lo público, de lo civil, que no se ha resuelto en el vigente período democrático. Ese espacio, ese ámbito de lo civil, es visto muchas veces como un terreno que, o bien es ocupado por las administraciones públicas o el mercado, o bien es un terreno de nadie» (FONT, N. y SUBIRATS, J. 2001: 191-195).

- **Planes estratégicos:** Se trata de un mecanismo que enmarca la toma de decisiones entre los diversos agentes existentes en un territorio y que se abre, esencialmente, hacia el tejido asociativo, el mundo sindical y las universidades. Cuando funcionan en ciudades pequeñas y medianas, esta participación alcanza sectores menos profesionalizados entre los que se incluyen los ciudadanos anónimos. En España, alrededor del 35 por ciento de los municipios mayores de 100.000 habitantes han iniciado procesos de planificación estratégica, un porcentaje que se eleva por encima del 50 por ciento si se consideran las ciudades mayores de 200.000 habitantes (GOMÀ, R. y FONT, J. 2001: 75).

3. **Mecanismos de participación de base personal:** Se incluyen dentro de esta tipología aquellas fórmulas que posibilitan el acceso directo a los ciudadanos, al margen de su vinculación asociativa. Los de tipo **intensivo** reúnen a colectivos de ciudadanos que se vinculan a procesos concretos de elaboración de políticas y toma de decisiones. Los de tipo **extensivo**, en cambio, intentan reunir al mayor número posible de ciudadanos. Aquellos que tienen una presencia más relevante en los municipios españoles son los siguientes:

· **Jurados ciudadanos:**<sup>6</sup> Stewart los define como instrumentos que sirven para dar a los políticos un «recurso preciado: la opinión de la ciudadanía informada» (STEWART, J. 2001: 83). Su creación depende de los ayuntamientos o de alguna autoridad municipal que, en un momento dado, deciden consultar una política concreta a un grupo de ciudadanos elegidos al azar. Los jurados están formados por entre 12 y 16 ciudadanos que, se entiende, han de representar la composición social de la comunidad. En algunos casos, los ciudadanos que participan reciben una compensación económica por su dedicación en términos de tiempo. El método más efectivo para elegirlos es escoger una muestra aleatoria de ciudadanos del censo electoral. Pueden durar entre dos días y medio y cuatro días y medio, dependiendo de la complejidad del tema. Frente a los referéndums o las consultas populares, la principal virtud de los jurados ciudadanos es su carácter deliberativo. Incorporan el grado de información y tiempo necesarios para que los ciudadanos puedan aportar opiniones y reflexiones de calidad a los gestores públicos (DELAP, C. 2001: 180).

Para Medina y Font, «los ciudadanos demuestran estar mejor informados que en el caso de las encuestas de opinión, donde la posibilidad de recoger información y debatirla no existe». Gracias a este mecanismo deliberativo, los participantes escuchan y discuten con los técnicos y profesionales relacionados cada uno de los aspectos a tener en cuenta para poder alcanzar una decisión: economistas, expertos medioambientales, técnicos de la administración, expertos independientes. Los consejos ciudadanos funcionan a través de reuniones presenciales en las que un organizador externo actúa como conductor de los temas (MEDINA, L. y FONT, J. 2001: 153-157).

Los autores han estudiado 12 casos de consejos ciudadanos en España desde 1992 hasta 1999. Tienen como escenario Cataluña y el País Vasco, y todos ellos han sido promovidos por bien por gobiernos locales, bien por el gobierno autonómico. El objeto de la consulta tenía que ver con la construcción de equipamientos públicos, desde la ubicación de un estadio de fútbol, la ubicación y el diseño de la casa de la cultura, o la construcción de una plaza pública. En el caso de Guipúzcoa, entre 1993 y 1994 el gobierno autonómico convocó un consejo ciudadano para que los ciudadanos de los municipios afectados aportasen opiniones acerca de la

<sup>6</sup> Los jurados ciudadanos reciben varias denominaciones en función de los autores. Medina y Font se refieren a ellos como consejos ciudadanos. También se llaman Núcleos de Intervención Participativa. En Alemania reciben la denominación de Células de Planificación.

construcción de una autovía. En este caso, su dimensión fue mayor por la magnitud del proyecto. Se crearon 14 grupos de trabajo con un total de 303 participantes, porque el Gobierno Vasco y las diputaciones forales querían la opinión del mayor número posible de ciudadanos. Los promotores respetaron el 80 por ciento de las propuestas que hicieron los participantes de los Consejos, especialmente aquellas que hacían referencia a la necesidad de instalar peajes blandos y la recomendación de construir algunos enlaces suplementarios para facilitar el acceso a la autovía desde algunas poblaciones de la zona (MEDINA, L. y FONT, J. 2001: 172).

· **Presupuestos participativos:** Rebollo y Gomà sitúan su origen en las ciudades brasileñas de Porto Alegre y Belo Horizonte. Su nacimiento está vinculado con el acceso de la izquierda política a muchos gobiernos locales a lo largo de la década de los 90, aunque también hay que tener en cuenta el contexto de las ciudades en las que se ensaya de forma pionera con estas formas de participación. Porto Alegre, por ejemplo, es una ciudad con fuerte ritmo de industrialización que, aunque tardía en el tiempo, acaba por generar núcleos marginales y guetos donde las condiciones y la calidad de vida se recrudecen. En este escenario, los gobiernos locales encuentran en las prácticas de participación ciudadana una vía de solución parcial. Deciden impulsar estas prácticas para incorporar las reivindicaciones ciudadanas a los presupuestos municipales, en un intento de acotar aquellas áreas municipales con una mayor necesidad de intervención.

Su funcionamiento, aunque expuesto de forma muy esquemática, arranca con la convocatoria de los Foros de Distrito. Son instrumentos abiertos a la participación de todas las organizaciones comunales y de cualquier residente a título personal. Cada uno de ellos trabaja de forma individual. Allí se discuten las prioridades de inversión a través de reuniones a las que se convoca a representantes de asociaciones de vecinos, entidades sociales, sindicatos, ONG y residentes. Esas demandas se llevan después a una asamblea general a la que acuden los delegados de cada uno de los Foros de Distrito. Para tomar la decisión final de priorizar las inversiones más necesarias que entrarán dentro de las partidas de financiación se sigue un proceso en el que los delegados territoriales, distribuidos aleatoriamente en 4 grupos de trabajo, votan para establecer los programas de inversión prioritarios. El proceso se repite cada año durante la elaboración de los presupuestos municipales. La participación de ciudadanos no organizados representa entre un 15 y un 35 por ciento del total. La participación organizada se distribuye entre asociaciones de vecinos (25 por ciento), sindicatos (15 por ciento), empresarios (10 por ciento), ONG y entidades sectoriales (15-35 por ciento).

El modelo es mucho más extenso, ya que se pueden aplicar los presupuestos participativos para cada una de las políticas públicas existentes (Vivienda, Urbanismo etc.) con multitud de particularidades locales en función del país, ciudad o municipio que lo ejecute. Sin embargo, y teniendo en cuenta que no es el objeto de este trabajo, sirva este punto para ofrecer un apunte acerca del origen y modo de funcionamiento de los presupuestos participativos. Aunque el modelo correspon-

de al que aplican las ciudades brasileñas de Porto Alegre y Belo Horizonte, donde los autores sitúan el nacimiento de estas prácticas, su exposición debe ayudar a entender cómo funcionan los presupuestos participativos en aquellos municipios europeos y españoles que a lo largo de las dos últimas décadas los han incorporado a su estructura (REBOLLO, O. y GOMÀ, R. 2001: 201-217).

### 3.2.1.3. La participación ciudadana local a través de internet: una innovación democrática

Los mecanismos de participación ciudadana que se han repasado a lo largo de este apartado encuentran un campo de expansión en el contexto de las tecnologías de la información (TIC) que, no obstante, debe ser interpretado con cierta prevención. Hasta el momento, los instrumentos que se han visto se articulaban a partir de reuniones presenciales en las que los actores implicados aportaban propuestas, opiniones y reflexiones hasta construir un marco deliberativo. La aparición de las TIC representa un impulso para la participación ciudadana local en el sentido en el que amplía el conjunto de actores que toman parte en esos procesos. Las TIC permiten extender la participación a colectivos que difícilmente toman parte en los procesos participativos presenciales como pueden ser los jóvenes, los adolescentes, las personas no asociadas, personas con deficiencias o ciudadanos faltos de tiempo (PRIETO, P. 2007: 158). Para Dader, el potencial de expansión de estos procesos participativos reside en las capacidades que ofrecen escenarios como los «foros cibernéticos, las páginas web y el restante instrumental de la cibercomunicación» (DADER, J. L. 2003: 340). Se trata de un escenario de redes telemáticas que permiten mantener una comunicación directa entre representantes políticos y ciudadanos, y que Gomà y Font no dudan en definir con el término de «teledemocracia».

A pesar del optimismo inicial que parece dominar sus reflexiones, la prevención a la que se hacía referencia anteriormente se impone cuando se avanza un poco más en la exposición de motivos de los autores. Gomà y Font no niegan la capacidad de las TIC para ampliar el cartel de actores que participan en la gestión de los asuntos locales. Sin embargo, sí admiten la existencia de importantes capas de la población que no tienen acceso a estos medios telemáticos y que, en consecuencia, corren el riesgo de quedar fuera del proceso. Los autores, que centran su argumentación en el desigual acceso a internet, advierten de que «los proyectos iniciados en esta línea se han encontrado con que no tiene sentido realizar consultas mientras el acceso sea tan desigual. Cambiar esta situación exige una inversión en terminales públicas y en educación muy elevado» (GOMÀ, R. y FONT, J. 2001: 67).

En este sentido, conviene puntualizar que la brecha digital a la que aluden Gomà y Font en 2001 ha ido disminuyendo progresivamente con el paso del tiempo, si bien no se ha llegado a cerrar de manera definitiva. Según la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), en 2001 la penetración de internet entre la población española se situaba en el 9 por ciento. El estudio toma

como base la fórmula usuarios/ayer, es decir aquellos que se conectan o hacen uso de internet de manera diaria. Once años después, el nivel de penetración de internet entre la población española (tomando como base la fórmula usuarios/ayer) ha crecido hasta situarse en el 39,9 por ciento. (AIMC, 2011b). La evolución en el tiempo es notable pero indica que todavía siguen existiendo capas de población que no tienen acceso a la red y a todo su conjunto de servicios. Por este motivo, que ha sido una constante en el desarrollo de internet desde sus inicios, los autores que han analizado la participación ciudadana a través de la red siempre han considerado la brecha digital como una limitación a esta participación.

Este escenario, que Prieto también interpreta en términos de «brecha digital», se convierte en fundamental a la hora de definir las posibilidades de la democracia a través de las TIC. Prieto define la brecha digital como la «desigualdad existente dentro de las sociedades, tanto dentro del acceso a internet como en los conocimientos que disponen los ciudadanos para utilizar debidamente la tecnología». El autor considera que la reducción de la brecha digital es clave para garantizar el acceso del mayor número posible de ciudadanos a las herramientas de participación electrónica. Además de la brecha digital, Prieto identifica otros obstáculos como la falta de continuidad. Es decir, se realiza una consulta ciudadana apoyándose en internet pero, una vez finalizada, la plataforma desaparece. De esa forma se pierde la capacidad de aprendizaje que generaría esta plataforma si se mantuviese de forma continuada en el tiempo (PRIETO, P. 2007: 161-163).

La existencia de esta brecha digital recuerda la precaución de no otorgar a la participación virtual más importancia de la que realmente tiene. Internet no puede sustituir a la participación presencial porque buena parte de la población quedaría excluida. De esta manera, y a pesar de las posibilidades de expansión de la participación ciudadana que las TIC encierran en su seno, conviene admitir que la generalización de la participación virtual es, de momento, inviable. El escenario actual recomienda una progresiva introducción de la participación electrónica en el ámbito local, siempre que se garanticen cauces paralelos para la participación presencial. Internet, en este caso, no sustituye sino que complementa las formas presenciales (FUNDACIÓ JAUME BOFILL, 2004: 14).

De la misma forma que presenta limitaciones y dificultades, la participación ciudadana municipal a través de plataformas electrónicas también exhibe ventajas que la hacen atractiva para su implementación.

- a) Permite distribuir y compartir informaciones con la ciudadanía en un movimiento que favorece la comunicación. Los gobiernos municipales pueden colgar en la red información acerca de proyectos locales, concursos municipales para la adjudicación de obras, actas de los plenos, etc.
- b) La amplitud de la información que se pone a disposición de la ciudadanía mejora la comunicación. De esta manera, la aportación o el debate ciudadano



que después se produce a través de las plataformas electrónicas tendrá una mayor calidad y estará presidido por una atmósfera constructiva en la que los participantes aportan contribuciones ajustadas y precisas.

- c) Los gobiernos municipales que proceden de esta manera dan un ejemplo de transparencia y neutralidad.
- d) La participación ciudadana a través de las plataformas electrónicas es más extensiva y permite la incorporación de ciudadanos que, de otra manera, no participarían (RAMILO, M. C. 2007: 182).

Ramilo considera que para fomentar la cultura participativa es necesario comenzar a desarrollar bases de información, comunicación y consulta que faciliten la deliberación y la toma de decisiones. Su estudio se basa en el ámbito del País Vasco, donde varios ayuntamientos han puesto en marcha plataformas electrónicas con el objetivo de implicar a la ciudadanía en la gestión de asuntos municipales. Una de esas plataformas es <www.2005hiritarrok.net>, impulsada por <Europa Press.net> con la participación de nueve ayuntamientos. La web funcionaba a partir de la presentación de propuestas por parte de ciudadanos y representantes políticos, que después eran sometidas a deliberación y a la posterior votación. No se conocen datos sobre la ulterior aplicación de esos acuerdos, pero la plataforma cumple con los requisitos que debe reunir un espacio de estas características: mejora la información que se pone a disposición del público y favorece una participación informada y de calidad protagonizada por un mayor número de ciudadanos (RAMILO, M. C. 2007: 190-192).

Prieto incluye la aparición de estas plataformas participativas electrónicas dentro de un proceso de modernización electrónica de la administración municipal. Ese proceso comienza con la creación por parte de los ayuntamientos de las webs municipales que incluyen toda una serie de información básica acerca del municipio y, en algunos casos, permiten la ejecución de algunos trámites municipales. El proceso de modernización no ha terminado ahí, sino que ha continuado a través de la creación de plataformas electrónicas que establecen foros de discusión y aportan direcciones de correo electrónico para que los ciudadanos puedan comunicar a los representantes municipales sus opiniones y preocupaciones (PRIETO, P. 2004: 4).

Una de las plataformas más desarrolladas de participación ciudadana a través de internet en el ámbito municipal se encuentra en el proyecto *Consensus, ciutadans en xarxa*. Se trata de una iniciativa que surge en el año 2000 con el objetivo de ofrecer a los ayuntamientos catalanes una herramienta de participación ciudadana que facilite y promueva la transmisión de información entre representantes municipales y ciudadanos. El proyecto<sup>7</sup> se basa en el concepto de *«governance»*, que

<sup>7</sup> Los promotores de la iniciativa son el Institut Català de Tecnologia, la Fundación Jaume Bofill, el consorcio de ayuntamientos Localret y un grupo de doce ayuntamientos: Cardedeu, Granollers, Manresa, Mataró, Rubí, Sabadell, Sant Cugat del Vallés, Sant Feliu de Llobregat, Terrasa y Vic, a los cuales se añadirán más tarde los ayuntamientos de Badalona y Barberà del Vallés.

se define como una «nueva forma de tomar decisiones basadas en las relaciones con el resto de agentes públicos, agentes privados y la ciudadanía del municipio» (FUNDACIÓ JAUME BOFILL, 2004: 5).

El objetivo era crear una plataforma electrónica de participación ciudadana que pudiese ser aplicada por cualquier municipio interesado. El único requisito era formar a los técnicos municipales que se encargarían de gestionar esta herramienta y contar con el compromiso de los concejales y representantes municipales. *Consensus* ofrece la posibilidad de que los ciudadanos se dirijan a ellos a través de correos y cartas electrónicas de forma que la continuidad y el éxito de la iniciativa depende del compromiso y la voluntad de los destinatarios a la hora de responder a esa participación ciudadana.

Tras varias pruebas y modificaciones, la iniciativa se pone en marcha en el verano del 2004. La participación ciudadana se articula a través de los siguientes espacios:

- Cartas al Consistorio: permite enviar preguntas, comentarios, demandas o sugerencias al Consistorio. El ciudadano puede enviar el mensaje al concejal correspondiente, quedando accesible en la web tanto el requerimiento como la respuesta.
- Cuestionarios generales: permiten recoger la opinión o punto de vista de los ciudadanos en relación a temas generales del Ayuntamiento.
- Agenda de plenos, donde se cuelgan las fechas, los puntos del orden del día y las actas de plenos del Ayuntamiento.
- Recogida de firmas: permite al ciudadano iniciar o adherirse a una recogida de firmas para modificar un punto del orden del día de un pleno, o para cualquier otro tema de interés municipal.
- Foros: Son espacios para el debate en un proceso de consulta. Pueden ser moderados, a través de la presencia de un animador que valida los mensajes antes de ser publicados, o no moderados.
- Documentos: Pueden ser documentos de trabajo, a los que los ciudadanos pueden aportar sus comentarios, o cualquier documento de interés municipal. Los documentos de trabajo llevan un foro asociado que permite comentar y hacer propuestas sobre el documento.
- Grupos de trabajo: Para un proceso participativo que abarque diferentes áreas pueden definirse distintos sub-espacios para cada una de dichas áreas (PRIETO, P. 2004: 14-15; FUNDACIÓ JAUME BOFILL, 2004: 29-42).

A través de estas funcionalidades, *Consensus* refuerza los niveles de participación y, sobre todo, fortalece las formas deliberativas de la democracia. Sobre este punto, Borge recuerda que la participación electrónica es «toda actividad voluntaria

de los ciudadanos encaminada a influenciar en la selección de los gobernantes o en la toma de decisiones públicas que se canaliza o se produce a través de medios telemáticos o electrónicos». Su definición corresponde al máximo nivel de participación, es decir la elección de gobernantes, pero por debajo hay otros 4 niveles<sup>8</sup> que refuerzan el proceso para que los ciudadanos puedan llegar a este último escalón:

1. Información: Divulgación de documentos a través de la web.
2. Comunicación: Relación bidireccional a través del correo electrónico y otros espacios de comunicación habilitados: cartas, preguntas, sugerencias, demandas.
3. Consulta: Para saber las opiniones de los ciudadanos a través de referendos, encuestas, sondeos.
4. Deliberación: A través de los foros, chats, espacios de debate.
5. Participación en decisiones y elecciones: A través del voto electrónico o bien a través de referendos o encuestas que sean vinculantes en la toma de decisiones (BORGE, R. 2005: 3-5).

Aplicado este modelo al funcionamiento de *Consensus*, se observa que la plataforma posibilita todos los niveles de participación. La agenda de plenos, los comunicados y los avisos permiten a los ciudadanos estar informados. Las cartas al Consistorio favorecen el nivel de comunicación. Los documentos de trabajo, los foros y los cuestionarios favorecen la consulta y la deliberación. Finalmente, la recogida de firmas permite que los ciudadanos participen en las decisiones del Ayuntamiento. En este caso, la decisión final sigue estando en manos del alcalde y los concejales pero la fórmula de la recogida de firmas sí permite a los ciudadanos sumar voluntades para influir en las decisiones públicas: pedir una audiencia pública, proponer una consulta popular o introducir algún punto del orden del día en el pleno (FUNDACIÓ JAUME BOFILL, 2004: 19).

### 3.2.2. Las nuevas formas de organización colectiva: los nuevos movimientos sociales

El apartado anterior ofrece la visión de la participación ciudadana como una respuesta ante las insuficiencias del sistema democrático. El movimiento tiene su origen en la administración local y municipal por ser ésta la más cercana al ciudadano. Las reivindicaciones ciudadanas tras la primera etapa de asentamiento de la democracia, y la voluntad de los gobiernos de garantizarse la paz social a través de una estrategia de colaboración con el movimiento vecinal que ya existía desde los últimos años del Franquismo, se traducen en la aprobación de todo un

<sup>8</sup> Borge (BORGE, R. 2005: 3-5) se refiere a la escalera de participación de Arnstein. ARNSTEIN, S. (1971): *Ladder of participation in the USA*, Journal of the Royal Town Planning Institute.

corpus legal que establece diversos mecanismos de participación ciudadana en el ámbito local. Posteriormente, la aparición de las tecnologías de la información, fundamentalmente internet, han ampliado las posibilidades de esas plataformas, si bien es cierto que también han generado algunas dudas sobre su realización.

El punto que a continuación se aborda avanza en la misma línea, aunque lo hace desde un punto de vista diferente. Se detiene en la irrupción de los nuevos movimientos sociales como respuesta frente a la crisis de legitimidad de la democracia y las insuficiencias del sistema democrático. Dentro del concepto de nuevos movimientos sociales se incluye, fundamentalmente, al movimiento antiglobalización, que agrupa un gran número de organizaciones heterogéneas en su base. Su aparición se interpreta como una reacción al déficit democrático que plantean las organizaciones verticales tradicionales como los partidos políticos y los sindicatos. Sin embargo, tanto su irrupción como su supervivencia en el tiempo no se entienden sin la presencia internet. La red es la que permite a sus miembros mantenerse en contacto, organizarse y tomar decisiones. Aparece así un modelo totalmente descentralizado basado en una espontaneidad organizada. Cada uno de los grupos que habita dentro de él mantiene su autonomía y toma sus decisiones colectivas a través de una interacción que no está mediada por ningún partido político. Ese modelo de organización basado en las relaciones horizontales se ha interpretado como un laboratorio de democracia en el que internet aparece como una nueva forma de hacer política.

La manifestación más actualizada de estos nuevos movimientos sociales confiados a la suerte de las tecnologías de la información se observa en las protestas surgidas en los países árabes a partir de los primeros meses de 2011, así como en la plataforma 15 de Mayo impulsada en España días antes de las elecciones autonómicas y municipales de 2011. A pesar de que su futuro y su dirección son inciertos en el momento de finalizar la redacción de este trabajo, su impacto social y su modo de funcionamiento, en cuanto a plataformas descentralizadas, de estructuras horizontales y entregadas totalmente a internet en su coordinación, nos obligan a repasar su nacimiento y propagación en la parte final de este punto.

### **3.2.2.1. Los nuevos movimientos sociales como alternativa frente al déficit de la democracia representativa**

Putnam advertía, en las reflexiones que se reflejaban al final del punto 3.1.2 del presente trabajo, que se estaba produciendo un declive del capital social que se traducía en un desgaste del compromiso ciudadano con las formas de política convencional. El autor lo atribuía al descontento ciudadano con las instituciones públicas a causa de un sistema democrático insuficiente que relegaba al público a un mero papel de espectador. Según los datos que aportaba, el declive del capital social se apreciaba en la caída de la participación electoral o en los descensos en la afiliación sindical y a los partidos políticos. Son indicadores que se registran

en los países de la OCDE a partir de los años 80 y que se aceleran en la década de los 90 (PUTNAM, R. 2003: 639-648).

Las reflexiones de Putnam son recogidas por otros autores a la hora de analizar el contexto en el que desemboca ese declive del capital social. Para Borge, la reacción de la sociedad frente a ese declive del capital social es la aparición de otro tipo de capital que se articula en torno a organizaciones diferentes. Tienen otros principios, una estructura de funcionamiento distinto, pero conservan su implantación en el tejido social. Tal como señala la autora, «el asociacionismo político disminuye, pero algunas formas nuevas de asociacionismo social están aumentando en las últimas décadas como grupos de autoayuda, ONG para el desarrollo de grupos de derechos humanos o plataformas antiglobalización» (BORGE, R. 2007: 27).

Castells avanza un poco más en esta argumentación hasta concretar el concepto y la forma de esas nuevas organizaciones a las que se refería Borge. Para él, se articulan en torno a los nuevos movimientos sociales que, en su opinión, son los encargados de rellenar el vacío dejado por la «crisis de las organizaciones verticalmente integradas, heredadas de la era industrial». Ocupan el espacio que dejan los partidos políticos de masas, capaces de activarse únicamente cuando se pone en marcha la maquinaria electoral. Reemplazan también a los sindicatos, que se han convertido en una especie de agentes privados contratados al servicio de los trabajadores (CASTELLS, M. 2001: 162).

Para Castells, el paradigma de los nuevos movimientos sociales está representado por el movimiento antiglobalización. Es así porque en su seno conviven una conjunción de intereses e ideologías en la que participan ONG solidarias con los pobres del mundo, ONG humanitarias, trabajadores y sindicatos en defensa de sus empleos y condiciones laborales, ganaderos y campesinos que se niegan a aceptar las consecuencias de los acuerdos de libre comercio, movimientos de campesinos de todo el mundo y sus redes de solidaridad, grupos ecologistas, grupos feministas, artistas revolucionarios, anarquistas, grupos de autónomos de distintas ideologías y tradiciones, jóvenes en una revuelta violenta en contra de sus sociedades, partidos políticos de la vieja izquierda, intelectuales críticos e independientes. Es decir, parece un único movimiento social pero en realidad son decenas los que se agrupan bajo esa denominación. El nombre de movimiento antiglobalización parece, más bien, un recurso lingüístico para resumir su complejidad a través de la economía de las palabras.

Esta amplia heterogeneidad que se encuentra en su base aconseja no reducir el movimiento antiglobalización a las manifestaciones, a menudo violentas, protagonizadas por jóvenes activistas de los países desarrollados durante las reuniones clave de los gobiernos internacionales. La conjunción de intereses que reúne en su seno provoca que una parte del movimiento antiglobalización opte por esta clase de acción colectiva como forma de expresión. Sin embargo, en su génesis y en su composición actual también se encuentra una «crítica radical de los mecanismos

de representación política en las instituciones del gobierno local». Castells entiende que ese movimiento antiglobalización también busca, entre sus objetivos, una forma de organización alternativa frente al déficit democrático existente en el sistema actual. En otras palabras, ha nacido como respuesta ante la insuficiencia de un sistema democrático que apenas deja resquicios para la participación efectiva de los ciudadanos y que, paralelamente, aumenta la distancia que separa al público de las instituciones de gobierno. «Entre el acto de votar cada cuatro años a la menos mala de las opciones restringidas, y el resultado de un proceso de toma de decisiones complejo entre una pluralidad de actores gubernamentales que toman en consideración los intereses estructuralmente dominantes de las empresas privadas, hay una brecha creciente que se hace todavía mayor por la falta de transparencia y por la desconfianza ciudadana vis a vis en la clase política» (CASTELLS, M. 2003: 180-184). Por ello, parte de la esencia que reside en la base del movimiento antiglobalización nace del proyecto compartido de crear formas alternativas de representación y participación frente a las estructuras políticas tradicionales.

Sanmartí interpreta este movimiento como un proceso de apertura capaz de superar los conceptos clásicos de izquierda-derecha, o de mundo desarrollado-mundo subdesarrollado. La democracia actual ya no depende únicamente de las grandes mayorías tradicionales. En su funcionamiento intervienen múltiples agentes que rompen los moldes clásicos y que adquieren un nuevo protagonismo que no debe ser menospreciado (SANMARTÍ, J. 2003: 90).

La reflexión que apunta Sanmartí invita a pensar en la complejidad que envuelve a las sociedades contemporáneas y en los movimientos de transformación que se han producido en su interior. El conflicto social se ha desplazado fuera del entorno industrial y laboral que antaño impulsaba a participar en movimientos clásicos como sindicatos y partidos políticos. Las reivindicaciones se han desplazado desde los factores económicos hasta otros de carácter cultural, medioambiental o relacionado con la defensa de valores como la vida o la familia. Tal como señala Castells, «tras la transición desde el predominio de las relaciones primarias (encarnadas en la familia y la comunidad) hacia el de las relaciones secundarias (encarnadas en la asociación), el nuevo patrón dominante parece estar constituido en torno a lo que podríamos denominar relaciones terciarias» (CASTELLS, M. 2001: 150). Esto significa que, tal como se ha visto hasta el momento, los movimientos sociales aparecen como una alternativa frente al déficit democrático sentido por los ciudadanos. Sin embargo, su génesis, consolidación y definición de los objetivos no se entiende sin una serie de transformaciones sociales que también contribuyen a generar el caldo de cultivo adecuado.

Este punto enlaza con la definición que realiza Larraña, para el cual el concepto de nuevos movimientos sociales «proviene de la comparación con las formas en que se expresaba el conflicto de clase en las sociedades industriales europeas, y alude a los cambios que se están produciendo en la estructura y funcionamiento de ciertas formas de acción colectiva» (LARRAÑA, E. 1999: 133). La clase de con-

flicto social organizado en torno al sector industrial o las condiciones de trabajo de una parte de la población ha pasado a un segundo plano en las sociedades postindustriales. Ahora adquieren protagonismo nuevas formas de reivindicación basadas en lazos culturales o la defensa de ciertos valores como el ecologismo, el pacifismo, la lucha contra el capitalismo o la defensa de los pueblos oprimidos.

Significa esto que los nuevos movimientos sociales ya no luchan sólo por los derechos del trabajador. Acostumbran a ser movimientos que problematizan la identidad y manifiestan posibilidades de nuevos estilos de vida y significados culturales más allá de inquietudes políticas (RODRÍGUEZ, I. 2002: 12). Lo que ha motivado estas transformaciones sociales ha sido el proceso de «desdiferenciación de la política» por el cual se ha roto la frontera que separaba los campos de la política y de la no-política. En otras palabras, han proliferado toda una serie de demandas y reivindicaciones ciudadanas, ubicadas fuera de la esfera tradicional de la política, que han provocado el surgimiento de una nueva cultura basada en la participación a través de nuevas formas de acción colectiva.

Las movilizaciones ciudadanas que se sucedieron tras el asesinato de Miguel Ángel Blanco a manos de ETA en 1997 son un ejemplo de las pautas de acción de los nuevos movimientos sociales. Surgieron de forma espontánea y no fueron convocadas por ningún partido político. Constituyen un caso de supremacía de los movimientos sociales sobre los partidos políticos. Demuestran que existen formas de participación, reivindicación y organización alejadas de los cauces de los partidos, y que éstos ya no son los únicos capaces de canalizar y movilizar la participación ciudadana. Para Larraña, esta nueva forma de organizar la acción colectiva está basada en la crisis de credibilidad de los partidos políticos, aunque va más allá de dicha crisis. Supone una «quiebra del principio de subordinación a los partidos», un «desbordamiento» de los cauces políticos que exige revisar «aquella concepción de la política a la luz de otra en la cual los partidos políticos no son ya los únicos cauces de participación» (LARRAÑA, E. 1999: 176-182).

### 3.2.2.2. Los nuevos movimientos sociales y el uso de las nuevas tecnologías.

#### La red como forma de hacer política

Hay dos razones fundamentales que ayudan a entender la importancia de las tecnologías de la información, especialmente internet, en la organización, funcionamiento y supervivencia en el tiempo de los nuevos movimientos sociales. Internet ha permitido extender la defensa de sus causas y principios más allá de cualquier barrera geográfica imaginable. La mediación tecnológica ha propiciado que reivindicaciones locales, y con riesgo de quedar aisladas como la que representa el movimiento Zapatista, se extendiesen más allá de sus fronteras territoriales y ganasen adeptos en todo el mundo. Su capacidad para comunicarse con el mundo los colocó en la primera fila de la política mundial, obligando al Gobierno Mexicano a introducir nuevos cauces democráticos.

En segundo lugar, las tecnologías de la información han aportado un nuevo esquema en la organización y acción de los nuevos movimientos sociales. Ante el descontento que generaba un sistema democrático que no estimulaba la participación y que marginaba al público del proceso de toma de decisiones, internet aporta un modelo descentralizado y horizontal. Permite la reunión de actores diferentes bajo un mismo paraguas. Posibilita su participación en el debate y, especialmente, favorece la toma de decisiones sin la intervención de un poder jerárquico como el que podían representar los partidos políticos o los sindicatos.

Para Rodríguez, los nuevos movimientos sociales no se entienden sin la mediación de las nuevas tecnologías. El autor parte la argumentación, repasada en el punto anterior, según la cual el desplazamiento del conflicto social fuera de los factores económicos es una de las razones que hay detrás de la aparición de estos nuevos agentes. Para él, se produce un tránsito de la «política a la cosmopolítica», en la que se engloban las nuevas reivindicaciones culturales y sociales contemporáneas. Esa regeneración temática ha sido posible gracias a la mediación tecnológica, que ha permitido ejercer efectos globales desde actividades locales, y reunir a actores muy diversos dentro de un mismo escenario. Las nuevas condiciones tecnológicas actuales son las que han animado a algunos movimientos sociales, que han visto en la red una nueva forma de acción y organización. «En un mundo cambiante como el actual, cada vez más globalizado, internet se convierte en el medio que permite la flexibilidad necesaria a la movilización» (RODRÍGUEZ, I. 2002: 5-16).

Uno de los ejemplos más reveladores sobre la capacidad que ha aportado internet a los nuevos movimientos sociales, tanto en la difusión de su causa como en su organización interna, se encuentra en el ya aludido movimiento Zapatista, al que Castells define como la «primera guerrilla informacional» (CASTELLS, M. 2003: 106). La lucha contra el Estado Mexicano por la defensa de sus intereses y su modo de vida ha tenido varios capítulos relevantes a lo largo del siglo XX. Un breve repaso por ellos ayuda a entender el alzamiento de 1994, en cuyo posterior desarrollo se revela fundamental el uso de las nuevas tecnologías.

Los zapatistas son en realidad campesinos, indios de varios grupos étnicos y mestizos instalados en la selva Lacandona en la frontera con Guatemala en busca de tierras que trabajar para convertirlas en su medio de vida. Durante siglos se han visto golpeados por una inseguridad constante, motivada por los cambios de asentamiento a los que el Gobierno los sometía en función de sus propios intereses y los de los terratenientes. En 1972 el Ejecutivo Mexicano intentó sacar de nuevo de sus asentamientos a más de 4.000 familias en convivencia con una compañía forestal que había recibido los derechos de explotación de la zona. La mayoría de colonos se negaron y prosiguió así su lucha con las autoridades, con el derecho a la tierra como principal punto de confrontación. En 1992, un nuevo decreto abolió los derechos legales de las comunidades indias que se habían reasentado por segunda vez. El punto culminante contra la economía de las comunidades de campesinos llegó con las políticas de liberalización que aplicó el Gobierno



Mexicano en la década de los 90, como anticipo del Tratado de Libre Comercio de América del Norte de 1994. Se incrementaron las importaciones de maíz y se eliminó la protección del precio del café. Como consecuencia, la economía local se hundió. Los zapatistas comenzaron a movilizarse: compraron armas e iniciaron una marcha para intentar reclutar campesinos que se uniesen a su lucha. El proceso culminó con el alzamiento del 1 de enero de 1994, cuando aparecieron en San Cristóbal de las Casas y en varias ciudades de Chiapas con una declaración de guerra contra el Estado de México. Detrás de todo aquel movimiento se encontraba el liderazgo del subcomandante Marcos.

Comienza en ese momento una lucha contra el Gobierno Mexicano que va mucho más allá del enfrentamiento físico. El Estado intentó aislarlos a través de un bloqueo informativo que buscaba ahogar todos sus canales de expresión para evitar que consiguiesen el favor de la opinión pública. La audiencia que veía las noticias a través de la televisión, fundamentalmente Televisa, sólo recibía extractos de la declaración de guerra de los zapatistas. No se explicaba nada acerca de su conflicto histórico con el Gobierno, y tampoco se aportaban los argumentos de su lucha en favor de los derechos del campesinado. A los zapatistas no les quedó otro remedio que buscar canales de comunicación alternativos para explicar al mundo su lucha y superar el aislamiento al que los quería someter el Estado. En su estrategia fue fundamental el uso que hicieron de internet, tanto para difundir sus mensajes fuera de Chiapas como para crear un nexo de contacto permanente con activistas y grupos de solidaridad de todo el mundo.

Su estrategia a través de internet se basa en La Neta, una red de comunicación alternativa en México y Chiapas que permitía mantener el contacto con un amplio grupo de ONGs locales. A través de ella se crearon listas de distribución que difundían los mensajes y los comunicados del Movimiento Zapatista a un amplio conjunto de actores entre los que se encontraban usuarios de internet, grupos pacifistas, grupos humanitarios concienciados con los derechos humanos, redes de grupos indígenas o grupos en la red que eran favorables a levantarse en favor de los movimientos de base. Una y otra vez grupos y lectores favorables a su causa rebotaron los mensajes a nuevos espacios de internet, incluso los tradujeron a otros idiomas.

No conviene caer en el error de pensar en el Movimiento Zapatistas como una guerrilla totalmente informatizada. Muchas áreas rurales y comunidades indígenas no tenían ni siquiera acceso a la electricidad. Sus oportunidades de mantenerse en contacto con el mundo dependían de un nutrido grupo de mediadores, grupos humanitarios o activistas políticos que recogían los comunicados en mano para después colgarlos en internet y hacer que viajaran por todo el mundo a través de las listas de distribución. Esa información era descargada por otros activistas en diferentes partes del mundo y transformada en panfletos o libros donde se detallaban las torturas, violaciones, ejecuciones sumarias y otros actos de violencia perpetrados por los militares y las fuerzas policiales mexicanas. Este tránsito del medio on-line al off-line no hacía sino multiplicar el número de receptores de la causa Zapatista.

El uso extensivo de internet les permitió, además de difundir información, establecer toda una red de grupos de apoyo internacional. Se creó un movimiento de opinión pública a nivel mundial que se tradujo en la organización de marchas y manifestaciones en México, San Francisco, Nueva York y otras ciudades del planeta. Su conexión permanente con el mundo y la red de apoyos internacionales que habían tejido a través de internet obligó al Gobierno Mexicano a desistir en el uso de una estrategia de represión a gran escala. Este movimiento de solidaridad forzó al Gobierno a retirar su solución militar y a negociar con los zapatistas. La democratización del Estado Mexicano y el rápido crecimiento de movimientos pro-democráticos en México le deben algo a la causa zapatista (CLEAVER, H. 1995: 1-19; CASTELLS, M. 2003: 106-113).

Otros autores como Del Rey también sitúan a los zapatistas como el primer gran movimiento social articulado a partir de las tecnologías de la información. Lo que hacen los zapatistas es abrir una nueva vía de comunicación y organización en las sociedades modernas que después será explotada por otros agentes. Así, Del Rey recuerda que «hace cuarenta años, cuando el Che Guevara se internó en Bolivia, escribía en pequeños papeles que entregaba a los campesinos –con la ingenua esperanza de que llegaran a los periodistas–, mientras que en los años 90, cuando el subcomandante Marcos se internó en la selva lacandona, se presentó al mundo desde Internet. Es quizá el ejemplo más claro de la transición entre el universo de la televisión y el universo de Internet, el tránsito de la teledemocracia a la ciberdemocracia» (DEL REY, J. 2007: 17). Es, tal como señala Gómez Fernández, la oposición entre el «imaginario guerrillero incomunicado» Che Guevara y el «guerrillero mediático», el subcomandante Marcos (GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 94).

Al pionero Movimiento Zapatista le han seguido otros movimientos sociales que también han basado su estrategia de organización y difusión en las tecnologías de la información. Castells repasa otros casos como los de la milicia estadounidense y el movimiento patriota en los años 90, los lamas del Apocalipsis o miembros de Aum Shinrikyo en Japón, y el movimiento de Al Qaeda antes y después de los atentados del 11 de septiembre (CASTELLS, M. 2003: 119-169). Sin embargo, si hay un paradigma que sitúa a internet en el centro de la coordinación, la comunicación y la forma de hacer política dentro de una organización colectiva, ése viene representado por el movimiento antiglobalización, también llamado movimiento por la justicia global.

Su nacimiento se sitúa en la ciudad de Seattle, coincidiendo con la clausura del encuentro de la Organización Mundial del Comercio celebrado el 30 de noviembre de 1999. Cerca de 50.000 personas tomaron las calles de la ciudad para protestar contra la globalización empresarial. ¿Quién estaba en Seattle ese día? Una variada coalición de ecologistas, sindicalistas y activistas a favor de la justicia económica. El impacto de las movilizaciones fue tan grande que consiguieron cancelar el encuentro. Las manifestaciones fueron reflejadas por todos los medios de comunicación, abriendo el debate sobre el hecho de que la globalización no

era un proceso natural sino una decisión de los gobiernos. Seattle se convirtió en un símbolo capaz de generar un nuevo modelo de protesta social, basado en la acción directa, las manifestaciones y las concentraciones sindicales.

La razón para que más de 50.000 personas de colectivos tan heterogéneos como ecologistas, feministas, sindicalistas, movimientos de solidaridad internacional, ONG, anarquistas o intelectuales se concentrasen aquel día en Seattle hay que buscarla en los lazos de conexión que internet había tejido entre todos esos grupos. Los activistas habían explotado una de las cualidades de la red: un medio transnacional que permite a decenas de unidades locales actuar de manera global.

Las listas de distribución y las páginas web que se habían creado con anterioridad difundieron la convocatoria y extendieron la movilización a nivel internacional. También contribuyó la recién creada plataforma Indymedia (Independent Media Center), que fue presentada precisamente en Seattle como una fuente alternativa de información y noticias para activistas. Funciona como un tablón de anuncios y una agencia de noticias alternativa. Aporta información exacta sobre acontecimientos a menudo silenciados por las autoridades e ignorados por los medios de comunicación.

A pesar de la heterogeneidad de los participantes, todos interpretaron la globalización empresarial como una amenaza que debía de ser combatida y redirigida en función de intereses sociales, y no únicamente económicos. A través de los foros organizados, de las listas de distribución y de los correos electrónicos se comunicaron las pautas acción directa que se iban a utilizar en Seattle. Hubo propuestas, alternativas, discusiones y debates electrónicos para organizar los lugares, las horas y el contenido de las protestas. Internet no sólo movilizó, sino que también organizó a los activistas.

Esas mismas listas de distribución, y toda la infraestructura electrónica que se había empleado en Seattle, fue utilizada un año después para coordinar las movilizaciones contra el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI) en Washington DC, en abril del año 2000. Los activistas con base en Europa crearon nuevas listas de distribución en lengua inglesa para preparar las acciones del 26 de septiembre del 2000 durante la reunión del Banco Mundial y el FMI de Praga. Previamente se había establecido la primera lista de distribución en lengua española para coordinar las acciones de solidaridad por toda Latinoamérica. Ese mismo año, activistas de Barcelona produjeron la primera lista de distribución española con la vista puesta en las acciones de Praga. Desde entonces, internet se ha convertido en un medio esencial para coordinación y la interacción de los activistas. (JURIS, J. 2006: 417-424; CASTELLS, M. 2003: 176-184). «Los activistas usan listados de distribución para permanecer informados sobre actividades y para realizar tareas logísticas concretas, mientras que la planificación más compleja, el debate político y la construcción de relaciones tienen lugar durante los encuentros físicos, en los que toman cuerpo las redes virtuales» (JURIS, J. 2006: 423).

Además de las listas de distribución, la comunicación también se mantiene a través de las páginas web. Redes de activistas nacidas al calor de esas u otras movilizaciones como la Red de Acción Directa Continental (DAN), el Movimiento por la Resistencia Global en Cataluña (MRG) o la red People's Global Action (PGA) disponen de sus propios sitios web. A través de ellos, o de otros creados temporalmente con motivo de alguna movilización puntual, suministran información, listas de contacto, documentos o recursos informativos. A través de ellos también se realizan llamamientos a la acción. Se ponen en funcionamiento foros y chats a través de los cuales surge el debate y la interacción en tiempo real.

Juris considera que «la lógica cultural de la red» ha dado paso a «una nueva forma de hacer política». Funciona a través de «estructuras reticulares de organización y práctica políticas basadas en formas no jerárquicas, coordinación horizontal entre grupos autónomos, acceso abierto, participación directa, toma de decisiones por consenso». Internet representa algo más que un revolucionario medio de organización y comunicación para el movimiento antiglobalización. Más allá de eso, la red se convierte en un «laboratorio de democracia» capaz de generar estructuras organizativas alternativas a la política tradicional. Una reacción frente al aislamiento y el distanciamiento de las instituciones de la democracia representativa. A través de la red, la toma de decisiones se abre a un nutrido grupo de actores. Hay un debate previo con intercambio de posiciones dominado por una lógica horizontal alejada de la rigidez y la verticalidad de las organizaciones tradicionales (JURIS, J. 2006: 428-434).

Internet se convierte así en una nueva forma de hacer política determinada por mecanismos propios y claramente identificables. De ser una herramienta organizativa de la empresa, además de un medio de comunicación, pasa a convertirse en una palanca de transformación social. Tal como señala Castells, «la experiencia de movilizarse y organizarse en torno a Internet ha llevado a algunos militantes a proyectar la red como una forma potencial de una futura sociedad democrática en la que la gente mantiene su autonomía y toma sus decisiones colectivas mediante debates y votaciones, sin la intermediación de los políticos profesionales» (CASTELLS, M. 2003: 185).

Hasta este punto se ha estudiado al Movimiento Zapatista como pionero en la utilización de las nuevas tecnologías como medio de comunicación y organización interna. El modelo que los zapatistas destapan es adquirido más tarde por los activistas del movimiento antiglobalización o por la justicia global, que ensayan una nueva forma de hacer política a través de internet. La capacidad movilizadora y organizativa que aportan las nuevas tecnologías también se aprecia en otras experiencias de los movimientos sociales con un menor impacto en la historia.

Rodríguez analiza el papel de internet en la movilización ecologista que sucedió al desastre de Aznalcóllar ocurrido en 1998. La rotura de un dique de contención de un embalse de explotación minera vertió millones de metros cúbicos de residuos contaminantes sobre el parque natural de Doñana. Mientras los partidos

políticos y la Administración Pública se acusaban mutuamente en busca de responsables, emergió una plataforma ecologista de intereses agregados a través de internet. Los promotores fueron las ONG ecologistas que, a través de la red, tejieron todo un movimiento de apoyo a la causa de Doñana integrado por científicos independientes, universidades, ONG y activistas internacionales. A través de las páginas web de las ONG implicadas en la causa era posible consultar los últimos datos sobre el terreno contaminado, protestar, unirse a campañas de movilización o formar parte de grupos de voluntarios. La red se convirtió en el medio ideal para desplazar el debate, denunciar, argumentar e informar al margen de los canales controlados por las administraciones. Se organizaron foros y se formularon debates con la participación de diferentes actores a partir de los cuales surgieron medidas para la protección de animales y la limpieza de lodos. El debate traspasó las fronteras nacionales y se estableció como un actor paralelo a la administración pública. El movimiento ecologista a favor de Doñana que se había organizado en torno a internet se convirtió en un ojo vigilante de la actuación de los gestores públicos. A través de él se urgió a los representantes políticos a tomar decisiones acertadas y eficaces en la tarea de protección de la naturaleza. Se exigieron responsabilidades, se formularon políticas de acción sostenibles y se establecieron coaliciones con otros grupos e instituciones (RODRÍGUEZ, I. 2002: 17-27).

La red también fue el núcleo a partir del cual el Foro Español de la Familia coordinó una campaña en contra de la aprobación de los matrimonios homosexuales desarrollada entre noviembre de 2004 y junio de 2005. La organización apenas contaba con presupuesto y se apostó por internet como vía de difusión de la iniciativa. A través de la red también se reclutó un conjunto de voluntarios que se comprometieron a transmitir el mensaje a través de pequeñas acciones locales. Se puso en práctica una campaña descentralizada basada en la acción local a partir de una coordinación global dirigida desde internet y la web del Foro Español de la Familia. Se recaudaron 35.000 euros provenientes de aportaciones voluntarias que sirvieron para financiar la compra de carteles y flyers utilizados en las acciones locales, así como para sufragar los gastos de organización de la manifestación celebrada el día 18 de junio de 2005 en Madrid bajo el lema de «La familia sí importa». Para Rubio, que analizó la génesis de esta iniciativa y su posterior desarrollo, internet se está convirtiendo en un «instrumento para establecer consensos, aglutinar intereses y despertar el espíritu comunitario. Donde reside la potencialidad de internet es en su efecto descentralizador, que está contribuyendo al fortalecimiento democrático» (RUBIO, R. 2007: 90-99).

A la hora de analizar el componente movilizador y organizativo de las tecnologías de la información son varios los autores que recurren al ejemplo de las manifestaciones ciudadanas que se produjeron en España en la tarde del 13 de marzo de 2004, dos días después de los atentados terroristas de Madrid que dejaron 192 víctimas mortales y más de 1.500 heridos. Durante los días posteriores al atentado el consumo de medios de comunicación de masas aumentó considerablemente,

pero también lo hizo el de los medios ajenos al flujo de la comunicación de masas. En concreto se detectó un mayor tráfico de mensajes a través de los medios electrónicos: internet y el teléfono móvil. Estos dos canales de información dieron lugar a dos estrategias comunicativas completamente diferentes. López se refiere a ellas como «manifestaciones regladas y no regladas». Las primeras se celebraron el 12 de marzo bajo el lema «Con las víctimas. Con la Constitución. Por la derrota del terrorismo». Parten de la convocatoria centralizada del Gobierno y se extienden a gran velocidad a través de los medios de comunicación tradicionales. «Es un modelo jerárquico de convocatoria, cuidadosamente organizado como respuesta cívica al brutal atentado del 11 de marzo» (LÓPEZ, G. 2004).

Las manifestaciones no regladas ocurrieron el 13 de marzo, la víspera de las elecciones generales previstas para el domingo 14. El autor las atribuye a la falta de credibilidad del Gobierno a la hora de transmitir la versión oficial que responsabilizaba a ETA como la autora del atentado. En su convocatoria no medió ninguna institución centralizada o reconocible, aunque sí es cierto que determinados medios de comunicación de masas como TV3, CNN+ o la Cadena Ser contribuyeron a amplificar su repercusión al establecer conexiones en directo una vez ya había centenares de personas concentradas frente a la sede del PP en Madrid. A pesar de ello, y teniendo en cuenta las sospechas que aún existen respecto a su origen, López estima que todo partió de un mensaje de texto sms que fue el responsable de iniciar la cadena. «La difusión posterior de la misma se da de manera descentralizada, asistemática e incontrolable a través de multitud de representaciones de la comunicación interpersonal, en particular aquellas que requieren una mediación tecnológica, es decir, el e-mail y los mensajes sms de los teléfonos móviles» (LÓPEZ, G. 2004).

Doval aporta más detalles acerca de su convocatoria, organización y ejecución posterior. Coincide con López a la hora de situar como punto de origen un mensaje sms de teléfono móvil. El texto se envía a unas 10 direcciones entre las que se encuentran algunos medios de comunicación internacionales y también activistas, que actúan como nodos de enlace con redes más amplias. Horas más tarde el mensaje salta a internet a través de las páginas web de algunas redes de activistas. A lo largo de la mañana del 13 de marzo son cerca de 30 las organizaciones que reenvían la misma convocatoria, enlazada en sus páginas web. A las seis de la tarde del día 13, unas doscientas personas se concentran frente a la sede del PP de la calle Génova. El primer grupo son rostros conocidos del activismo madrileño. Minutos después, los medios de comunicación antes mencionados informan en directo de las protestas, un hecho que atrae nuevos manifestantes a las concentraciones (DOVAL, M. 2006: 198-199).

En pocas horas, una iniciativa gestada con el apoyo de las nuevas tecnologías dentro del ámbito de las redes de activistas salta a los cauces tradicionales de los medios de masas consiguiendo una fuerte repercusión. La magnitud obliga al entonces candidato del PP a las elecciones generales, Mariano Rajoy, a comparecer

ante los medios para pedir la disolución de las concentraciones. Minutos después, lo hará el portavoz del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba, para desvincularse de cualquier responsabilidad en esa convocatoria y acusar al Gobierno de ocultar información (LÓPEZ, G. 2004). Internet y las nuevas tecnologías se revelan, de nuevo, como poderosos aliados en la difusión, organización y ejecución de una iniciativa nacida en el seno de los activistas integrantes de los nuevos movimientos sociales.

Las tecnologías de la información también se han revelado fundamentales en las rebeliones de los países árabes ocurridas en los primeros meses de 2011. No se trata de revoluciones producidas exclusivamente por internet, aunque sin la fuerza que les han transferido redes sociales como Facebook o Twitter no habrían tenido ni una difusión tan rápida ni un alcance internacional tan amplio. «Yo las llamo wikirrevoluciones, movimientos sociales autogenerados y auto-organizados, que se basan en redes horizontales de comunicación y confianza entre la gente, que empiezan en Twitter y Facebook y acaban en la calle y, cuando es necesario, en las barricadas» (CASTELLS, M. en RODRÍGUEZ, D. 2011: 44).

Las manifestaciones ciudadanas que provocaron la renuncia del presidente egipcio Hosni Mubarak tras 30 años en el poder nacieron en Facebook. La red social fue el escenario de la convocatoria de una marcha ciudadana llamada «Todos somos Jaled Said» en memoria de este joven bloguero de 28 años fallecido tras la paliza que le propinaron dos agentes (*EL PAÍS*, 2011:3). La red sirvió como altavoz internacional de las protestas, una especie de foro donde se anunciaban todos los actos callejeros convocados, al tiempo que se informaba al minuto de lo que estaba ocurriendo en aquellos que estaban en marcha. Detrás de esas acciones, que también se han vivido en mayor o menor grado en otros países como Túnez, Siria o Yemen, no existe ningún partido político, sindicato o colectivo social en exclusiva. Ninguno de ellos podría considerarse el líder o gestor único de las protestas, si bien es cierto que en su génesis y posterior ejecución ha destacado el nombre de ciertos activistas locales que han contribuido a guiar y poner cierto orden en las acciones (*EL PAÍS*, 2011: 4-5). Más allá de su autoría o ejecución intelectual, la realidad es que la red social Twitter, con más de 200 millones de cuentas en todo el mundo, se ha revelado un instrumento fundamental en las revueltas de los países árabes. Si bien es cierto que las decisiones se tomaban en tierra, en los cafés, en los bares, en la primera línea de las manifestaciones, no conviene olvidar las importantes dosis de flexibilidad, rapidez y espontaneidad que han aportado las redes sociales. Su estructura horizontal, en la que todos caben y todos pueden participar, debe mucho a la forma descentralizada y completamente auto-organizada que presentan los movimientos que han guiado estas protestas. Para entender el poder de internet en todo este proceso sólo conviene recordar lo que ocurrió el 27 de enero de 2011, apenas dos días después de la primera gran marcha contra el presidente egipcio, Hosni Mubarak, cuando las autoridades decidieron bloquear los servicios de Twitter, Facebook y Blackberry (*EL PAÍS*, 2011: 4-5).

Todavía más cercano en el tiempo es el precedente del movimiento 15-M en España, cuya dirección y consecuencias son todavía difíciles de calibrar en el momento de redactar este trabajo. En su nacimiento confluyen dos ideas señaladas anteriormente a lo largo de este apartado. En primer lugar, se trata de un movimiento social totalmente espontáneo, auto-organizado y horizontal, alejado de la rigidez de las organizaciones sindicales o de los partidos políticos. No se identifican con ningún partido político y su organización descentralizada les ha llevado distribuir el trabajo en comisiones. Toman las decisiones en asambleas, por consenso y sin ningún tipo de jerarquías. Es decir, no existen líderes supremos ni presidentes, aunque sí un acceso abierto y una serie de mecanismos de participación directa que están en la línea de los cambios políticos y sociales que reclama el movimiento.

Su funcionamiento y supervivencia en el tiempo tampoco se entiende sin las redes sociales. Facebook y Twitter se han convertido en instrumentos de convocatoria para difundir todas las manifestaciones y actos de protestas organizados, así como para transmitir las consignas que deben presidir cada una de las acciones. Aunque las decisiones se toman en las acampadas organizadas en cada una de las plazas y ciudades españolas, sus cuentas de Twitter han funcionado como potentes altavoces de cada una de sus actividades. No se entendería, de otra manera, su capacidad para convocar, en cuestión de horas, actos capaces de movilizar a miles de personas.<sup>9</sup>

La segunda idea fundamental para entender su nacimiento es la absoluta heterogeneidad que domina su composición. En su seno se defienden propuestas que van desde la limitación de los cargos públicos, la modificación de la ley electoral y la profundización de mecanismos que permitan ejercer la democracia directa, hasta el rechazo expreso al denominado Pacto del Euro o la dación de la vivienda para cancelar la hipoteca con el banco.<sup>10</sup> Su composición, a pesar de estar formada mayoritariamente por jóvenes, es asimismo heterogénea en cuanto a ideología, procedencia y tendencia política de sus integrantes. En esencia, el movimiento 15-M defiende una nueva forma de organizar las sociedades a través de una democracia más participativa y con un mayor peso de la ciudadanía. Se trata de una estructura organizativa alternativa a la política tradicional, que está en consonancia con los modelos de decisión basados en el consenso, la participación de todos y el debate que la propia plataforma ha puesto en marcha a lo largo de sus asambleas ciudadanas.

Tal como señalábamos anteriormente, el movimiento 15-M debe gran parte de su supervivencia al papel que han jugado las redes sociales, especialmente Twitter. Un estudio de la Universidad de Zaragoza señala que «conforme el impacto del movimiento 15-M aumentó, nuevos usuarios intercambiaron mensajes con usuarios

<sup>9</sup> Fuente: <<http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2011/06/10/nacionales-tribunales/814631.html>>. Fecha de consulta: 19/06/2011.

<sup>10</sup> Fuente: <<http://www.democraciarealya.es/tmp/19j/DRYcontraelPactodelEuro.pdf>> <<http://www.acampadavalencia.net/decalogo/#castellano>>. Fecha de consulta: 19/06/2011.



de la red existente y casi siempre lo hicieron con los nodos más relevantes. De esta forma, las personas afines a los mismos usuarios relevantes se fueron agrupando con el tiempo y dentro de la red se han creado de forma cohesiva varias comunidades» (UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA, 2011). Significa que, a pesar de que hay algunos usuarios más relevantes para difundir información en la red, en la práctica el intercambio de información y la propagación de etiquetas o *hashtags* como *#nonosvamos*, *#nolesvotes*, *#acampadasol* o *#spanishrevolution* ha provocado que nuevos grupos se hayan ido agregando y creando nuevas comunidades que conforman la gran red. En la práctica, la plataforma 15-M es un movimiento auto-organizado, descentralizado y totalmente abierto al exterior, que basa su funcionamiento en una gran comunidad virtual, fundamental para su interconexión y transferencia de información, tejida alrededor de internet y de las redes sociales. Internet es, de alguna manera, el laboratorio de democracia que después han trasladado a las calles y plazas.

A pesar de lo apuntado aquí, la reciente novedad del movimiento 15-M, y la escasez de estudios existentes en el momento de abordar la redacción de este trabajo, invitan a una reflexión mucho mayor que excede las competencias de este trabajo de investigación.

### 3.3. INTERNET COMO INSTRUMENTO DE PARTICIPACIÓN EN EL CAMPO DE LA POLÍTICA

El apartado 3.3 pretende explorar la capacidad de las tecnologías de la información (TIC) para resolver la crisis de legitimidad que afecta a la democracia. El apartado analiza la irrupción de internet para impulsar la participación ciudadana en el proceso democrático y para recuperar el tándem político-ciudadano (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 31; TRIPPI, J. 2008: 227). Se detiene en el escenario creado a partir de la irrupción de herramientas como el correo electrónico, los foros virtuales y los debates electrónicos como elementos capaces de revitalizar el carácter deliberativo de la democracia y reducir el paulatino alejamiento de los ciudadanos respecto de las instituciones (SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 115). El apartado se adentra de esta manera en la etapa de los gobiernos 2.0, en la que los ciudadanos participan de la vida pública a través de sus ideas y sus opiniones en una relación interactiva con los representantes políticos (HARFOUSH, R. 2010: 15).

Situado este marco de referencia, la exposición de argumentos avanza hacia el campo de las experiencias que han tenido una traducción en la vida real. Para ello se repasan, en primer lugar, las principales aplicaciones de las tecnologías de la información en el campo de la política. El repaso se extiende desde las herramientas que mejoran la información de los diputados y concejales en la red, hasta aquellas que permiten un contacto directo entre ciudadanos y representantes políticos. Este punto se detiene específicamente en esta clase de aplicaciones porque el análisis de la relación interactiva entre ciudadanos y políticos es, precisamente, el objeto de estudio del trabajo.

Como parte del estudio de las aplicaciones de internet en el escenario de la vida política real, el trabajo se adentra en el análisis de las campañas electorales. En concreto, analiza la aplicación de todas las herramientas que ofrece internet (correo electrónico, redes sociales, páginas web, espacios de debate electrónico, foros virtuales) en las contiendas electorales. Por orden cronológico, y también por su magnitud e importancia, se ha elegido la campaña de Howard Dean a las primarias del partido demócrata en Estados Unidos como la primera experiencia capaz de construir una relación virtual y movilizar al electorado a través de internet (JOVE, M. y RUBIO, R. 2006: 215). Howard Dean inaugura una nueva forma de hacer campaña que posteriormente explota el candidato a las elecciones presidenciales de 2008, Barack Obama. Así, se repasan las acciones realizadas durante aquella campaña electoral para cambiar el rumbo unidireccional que hasta entonces había dominado la relación con el electorado. La campaña de Obama es importante porque consiguió establecer una relación interactiva entre millones de ciudadanos, y entre estos y el propio candidato (HARFOUSH, R. 2010: 100-102; RODRIGUEZ VIRGILI, J. *et al.* 2009: 911). Por ello se le dedica atención en este apartado.

Finalmente, y tomando la experiencia americana como paradigma, se aborda la irrupción de internet en el mapa político de España, al constituir éste el marco geográfico de referencia del trabajo de investigación. Se aporta un repaso que arranca en las elecciones generales del año 2000, consideradas las primeras en las que internet juega algún papel (DOVAL, M. 2006: 176; SAN NICOLÁS, C. 2001: 41). A partir de ahí se repasan iniciativas llevadas a cabo en la red a lo largo de las siguientes campañas electorales. De nuevo, el objeto de estudio se centra en averiguar de qué manera se ha utilizado internet para crear una relación política y participativa con el electorado. Además de las diferentes elecciones generales celebradas en España desde el año 2000, el apartado se detiene específicamente en los comicios municipales y autonómicos de Cataluña. Se procede de esa manera porque los autores consultados estiman que la región catalana es una de las pioneras en cuanto a la aplicación de internet al proceso electoral.

### 3.3.1. Las posiciones frente a la crisis de legitimidad: internet ante al déficit democrático

El concepto de legitimidad reside en las bases de la democracia como una de las condiciones para su realización. Para ser aceptado y compartido por la sociedad que lo sostiene, un gobierno debe ser considerado como legítimo. Sus canales de elección de representantes, sus mecanismos de representación, las decisiones que toma o la gestión de los recursos que realiza para resolver los problemas deben llegar con cierta lógica democrática hasta el ciudadano, que con su voto tiene la capacidad de recompensar o castigar de forma periódica la acción de gobierno. A la hora de analizar este escenario, De Vega García distingue entre los conceptos de «legitimidad de origen» y «legitimidad de ejercicio». Para él, en una etapa de consolidación y

expansión de las democracias como la que se ha superado, la legitimidad de origen ya no se discute. La importancia reside ahora en encontrar mecanismos para resolver los problemas vinculados a la legitimidad de ejercicio (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 96-98).

Dentro de ese proceso de poner en práctica mecanismos para buscar constantemente la legitimidad de ejercicio, Fishkin alerta del peligro de caer en lo que él llama «mayoritarismo directo». Actuar de esa manera supone considerar que las decisiones son mejores y más democráticas cuanto más gente interviene en el proceso de toma de decisión. En otras palabras, significaría hacer siempre lo que dice la mayoría, independientemente de sus consecuencias, es decir, intentar contentar al público demostrándole constantemente su peso y su importancia en ese proceso. «Cualquier cosa que logre que el sistema se adecue mejor a nuestra percepción compartida de la opinión mayoritaria, y cualquier cosa que suplante la toma de decisión efectiva al nivel representativo por la toma de decisión efectiva por el propio pueblo llega a ser percibida como más democrática». El autor advierte de esta actitud porque puede restarle parte del componente deliberativo esencial a la democracia. «Nos hemos movido hacia a la igualdad política, pero al coste de sacrificar la deliberación» (FISHKIN, J. 1995: 50-51).

La reflexión de Fishkin apunta al concepto de democracia directa que podría sugerirse como una de las vías de salida a esa crisis de legitimidad de la democracia. Si la democracia está en crisis, y la distancia entre los ciudadanos y las instituciones cada vez es mayor, podría pensarse en la vuelta a la democracia directa como una de las soluciones. Es decir, aprovechar las posibilidades de las tecnologías de la información para ampliar hasta los límites el corpus de ciudadanos que participan en la gestión de lo público y en la toma de decisiones para ganar, de esa manera, la legitimidad de ejercicio que apuntaba De Vega García. Se podría pensar, en un símil un tanto exagerado, en un mecanismo telemático por el cual cada ciudadano, desde el cabezal de su cama, y cada noche antes de acostarse, pudiese mostrar sus preferencias o votar por cada uno de los temas que el gobierno ha decidido someter a su consideración en ese día o en ese momento.

Una democracia directa de esas características se vuelve no sólo irrealizable, sino también indeseable para los autores consultados. Font apunta que «el principal argumento a favor de la inevitabilidad de la democracia representativa es el de la imposibilidad de la democracia directa a gran escala». ¿Cómo se registran las preferencias de 40 millones de ciudadanos? ¿Sobre qué asuntos se les consulta y sobre qué otros se les deja fuera? ¿Están todos los ciudadanos preparados para participar en el proceso de toma de decisiones? ¿Qué ocurre cuando se hace necesario tomar una decisión de urgencia? Son algunas de las preguntas que ilustran esa imposibilidad de llevar a cabo una democracia directa a gran escala (FONT, J. 2001: 15).

Además de las dificultades que conlleva aplicarla, la democracia directa posee unos componentes y unos mecanismos que afectan a la calidad del debate democrático. Aquello que se gana en capacidad de representación se pierde en cuanto a la

reflexión, argumentación, profundidad y justificación que deben acompañar el debate. Se instaura un modelo plebiscitario dominado por la agregación de preferencias, pero sin el componente comunicativo y deliberativo esencial en toda actividad parlamentaria. En este sentido, De Vega García señala: «Todos sabemos a lo que, en definitiva, conduce la condena de la democracia representativa y de los partidos en nombre de la democracia suprema de identidad, y las nefastas consecuencias que este tipo de democracia tiene para la libertad de los ciudadanos» (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 92).

Incluso si se piensa en un gobierno a escala local, con un número mucho más reducido de participantes, la democracia directa se ve como un concepto incompleto, inferior frente a los matices enriquecedores que aporta la participación racional y justificada en el proceso de debate. «¿Por qué hay una necesidad de mayor participación? Porque las instituciones no gozan de su mejor estado de salud en aquellos países donde llevan más tiempo instaladas: abstención electoral, crisis de confianza en las instituciones y los partidos, cinismo político, incapacidad de procesar nuevas demandas» (FONT, J. 2001: 16). De Vega García llega a hablar del «mito de la democracia participativa» y sugiere que «nada habría que objetar, desde la más elemental lógica democrática, que ante el desolador espectáculo de una ciudadanía en fuga del cumplimiento de sus deberes políticos, se pondere y estimule la participación» (DE VEGA GARCÍA, P. 1996: 107).

Subirats reconoce que una de las estrategias que se plantean con el uso de las tecnologías de la información es recuperar el viejo ideal de democracia directa. Sin embargo, advierte que la incorporación de internet al proceso de toma de decisiones públicas no debe olvidar el carácter deliberativo de la democracia. De lo contrario, el proceso podría desembocar en decisiones «inconsistentes entre sí» o «demasiado afectadas por situaciones emocionales coyunturales». El autor llega a proponer un sistema en el que las decisiones significativas que hoy toma el Parlamento sean sometidas al referendo directo de los ciudadanos a través de los instrumentos que ofrece internet. «Los momentos decisivos se concentrarían en ciertas fechas, y en los períodos previos se produciría el debate público, animado por unos partidos políticos que deberían orientar sus funciones hacia una labor de *brokerage* y articulación de intereses y alternativas, perdiendo peso su actual énfasis en la ocupación de espacios institucionales. Se dibuja así un sistema en el que el voto directo no se produciría sin mediación ni deliberación» (SUBIRATS, J. 2002: 17).

Subirats está rechazando cualquier sistema que no tenga en cuenta el carácter deliberativo de la democracia. Acepta la incorporación de internet al proceso democrático, pero detesta que su utilización se convierta en un modelo exclusivamente plebiscitario, es decir, una especie de democracia directa que sólo registra las preferencias ciudadanas sin ningún tipo de deliberación o debate previo. Lo que el autor sugiere es que las TIC aplicadas al sistema democrático permiten superar el marco de la democracia directa. En otras palabras, las TIC pueden aportar más participación en el marco democrático, pero también mayores dosis de deliberación.

Para Coleman, lo que hace internet es mejorar las posibilidades de la democracia. Su utilización, y la extensión de sus aplicaciones, hacen emerger un nuevo modelo basado en el diálogo democrático, el discurso y la participación activa. La red representa un desafío para el monopolio de las jerarquías políticas existentes. «Permite revitalizar la democracia basada en la ciudadanía. Amplifica el poder de los movimientos de base para reunir información crítica, organiza la acción política y guía el proceso de toma de decisiones. (...) Internet también ofrece oportunidades para la expresión directa de las preferencias de los ciudadanos y para una comunicación más cercana y directa entre los miembros electos y los ciudadanos» (COLEMAN, S. *et al.* 1999: 142).

Este tipo de comunicación cercana y directa a la que se refiere Coleman es lo que Dader y Campos identifican como «democracia interpelativa». Esta clase de democracia estaría basada en el intercambio electrónico a través de Internet de comentarios y consultas entre los parlamentarios y los ciudadanos. Dicha circunstancia, recuerdan los autores, estaría caracterizada «por la posibilidad de que el ciudadano involucrado se habitúe a remitir consultas y comentarios al político de su interés, pudiendo a su vez esperar, de forma realista la respuesta del interpelado» (DADER J. L. y CAMPOS, E. 2005: 121-122). José Luis Dader se refiere a ella como «democracia replicante» en otra de sus obras. Según él, permite que los ciudadanos y sus delegados políticos estén intercambiando peticiones y propuestas continuamente, y coloca las bases para que la «democracia de espectadores característica de la videodemocracia o democracia centrada en los medios» quede superada. Internet aparece, de esta manera, como una de las alternativas para rescatar a la democracia de la crisis de legitimidad por la que atraviesa. «Para revitalizar el componente deliberativo de la actividad parlamentaria harían falta muchas reformas. Pero a través de los foros, las opciones de correo electrónico y los restantes mecanismos de interactividad electrónica se le puede dar, cuanto menos, un impulso práctico» (DADER, J. L. 2003: 311-316).

La propuesta de Dader va en la misma línea de lo expresado por Muñoz Alonso, que apuesta por una revalorización del «tándem político-ciudadano». Para ello propone ampliar el círculo de los que participan en la gestión de la política para abrirlo a otros individuos capacitados y dispuestos a intervenir (MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 31). Su inclusión en el proceso favorece un mayor compromiso de los ciudadanos en la toma de decisiones. Así, se llega a un proceso en el que, gracias a la utilización de las nuevas tecnologías, se produce una «profundización en la democracia» que podría significar el fin del alejamiento de los ciudadanos respecto de las instituciones que se ha venido produciendo en los últimos años (SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 115).

García Costa va más allá de estas argumentaciones al asegurar que la participación democrática electrónica de la ciudadanía es un precepto que puede derivarse de lo expresado en el artículo 9.2 de la Constitución Española y en el preámbulo de la misma Carta Magna. Según el autor, el texto constitucional establece que la participación del ciudadano no puede, en modo alguno, quedar limitada a una mera pronunciación formal, sino que debe ser materializada mediante la actuación constante y sostenida de los poderes públicos. García Costa recuerda la existencia de la cláusula

denominada *sociedad democrática avanzada* en el preámbulo de la Constitución. Según él, esta cláusula sirve de anclaje para que los poderes públicos apuesten por la democracia electrónica. «Según esta cláusula, España aspira a establecer una sociedad democrática avanzada, y por ello su cualidad radica en profundizar de una manera real y efectiva en la democracia para hacerla verdaderamente participativa». La democracia electrónica, asegura, debe ser saludada favorablemente porque revitaliza las actuales democracias (GARCÍA COSTA, F. 2007: 7-10).

Se consolida así una corriente de pensamiento que otorga a la revolución digital la capacidad de curar muchos de los males que afectan a la sociedad. Internet aparece como una fuerza renovadora que emerge poco a poco para revitalizar la democracia a partir de la participación de la ciudadanía. Frente a una democracia distante, aquejada de falta de confianza de la ciudadanía y sometida a un discurso empobrecido a causa de la influencia de la televisión, internet aparece como una tecnología salvadora: capaz de recuperar el debate, la discusión de propuestas y la deliberación a partir de la incorporación de la ciudadanía al proceso. «A través de internet se eliminan técnicamente los problemas que siempre plantean las intermediaciones en política: la desaparición de la distinción entre representantes y representados, caballo de batalla de la teoría de la democracia, quedaría de esta suerte definitivamente resuelta» (RUBIO, R. 2000: 290).

Para Trippi, la principal aportación que hace internet a la democracia es la participación de la ciudadanía. El autor parafrasea a Thomas Jefferson, uno de los autores de la Declaración de Independencia de los Estados Unidos, cuando asegura que «los americanos deben participar activamente en la democracia para que ésta funcione». Según él, internet posee las herramientas para conseguirlo. Mientras que la televisión es un medio que nos ha desconectado de la realidad, internet nos vuelve más capaces, más implicados y mejor informados. Internet nos vuelve a conectar. Admite que el medio tiene defectos y amenazas en cuanto a la privacidad y el control de la información, pero sugiere que tales inconvenientes se irán solucionando con el paso del tiempo (TRIPPI, J. 2008: 227).

La democracia que se consolida gracias a la aportación de las TIC se acerca al concepto de «democracia deliberativa» que propone Elster. Un concepto que expresa una visión superior respecto a la democracia representativa actual, y que defiende la toma de decisiones a partir de la deliberación, la discusión y la argumentación razonada. «El procedimiento debe trascender el simple registro de votos y dar lugar a la interacción comunicativa. El marco, además, debe guiar esta interacción hacia el debate y apartarla de la negociación basada en las amenazas» (ELSTER, J. 2001: 139). El autor no niega la existencia del componente deliberativo en las democracias representativas actuales, aunque sí exige una mayor presencia en la toma de decisiones y en la gestión de los asuntos públicos por parte de los gobiernos.

Existen tres maneras de tomar una decisión acerca de un tema que afecta a un grupo numeroso de individuos: discutiendo, negociando o votando. Elster asume

que la toma de decisiones basada en el debate y la argumentación razonada es un mecanismo superior en comparación a los dos procedimientos básicos de la democracia representativa, como son la negociación y la votación. «Adviértase –apunta el autor– que la discusión y la negociación constituyen formas de comunicación, o sea que son actos de habla, mientras que la votación no lo es». Sin embargo, y a pesar de la superioridad moral de los procesos deliberativos, la negociación y votación sin discusión pueden resultar más eficaces, y por eso la democracia representativa ha decidido basarse en ellos. El autor mantiene que la idea de primar la votación sobre la discusión «lleva a una regresión infinita, que sólo puede interrumpirse asumiendo que a la primera resolución de decidir mediante la votación se llega discutiendo. En este sentido, desde el punto de vista lógico, la discusión es previa a todos los otros métodos de toma colectiva de decisiones» (ELSTER, J. 2001: 18-23).

El enfoque de Elster es compartido por otros autores que, a pesar de estar de acuerdo con sus planteamientos sobre la superioridad de la deliberación, no dudan en advertir de algunas de sus debilidades. Johnson parte de la concepción de que la deliberación es «incompleta» porque no incluye a todos los participantes en el proceso. Por eso asume que los «dispositivos de acumulación» o la votación deben constituir un componente inevitable en cualquier estructura institucional democrática. Johnson entiende que el proceso de la deliberación debe admitir todo tipo de argumentos para ser legítimo. No debe importar si esos argumentos son irracionales, como por ejemplo el argumento de defender la esclavitud. Defiende la adopción de un «pluralismo razonable» como punto de partida de deliberación. De esa manera se aceptarían toda clase de argumentos para después, en los foros y espacios de deliberación, tratar de persuadir a sus defensores a través de la palabra y la razón. Alerta de caer en la debilidad de rechazar para la deliberación aquellas posiciones que se consideran irracionales. «El respeto mutuo conlleva de modo particular tanto la integridad al presentar la propia posición como la magnanimidad al caracterizar la de otros» (JOHNSON, J. 2001: 209-216).

También Stokes identifica «patologías» en la deliberación, entre las cuales destaca la manipulación de las preferencias de los ciudadanos. Erróneamente se piensa que los ciudadanos tienen una serie de preferencias y que éstas, a través de la deliberación, guían la acción de los políticos. Sin embargo, la autora recuerda que la realidad parece fluir en otra dirección. «La comunicación pública (la deliberación) puede inducir a la gente a adoptar creencias causales que son engañosas y que favorecen los intereses del emisor del mensaje. La manipulación de las creencias causales, y por tanto de las preferencias inducidas, constituye una patología potencial del proceso democrático que debe tomarse muy en cuenta en los debates sobre la deliberación». La comunicación no fluye de abajo a arriba sino a la inversa. Eso quiere decir que las élites y los grupos de presión intervienen para modificar las preferencias de los ciudadanos según sus intereses para que, después, esas preferencias modificadas de forma exógena, guíen la acción de los políticos. Se produce, por tanto, una manipulación que atenta contra todas las virtudes de la

deliberación, que ya no es tan perfecta. Tal como señala la autora, deberíamos dudar de «la concepción de las preferencias ciudadanas como exógenas a la comunicación política» (STOKES, S. 2001: 162-165).

Conviene destacar que las patologías que identifica Stokes no definen debilidades del proceso deliberativo en sí. Las patologías aparecen en un proceso mucho más amplio, en el que no sólo intervienen los ciudadanos sino también los medios de comunicación, los políticos y los grupos de presión. De esta manera, los autores que analizan las debilidades o las patologías de la deliberación lo hacen como una forma de validar el concepto. Lo someten a una exigencia mayor como una manera de confirmar su superioridad y deseabilidad, a pesar de los límites que puede encerrar.

La concepción de la democracia deliberativa se observa de este modo como una revisión de la democracia representativa actual desde un punto de vista crítico. Tal como señalaba Elster, la deliberación muestra signos de debilitamiento en las democracias representativas actuales. Dentro de esa vía, la aparición de las TIC, especialmente internet, se ha visto como un componente para revitalizar el carácter deliberativo de la actividad parlamentaria. Lo hace estableciendo un nexo de comunicación permanente entre representantes políticos y ciudadanos a través de los foros, los mecanismos de correo electrónico, las redes sociales o los encuentros digitales. De esta manera se abre la puerta a la participación de todos los afectados. Se multiplica el número de participantes en el día a día del proceso democrático y se amplían las vías o los mecanismos de participación. El marco deliberativo ya no queda limitado a la práctica de la discusión por parte de los representantes.

Algunos autores consideran que internet abre la etapa del gobierno 2.0, «un nuevo modelo en el que los ciudadanos participan de la vida pública y contribuyen con sus ideas en el proceso de deliberación y toma de decisiones». El objetivo, tal como señala Harfoush, es mantener una conversación en la que las personas participen en la vida política, piensen sobre los temas políticos y se movilicen para mejorar a la sociedad (HARFOUSH, R. 2010: 15).

Conviene señalar que aquello que provoca internet no es una transformación de la democracia representativa en una democracia de componente deliberativo. El impulso de los cambios no es tan fuerte ni tiene energía para llegar tan lejos. Se produce, más bien, una coexistencia entre ambas. El sistema de gobierno sigue basándose en la democracia representativa pero se refuerza a través de la deliberación entre gobierno y ciudadanos, que hasta ahora había estado ausente. Las TIC intervienen en ese proceso de refuerzo de la deliberación. Tal como señala Stewart, «nuestro sistema de gobierno se basa en la democracia representativa, pero eso no tiene por qué verse como algo opuesto a la democracia participativa en general, o a la democracia deliberativa en particular. Se trata de una forma muy limitada de democracia representativa si suponemos que ésta se alcanza únicamente a través de las elecciones» (STEWART, J. 2001: 78).



Badillo y Marenghi también apuestan por esa convivencia entre la democracia representativa y la democracia deliberativa. «Nos parece más acertado pensar en una sociedad capaz de discutir los asuntos clave y una élite política suficientemente preparada para proseguir el debate más allá de donde lo dejaron los ciudadanos». Los autores incorporan el término «democracia electrónica» para referirse a la interacción entre gobernantes y gobernados a través de los canales que ofrece internet. Estiman que esa democracia electrónica no tiene por qué someter a crisis la democracia representativa. Simplemente la mejora. A través de los nuevos canales y modos de comunicación entre el público y sus representantes se eliminaría la «apatía y el desencanto político de grandes sectores sociales en nuestras democracias» (BADILLO, A, y MARENGHI, P. 2001: 54).

Para Dader y Campos el empleo de las TIC aplicado a las características del sistema democrático en toda su extensión desemboca en una «ciberdemocracia», una especie de «democracia idílica» en la que todos los miembros de la comunidad virtual podrían expresar su punto de vista e intervenir en los asuntos públicos. Sin embargo, los autores sugieren que cabe rescatar el término de tan «hiperoptimistas ensoñaciones» y situarlo en un entorno más realista, marcado por la existencia de la brecha digital, la escasa adaptación de algunos parlamentos y diputados al entorno virtual, y la necesidad de crear auténticos gobiernos electrónicos con acceso generalizado a la información administrativa en formato electrónico (DADER, J. L. y CAMPOS, E. 2005: 121).

Los autores se empeñan en poner énfasis en las dos caras de una misma realidad. Por un lado señalan las expectativas que internet abre en la revitalización del proceso democrático, mientras que por el otro intentan no caer en un optimismo exacerbado ante una tecnología que consideran poco desarrollada en el entorno de la política y no exenta de dificultades en su proceso de aplicación. Su actitud se observa de un modo similar en autores como Castells, para el que internet puede convertirse en un instrumento «ideal» para fomentar la democracia gracias a la interactividad y a la cantidad de información que pone al alcance de los ciudadanos. «Contando con la buena voluntad del gobierno, todos los documentos oficiales y una cantidad considerable de información no confidencial debería estar disponible online. La interactividad permite a los ciudadanos solicitar información, expresar su opinión y pedir una respuesta personalizada a sus representantes». A pesar de este optimismo inicial, el autor alerta de los límites de internet para resolver la crisis de legitimidad y el desencanto de los ciudadanos con sus representantes. Recuerda la escasa actividad que muestra la red en ambos lados de la conexión, tanto por parte de los ciudadanos como por parte de los representantes políticos, y concluye que «internet no puede proporcionar una solución tecnológica a la crisis de la democracia» (CASTELLS, M. 2001: 177-179).

Del Rey estima que la irrupción de internet supone un «desafío» no sólo para los políticos, sino también para los medios de comunicación y para los ciudadanos. El autor señala la capacidad de la red para impulsar nuevas formas de participación, entre las que incluye la posibilidad de múltiples consultas instantáneas sobre

diversos temas a través del voto electrónico. En este escenario de posibilidades futuras llega a imaginar la presencia de un «candidato electrónico», al margen de las estructuras rígidas de los partidos políticos, y capaz de trasladar sus propuestas a los electores únicamente a través de la red.

Sin embargo, y a pesar de este optimismo moderado, el autor sugiere que las aplicaciones de internet deben ser tomadas con cautela ya que los caminos que abren son tan numerosos como desconocidos. La red puede servir para fomentar la participación política y el compromiso cívico de los internautas, pero también existe el riesgo de que estas prácticas queden reducidas a una minoría de ciudadanos. Cabe la posibilidad de que la gran mayoría siga acercándose a la red como fuente de entretenimiento, ocio y diversión. «Ella podrá crear una suerte de democracia directa, que encontrará un alivio al déficit democrático actual en la actividad de comunicación que pueda generarse en torno al nuevo espacio creado por ella, o podrá consolidar una democracia de solitarios internautas, que buscan diversión, evasión o sexo, siendo probable que impulse las dos realidades» (DEL REY, J. 2002: 302-305).

Quizá la más incrédula y escéptica de las opiniones sobre las posibilidades de internet para revitalizar el proceso democrático sea la de Mazzoleni, para quien simplemente nos encontramos ante una «revolución simbólica». El autor considera que internet está lejos de proporcionar un diálogo constante entre emisores y receptores porque los flujos de información continúan fuertemente controlados por los partidos políticos, gobiernos y candidatos. De la misma manera, continúan existiendo «enormes sectores de la población» que expresan un escaso interés por todo lo que tiene que ver con la política, mostrando una cierta apatía que hace más complicado acercarse al ideal de la democracia participativa. Por tanto, no existe ninguna revolución llegada de la mano de internet. Más bien se trataría de la incorporación de una tecnología que aporta una serie de cambios. Gracias a ellos la información que circula es mayor, así como las oportunidades de los ciudadanos para ser activos en la producción de contenidos y mensajes. Sin embargo, tal como señala Mazzoleni, no se trata de ninguna revolución. «Simplemente estamos experimentando una fascinante renovación de la comunicación política, el paso de un modelo mediatizado, pasivo, a un modelo más dinámico de circulación del discurso político» (MAZZOLENI, G. 2001: 34).

### 3.3.2. Usos y aplicaciones de internet en el proceso político: la red como herramienta de participación democrática

La capacidad de internet para ser aplicada como medio para la comunicación política reside principalmente en su versatilidad, una cualidad que la distancia de los medios de comunicación de masas tradicionales. Desde este punto de vista, la red es capaz de activar de forma simultánea tres clases de comunicación:

- Comunicación interpersonal (de persona a persona): a través del correo electrónico o la mensajería instantánea.


- Comunicación de masas (de un emisor a muchos receptores): es el tipo de comunicación que emplean las webs de los medios de comunicación o los portales de los partidos políticos.
- Comunicación multipersonal (de muchas personas a muchas personas): dentro de ella se incluyen las redes sociales, los chats, los foros o los weblogs colectivos.

Establecidas estas bases es posible avanzar hacia las tres **características** que internet reúne como medio para la comunicación política.

1. Permite que cualquier persona, independientemente de si es un partido político, una institución o un ciudadano anónimo, se convierte en emisor de contenidos a un coste mínimo.
2. Polariza las audiencias en torno a grupos de interés o comunidades virtuales. A pesar de mantener la independencia como individuos, en internet existe la tendencia a agruparse de tal manera que, localizando las webs que hacen de eje de la comunidad, es posible alcanzar a un público de perfil determinado.
3. Posibilita la comunicación bidireccional y permite neutralizar la crítica del alejamiento clásico de la clase política respecto a la ciudadanía. (DOMINGO, D. 2008: 294-298)

Tal como apunta Domingo, la participación y la interacción entre ciudadanos y representantes políticos es una de las principales aportaciones de internet a la comunicación política. No obstante, el repertorio de aplicaciones de las nuevas tecnologías en el campo de la política cuenta con más herramientas. El cuadro 3 las resume y establece una gradación en función de la interactividad que proporciona cada una de las aplicaciones.

**Cuadro 3. Usos y aplicaciones de internet en el proceso político**

Interactividad	Usos y aplicaciones de internet en el proceso político	Ejemplos
	1. Fortalecimiento de la eficiencia y la eficacia de los cargos electos parlamentarios.	Fondos documentales; bibliotecas digitales; centros de investigación.
	2. Mejora del proceso de difusión de información a la ciudadanía.	Webs y canales parlamentarios; administración electrónica; CAT365; Democraciaweb.org
	3. Voto electrónico.	Elecciones catalanas 2003; UOC
	4. Participación electrónica ciudadana: interacción políticos - ciudadanos.	Writetothem.com (UK); MN e-democracy (Minesota); E-petitioner (Escocia); Candidato.net (España)

Fuente: Elaboración propia a partir de las reflexiones extraídas de: SÁNCHEZ, J. 2001: 143-144; BORGE, R. 2005: 9-13; DOMINGO, D. 2008: 325-327; DADER, J. L. 2003: 319.

1. **Fortalecimiento de la eficiencia y la eficacia de los cargos electos parlamentarios:** las tecnologías de la información han representado una importante ventaja para el trabajo diario de los diputados y cargos electos. El rápido y fácil acceso a fuentes documentales les permite acudir a una gran cantidad de información necesaria para preparar los plenos o la presentación de iniciativas parlamentarias (SÁNCHEZ, J. 2001: 143).

2. **Mejora del proceso de difusión de información a la ciudadanía:** internet ha permitido mejorar y perfeccionar el canal unidireccional de comunicación entre ciudadanos e instituciones que ya existía con anterioridad a su llegada. Un ejemplo lo encontramos en las webs de los partidos políticos que, entre otras aplicaciones, permiten acceder a los programas electorales o visualizar las promesas y posiciones de los candidatos. Aunque no exista posibilidad de réplica, el nivel de información con el que cuentan los receptores se incrementa. Sucede lo mismo con las webs parlamentarias, que también han incrementado el acervo de recursos que ponen a disposición del ciudadano. La plataforma *Vía Digital* inauguró en 2002 las emisiones del canal parlamentario español, con la retransmisión de las sesiones del Congreso de los Diputados y el Senado (DADER, J. L. 2003: 319). En la actualidad es posible seguir esas sesiones a través de la cobertura en directo que ofrecen las páginas web del Congreso <www.congreso.es>, del Senado <www.senado.es> y de muchos otros parlamentos autonómicos.

Gracias a esta aplicación, gobiernos y parlamentos están ofreciendo constante información actualizada sobre sus actividades y decisiones en un ejercicio que, según Domingo, conduce a la «transparencia informativa» (DOMINGO, D. 2008: 325). El autor recuerda iniciativas como la francesa <www.mon-depute.com>, que permite a los ciudadanos consultar qué ha votado cada uno de los diputados en cada una de las leyes aprobadas en el Parlamento. El acceso generalizado a internet ha eliminado, en muchos casos, la barrera funcional que determinaba a quién se facilitaba o no la consulta de determinada clase de documentación.

Se abre, de esa manera, el camino hacia «procesos legislativos más abiertos» en los que los ciudadanos pueden tener una completa información sobre los proyectos de ley que se están tramitando y la posición de los distintos partidos (DOMINGO, D. 2008: 327). *Democraciaweb* <www.democraciaweb.org> en Cataluña representa una muestra de esa apertura del proceso legislativo. La plataforma, creada con la colaboración del Parlamento de Cataluña, la Fundación Jaume Bofill y la Universitat Oberta de Catalunya, entre otros actores, permite que los ciudadanos propongan enmiendas concretas a los proyectos de ley que se someten a consulta pública en la web durante su tramitación. Bien es cierto que los ciudadanos a título individual no tienen capacidad legal para enmendar un proyecto de ley, pero la herramienta da una idea de esa transparencia informativa que posibilitan las tecnologías de la información.

Dentro de este proceso de difusión de información, las administraciones se están incorporando de forma lenta al proceso de ventanilla única electrónica, que

permite realizar de forma más ágil y cómoda cualquier trámite con la administración. A pesar de que todavía se está «lejos de las condiciones ideales para que internet se convierta en ventanilla única», existen algunas experiencias interesantes como la catalana CAT365 <www.cat365.net> que buscan la expedición de certificados digitales para que los ciudadanos comiencen a operar electrónicamente con la administración (DOMINGO, D. 2008: 325-327).

Sobre este punto, conviene destacar que la Ley de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos, vigente desde el 1 de enero de 2010, permite gestionar la mayor parte de los trámites administrativos utilizando métodos exclusivamente electrónicos. La clave se encuentra en el DNI electrónico que poseen 14 millones de españoles. Existen 200 procedimientos considerados básicos por parte del Ministerio de Presidencia que se pueden desarrollar a través del DNI electrónico. Suponen el 95 por ciento de los trámites administrativos. Sin embargo, y a pesar de que los cauces están ya establecidos, la administración electrónica presenta todavía algunas deficiencias. «Los procedimientos con la administración central no están todavía pulidos. Pero en el caso de las comunidades autónomas, las prestaciones telemáticas son aún mucho más discretas, por no hablar de los ayuntamientos, casi nulas» (*EL PAÍS*, 2010: 38). Además de las diferencias entre el nivel de desarrollo de las distintas administraciones, hay dudas y desconocimiento sobre los trámites que se pueden y no se pueden realizar electrónicamente. Por ejemplo, se puede solicitar una beca del Estado o registrar una obra en el Registro de Propiedad Intelectual pero no se puede, en cambio, tramitar las ayudas de la renta básica de emancipación para jóvenes.

**3. Voto electrónico:** A la hora de analizar la votación por medios telemáticos, conviene partir del reconocimiento de los condicionantes que intervienen en su consecución. Estos condicionantes no son sólo de base tecnológica, sino también legal. En España, la Ley Orgánica del Régimen Electoral de 1985 no menciona la posibilidad del voto electrónico, por lo que cualquiera de las experiencias que se han desarrollado en elecciones políticas ha tenido un carácter no vinculante. Las experiencias de voto electrónico existen en multitud de países del mundo, siendo Bélgica el país pionero en el uso del voto electrónico. Desde el año 2002 cuenta con un sistema homologado y legal para las votaciones telemáticas.

Algunos autores como Borge distinguen entre sistemas de votación «presencial» y sistemas de votación «remota» a la hora de analizar los mecanismos de votación electrónicos. No obstante, tras el estudio de varias experiencias de participación telemática en contextos electorales, la autora señala que no existen «evidencias concluyentes» que permitan establecer una relación directa entre el desarrollo del voto electrónico y un mayor nivel de participación democrática ciudadana (BORGE, R. 2005: 4-7)

Serra Giménez menciona una serie de limitaciones que dificultan la generalización del voto electrónico a través de internet. El autor considera que el acto

de votar va unido a una serie de condicionantes simbólicos que podrían verse afectados al ser sustituidos por componentes telemáticos. Así, advierte de que «las posibilidades de manipulación del voto hoy por hoy son excesivamente grandes, y además el procedimiento que se adoptase debería caracterizarse por la sencillez y al mismo tiempo garantizar la reflexión que es precisa ante un acto que se considera puede tener gran trascendencia en los años siguientes» (SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 121). En este sentido, los ciudadanos también expresan ciertas reticencias a la hora de aceptar la implantación de este mecanismo. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas, el 44 por ciento de los encuestados se muestra nada dispuesto a emitir su voto a través de internet. En cambio, en 32,1 se declara muy dispuesto o bastante dispuesto a hacerlo. En cuanto a los inconvenientes, la mayoría alude a la falta de seguridad de los sistemas (34,4 por ciento) o bien a la dificultad que entraña el proceso de votación electrónica (18,9 por ciento) (CIS, 2007).

**4. Participación electrónica ciudadana. Interacción entre representantes políticos y ciudadanos.** Tal como se señalaba en el cuadro 4, este punto representa el mayor nivel de interacción respecto al resto de usos y aplicaciones de las nuevas tecnologías en el campo de la política. Las TIC ofrecen a la ciudadanía la oportunidad de mantener una relación directa con los diputados y representantes públicos a través del intercambio permanente de comentarios y consultas. Es lo que Dader y Campos identificaban como «democracia interpelativa» (DADER J. L. y CAMPOS, E. 2005: 121-122).

Para Sánchez, esa democracia interpelativa se articula a través de varios cauces: utilización del correo electrónico entre los gobernantes, los representantes y los ciudadanos; participación a través de la red en las actuaciones de las comisiones parlamentarias; participación a través de la red en jurados ciudadanos y en paneles deliberativos; participación en grupos de discusión; o participación en foros políticos de la sociedad civil. La interacción entre ambos actores cuenta con algunos antecedentes que ya se experimentaron a través de la televisión por cable. Los *electronic town meetings* y los *city forum* implicaban a la ciudadanía en la discusión con los cargos electos parlamentarios. No obstante, ha sido con la llegada de internet cuando estas experiencias de interacción se han multiplicado (SÁNCHEZ, J. 2001: 144). Posteriormente, esos antecedentes han dado lugar a plataformas electrónicas que, a lo largo de toda la década los noventa, han puesto en práctica el concepto de interacción y comunicación directa entre ciudadanos y representantes políticos. A nivel internacional, las experiencias más destacadas han sido proyectos como *Public Electronic Network (PEN)*, *Network Pericles, la Ciudad Digital de Amsterdam (DDS)*, *Minnesota e-democracy* <[www.e-democracy.org](http://www.e-democracy.org)>, *You say* <[www.number-10.gov.uk](http://www.number-10.gov.uk)>, *E-petitioner*, *Write to them* <[www.writetothem.com](http://www.writetothem.com)>, o *Voice Project* <[www.ec.europa.eu/yourvoice](http://www.ec.europa.eu/yourvoice)>. En todos los casos, se trataba de sitios web y plataformas digitales creadas por gobiernos, parlamentos nacionales u organismos ajenos a la esfera política para mantener un canal de comunicación abierto entre la administración, sus dirigentes y los ciudadanos.

La ciudadanía podía presentar propuestas para su debate y votación, consultar actas de los plenos municipales, enviar quejas o sugerencias a los diputados de su circunscripción en el Parlamento o participar en conferencias on-line acerca de asuntos de interés local (COLEMAN, S. *et al.* 1999: 152-153; CASTELLS, M. 2001: 169; SANCHEZ, J. 2001: 145-148; DOMINGO, D. 2008: 327).

A nivel nacional también se han puesto en marcha algunas iniciativas destacadas a partir del concepto de interacción entre representantes políticos y ciudadanos.

· *Democraciaweb.org* <[www.democraciaweb.org](http://www.democraciaweb.org)>: Anteriormente se ha repasado la aplicación de la plataforma que permite a los ciudadanos enmendar, sin ninguna capacidad vinculante, proyectos de ley debatidos en el Parlamento de Cataluña. Además de esta herramienta, la plataforma dispone de otros mecanismos que hacen posible el concepto de comunicación directa entre diputados del Parlamento y ciudadanos anónimos. Esta interacción funciona a través de la aplicación *Parlament on-line* que permite a los individuos hacer llegar un escrito a cualquier diputado o grupo parlamentario y esperar de él una respuesta, que siempre es pública (BORGE, R. 2005: 12; SÁNCHEZ, J. 2001: 148). La plataforma ha dejado de funcionar pero sus contenidos siguen disponibles para ser consultados. Desde el 11 de junio de 1998 hasta el 18 de marzo de 2006, fecha de la última comunicación, los diputados habían contestado a 314 cartas remitidas por los ciudadanos, según la comprobación realizada por este investigador.<sup>11</sup>

· *Candidato.net*: Se trata de una iniciativa impulsada por *EuropaPress.net* con la colaboración inicial de los ayuntamientos de cuatro localidades españolas. La plataforma se puso en marcha previamente a las elecciones municipales de 2003. A través de ella, los vecinos podían dialogar con los candidatos y sugerirles propuestas para ser incorporadas al programa electoral (DEL REY, J. 2007: 208). Los ciudadanos que participaban en la iniciativa también podían respaldar, opinar o discrepar sobre las propuestas formuladas por otros vecinos o representantes municipales. Para evitar manipulaciones o comentarios injuriosos el sistema exigía que los participantes se registrasen a través de su DNI y una clave personal. La iniciativa continuó durante las elecciones generales y autonómicas andaluzas del 2004 (BORGE, R. 2005: 12). Estas dos plataformas ya no se encuentran operativas. En su lugar, y de nuevo con el impulso de *EuropaPress.net*, se ha creado *Ciudadanos2010.net* <[www.ciudadanos2010.net](http://www.ciudadanos2010.net)>. La novedad de esta última edición es que se ha puesto en marcha de forma simultánea en tres Comunidades Autónomas: Aragón, Castilla-La Mancha y Castilla y León. Se ha seleccionado una muestra de municipios en cada una de las autonomías y se han abierto foros de debate en cada una de esas localidades.

Hasta el momento, las aplicaciones de internet en el proceso político incluyen diferentes mecanismos que van desde la consulta de todo el acervo informativo y cultural que internet pone a disposición de los diputados, hasta la comunicación

<sup>11</sup> <<http://www.democraciaweb.org/parlcartes.htm>>. Fecha de consulta: 23/07/2010.

directa entre representantes electos y ciudadanos a través del correo electrónico o los foros de discusión y debate. A pesar de las capacidades que encierra la red para revitalizar el proceso democrático y sacarlo de la crisis de legitimidad por la que atraviesa, son varios los autores que no dudan a la hora de mostrar sus reticencias acerca del alcance de estos mecanismos. Cotarelo advierte de que «estos desarrollos prácticos son muy pocos para columbrar una revolución de los procesos políticos tradicionales capaz de abandonar los cauces institucionales tradicionales, y a favor de los vientos de la historia, abrirse a formas nuevas e imaginativas de acción política» (COTARELO, R. 2002: 11).

Borge aporta datos sobre los niveles de respuesta que se generaron con las plataformas *Candidato.net* desarrolladas en España en 2003 y 2004. Tanto en las elecciones catalanas de 2003 como en las generales de 2004, poco más de 1.000 ciudadanos hicieron alguna pregunta a los candidatos. En cuanto al compromiso de respuesta por parte de los candidatos, en las elecciones catalanas y en las andaluzas, los candidatos respondieron a más del 60 por ciento de las preguntas, mientras que en las generales se llegó a una media del 36,7 por ciento. La autora considera que se trata de niveles de participación bajos y los achaca «no sólo a la falta de voluntad de los políticos por ampliar los canales participativos, sino también a los bajos niveles de participación política en España» (BORGE, R. 2005: 13).

Nótese, en cualquier caso, que la gran mayoría de plataformas e iniciativas que se han expuesto en este punto provienen de entidades privadas no lucrativas o de instituciones académicas que tienen acuerdos de colaboración con instituciones públicas. Rara vez surgen de la iniciativa de los partidos políticos. En este sentido, Sánchez culpabiliza a las instituciones políticas del escaso interés por fomentar espacios de participación electrónica dentro de su propia organización. «Internet no ha creado de forma generalizada escenarios más activos de participación ciudadana en la vida pública. Las instituciones políticas están usando las nuevas tecnologías de la información para mejorar unas funciones que ya hacían, y unos servicios que ya ofrecían» (SÁNCHEZ, J. 2001: 145).

Sus reflexiones encuentran continuidad en las ideas de Domingo para quien, indudablemente, las tecnologías de la información mejoran la democracia. Ahora bien, dentro de esta corriente positiva, advierte de la existencia de dos formas de pensar. Para los partidos políticos e instituciones, internet mejora la democracia porque aumenta la eficacia y la transparencia de la gestión administrativa. Sin embargo, en ningún momento se llega a cuestionar el funcionamiento del sistema político. Es decir, «la tecnología sirve para agilizar y facilitar procesos ya existentes». En cambio, desde algunos movimientos sociales de renovación democrática, y también desde algunas de las instituciones que han puesto en marcha las plataformas electrónicas que se han repasado anteriormente, se insiste en la capacidad de internet para empujar y motivar la participación ciudadana en los procesos políticos. «Los planteamientos más radicales propugnan que internet hace técnicamente factible la instauración de la democracia directa. Otras posturas menos



rompedoras consideran que mediante internet los partidos políticos pueden abrirse a los ciudadanos y guiarlos en los procesos de decisión, dando a los electores la oportunidad de ser parte activa en las deliberaciones y tener la última palabra» (DOMINGO, D. 2008: 324). Estas dos posturas provocan que, por el momento, tal como se analiza en el siguiente punto, los partidos e instituciones públicas no hayan sido capaces de explotar la vertiente de la participación ciudadana electrónica que encierra internet. Su actividad comunicativa sí se ha trasladado a la red, pero los cauces efectivos para interactuar con los representantes políticos e incorporar las opiniones ciudadanas al proceso deliberativo democrático son todavía escasos.

### 3.3.3. La irrupción de internet en el panorama electoral

Tal como se apunta en la introducción de este apartado, el punto 3.3.3 hace referencia a las aplicaciones reales de internet en el campo de la política y de las campañas electorales. Para ello se ha decidido, en primer lugar, situar el foco de análisis sobre el escenario de la política norteamericana durante las campañas electorales realizadas por Howard Dean y Barack Obama. Estas dos experiencias desarrolladas durante la última década se consideran decisivas porque inauguran una nueva etapa en la relación entre los políticos y la militancia construida a través del escenario interactivo de internet. Por ese motivo, y por la influencia que poseen, se estudian en este punto. Tomando como referencia el paradigma norteamericano, el apartado avanza hacia la irrupción de internet en el escenario político español que, no conviene olvidar, constituye el marco de referencia de este trabajo. Para su estudio se adopta un criterio cronológico que ayuda a repasar la manera en que los partidos y los candidatos han explotado las posibilidades de internet desde los primeros comicios en los que la red juega algún papel.

#### 3.3.3.1. El paradigma de la experiencia americana: de la campaña de Howard Dean a la comunidad virtual de Barack Obama

Las campañas políticas no son ajenas a esa especie de magnetismo que siempre han ejercido los Estados Unidos como precursor de novedades y descubrimientos en el campo de la ciencia, la tecnología, el cine o la televisión. Así lo ve Rubio, que sitúa en terreno norteamericano todas las revoluciones y cambios que han hecho avanzar la forma de abordar y desarrollar las campañas electorales a lo largo de la historia. El primer cambio lo instauró William Henry Harrisom en la campaña de 1836. El que después sería presidente en 1841 decidió emprender una gira por diferentes ciudades para reunirse con militantes y solicitarles su voto. A partir de ahí, todos los candidatos decidieron instaurar las giras por el país, organizadas en torno a los mítines, como uno de los principales instrumentos de campaña.

En 1928, durante la contienda electoral entre Hervert Hoover y Al Smith apareció la radio como elemento básico de la campaña electoral para dirigirse a la

audiencia que había detrás de los más de 10 millones de receptores que existían en ese momento en EEUU. Posteriormente, el medio creció en eficacia gracias a la tarea de presidentes como F. D Roosevelt, uno de los que mejor supo explotar sus características en el campo de la política. Fue él quien inauguró las charlas radiofónicas que llegaban a más de 60 millones de ciudadanos, y que después han mantenido el resto de presidentes.

En 1948, Truman se convierte en el primer presidente que graba un anuncio de política para ser emitido por televisión y pantallas de cine. Se trataba de pequeñas alocuciones al estilo documental. Cuatro años más tarde, con la extensión generalizada de la televisión, el general Eisenhower consigue explotar la eficacia de los anuncios de política en televisión. Sus anuncios eran pequeñas conversaciones en las que él mismo respondía a las preguntas de gente corriente. En 1960 se introdujeron los debates, con el consiguiente éxito del candidato J. F. Kennedy en este formato. Con el paso del tiempo, la televisión se ha convertido en el medio estrella de las campañas electorales, no sólo por la posición privilegiada que ocupaba en la estrategia de medios de los partidos, sino también por la inversión que absorbía. En las elecciones norteamericanas de 2004, la televisión llegó a consumir el 80 por ciento del presupuesto de campaña de los partidos (RUBIO, R. 2009: 126-128).

La siguiente revolución ha llegado de la mano de internet. El medio no ha sido capaz de arrebatar la posición primordial que ocupa la televisión en la estrategia de comunicación de los partidos, pero sí ha permitido explorar nuevas formas de comunicación para los candidatos.

Domingo sitúa el año 1996 como la fecha en la que internet entra a formar parte de las estrategias de comunicación electoral de las campañas. Lo hace de la mano de Bob Dole, candidato a las elecciones presidenciales norteamericanas. En su última intervención durante el primer debate televisivo, Dole anunció la dirección de su página web e invitó a la audiencia a visitarla. Al cabo de una hora, el servidor quedó fuera de servicio a causa de los miles de usuarios que intentaron acceder a ella desde sus ordenadores (DOMINGO, D. 2008: 306). Para Pallarés, en cambio, no fue Bob Dole sino Bill Clinton el primero en tener una web propia. Se creó en 1992 y estaba compuesta únicamente de texto, con un diseño muy alejado del que presentan las páginas actuales (PALLARÉS, E. 2004). Otros autores como Jove y Rubio recuerdan que en 1994 ya existían las primeras páginas web de candidatos al Congreso norteamericano. A partir de ese momento, el crecimiento de la red en la esfera parlamentaria fue exponencial. En 1996, el 28 por ciento de los candidatos disponía de su propio website, una cifra que en el año 2000 se acercaba al 70 por ciento (JOVE, M. y RUBIO, R. 2006: 212).

A pesar de que puedan existir discrepancias a la hora de situar la fecha de entrada de internet en la política norteamericana, el verdadero punto de inflexión se produce durante la campaña de nominación del candidato del Partido Demócrata a las elecciones presidenciales norteamericanas de 2004. Aquella contienda abrió

una nueva etapa en el uso de las nuevas tecnologías en las campañas electorales en particular pero, sobre todo, en vida política en general. El resto son sólo experiencias previas (DEL REY, J. 2007: 304; JOVE, M. y RUBIO, R. 2006: 211; SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 450; TRIPPI, J. 2008: 223).

El ex gobernador de Vermont, Howard Dean, era uno de los nueve candidatos en aquellas elecciones primarias. Dean basó su mensaje de campaña en la defensa de la prestación universal de los servicios sanitarios y en la oposición a la guerra de Irak, aunque lo que verdaderamente le diferenció del resto de candidatos fue el uso que hizo de internet como plataforma para gestionar y coordinar la campaña. Sey y Castells destacan que Dean fue capaz de aprovechar las tres ventajas de la comunicación por internet: difusión de información, movilización e interactividad. «El suministro de información en los sitios web de la campaña electoral de 2004 no fue excepcional, ni tampoco la disponibilidad de herramientas para la movilización, como el envío de mensajes electrónicos. Pero la manera en que Dean utilizó la información para crear motivación y movilización sí fue especial» (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 450).

¿Dónde reside este uso novedoso de las tecnologías de la información? En la plataforma digital *Dean for America* creada específicamente para aquella ocasión. La página web funcionaba como centro de reunión y coordinación de los voluntarios. A través de ella se distribuía la información, se organizaban las campañas puerta a puerta, los mítines, las fiestas y la recaudación de donativos. Se creó una base de datos con más de 600.000 direcciones de correo electrónico, que se convirtieron en suscriptores de las listas de distribución de la campaña.

Más allá de coordinar las bases de la acción, la página web se convirtió en un gran centro de motivación e impulso para la acción de los miles de voluntarios de calle. Además de proporcionar datos actualizados sobre nuevas afiliaciones virtuales, la web publicaba periódicamente nuevos retos de reclutamiento y de captación de fondos para los voluntarios. Continuamente se les impulsaba a demostrar su implicación con la campaña de Dean a través de pequeñas acciones. En total, participaron más de un millón y medio de voluntarios en la red. Entre ellos organizaron más de 30.000 fiestas o mítines en Estados Unidos y abrieron más de 500 blogs o espacios de discusión. Entre sus funciones también se encontraban la distribución de información personalizada en campañas puerta a puerta, el reclutamiento de nuevos voluntarios o el contacto con los medios de comunicación a través del envío de cartas al director y las intervenciones telefónicas en programas radiofónicos (RUBIO, R. 2007: 90).

Para Jove y Rubio, lo que Dean inaugura es una nueva etapa de «descentralización» y «democratización» de las campañas electorales. «Lo que ha supuesto una auténtica revolución, un cambio en la sociología electoral, ha sido la utilización de internet por parte de los ciudadanos, convertidos en agentes electorales de uno u otro candidato. Se ha producido un salto cualitativo respecto a la etapa anterior,

en la que el objetivo era la difusión de información para llegar al mayor número posible de electores, para convertir la campaña en un centro de coordinación, el punto de unión del candidato con su staff, sus consultores y, sobre todo, con millones de voluntarios y de votantes» (JOVE, M. y RUBIO, R. 2006: 215).

Uno de los mejores ejemplos de esta democratización a la que se referían Jove y Rubio la encontramos en la acción que Dean puso en marcha entre sus seguidores. Les invitó a pronunciarse a través de internet sobre si la campaña debía aceptar fondos públicos o no. Participaron un 20 por ciento de sus seguidores y se produjo un 85 por ciento de respuestas favorables al rechazo de los fondos públicos. Esto liberó a Dean del límite de gasto de 45 millones de dólares que marcan las normas federales norteamericanas (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 450). Su campaña, que sólo contaba con 100.000 dólares al principio, consiguió recaudar 50 millones (DEL REY, J. 2007: 206).

El equipo de campaña de Dean también supo explotar algunas herramientas que ya existían en internet. Fue el caso de <www.meetup.com>, un sitio que facilita el contacto entre personas con opiniones semejantes dentro de su comunidad. El candidato aprovechó esta herramienta para identificar a muchos de sus simpatizantes. A través de ella se organizaron reuniones de coordinación de voluntarios para recaudar fondos o visitar electores en sus casas. Más de 140.000 simpatizantes de Dean se habían inscrito en *Meetup.com* hacia finales de noviembre de 2003. A través del sitio web también se podía participar en foros de debate e intercambio de ideas. Tal como señalan Sey y Castells, «la clave para la utilización de internet en la política no es la tecnología per se, sino el uso de ésta para promover un mensaje y un estilo de participación política que sintonice con el electorado, como ocurrió en la campaña de Dean» (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 452-454).

A pesar del espíritu renovador y de la aportación de las nuevas tecnologías a la campaña, Howard Dean no consiguió la victoria en las elecciones primarias del Partido Demócrata. El candidato abandonó la carrera electoral en Febrero de 2004. Su derrota, sin embargo, no se interpretó como el fracaso de las tecnologías de la información, sino todo lo contrario. Fue así por varias razones. En primer lugar, porque la estructura construida alrededor de las TIC durante aquellas elecciones primarias fue decisiva para su posterior nominación como presidente del Partido Demócrata, en febrero de 2005. En segundo lugar, y quizá el más importante, porque Dean inauguró una nueva forma de hacer campañas electorales basado en la aplicación de las tecnologías de la información para construir comunidad y movilizar al electorado (RUBIO, R. 2007: 89).

Trippi, director de aquella campaña de Howard Dean, recoge este argumento para mirar al futuro y expresar su confianza en las TIC como instrumento revitalizador de la democracia. El autor lo explica a través del ejemplo de la actuación de los lobbies sobre la opinión pública y los congresistas en asuntos como la reforma sanitaria. «Temas como los de la reforma sanitaria y el déficit pueden

ser solucionados por el Gobierno gracias a la capacidad de internet. Ningún interés especial tiene tanta fuerza como la capacidad que ofrecen seis millones de americanos. Tan pronto como un candidato use internet para arrinconar a los lobistas y sepa articular al pueblo americano alrededor de una fuerza capaz de ser escuchada, todo se habrá acabado. Habremos ganado» (TRIPPI, J. 2008: 224-225). El autor insiste en la capacidad de internet para movilizar al electorado a partir de una relación completamente interactiva entre el candidato y los electores. El estilo directo, la transparencia y la no presencia de intermediarios permitieron crear una relación casi emocional con el público y empujarlo a la movilización en determinadas fases de la campaña de Howard Dean.

Para Trippi, la campaña de Howard Dean fue simplemente un arañazo en la superficie, una pequeña muestra acerca de lo que pueden hacer las TIC al servicio de la política. El autor reconoce que, tras la derrota del candidato en aquellas elecciones primarias, un grupo de voluntarios continuó trabajando sobre la base de crear una comunidad con centro en internet. Formaron un grupo y pusieron en marcha el blog *Change for America* con la intención de organizar a la gente, recoger fondos y avanzar en la causa de devolver de nuevo el poder y la capacidad de decisión a los ciudadanos americanos. Internet les había enseñado el camino y por eso Trippi, tras la derrota de Dean, ya vaticinaba lo siguiente: «Sólo veremos el poder real de las nuevas tecnologías y el valor de este regreso a la vida cívica cuando alguien como Howard Dean sea elegido. Será entonces cuando todos esos desconocidos que la red es capaz de aglutinar podrán trabajar juntos» (TRIPPI, J. 2008: 223).

Trippi no lo sabía entonces pero gran parte de las tácticas empleadas por Howard Dean en 2004 fueron revisadas y mejoradas por el candidato Barack Obama en la campaña de las elecciones presidenciales del año 2008. El avance estratégico de Obama consistió en pasar de la movilización en internet a la acción en la calle, casa por casa, y de ahí al voto efectivo (RUBIO, R. 2009: 132; RODRÍGUEZ VIRGILI, J. *et al.* 2009: 913).

Conviene partir del reconocimiento de que internet fue un medio muy eficaz en la campaña de Barack Obama, pero no fue el único. El candidato gastó 350 millones de dólares en anuncios televisivos frente a los 135 de John McCain, en torno a la mitad del presupuesto de campaña. La siguiente partida presupuestaria, en ambas campañas, fue la destinada a pagar los gatos de personal, 165 millones. Por debajo de esas dos cantidades aparecía el gasto conjunto en nuevas tecnologías, que no superó los 32 millones de euros. Como demuestran las cifras, internet no fue la vía principal para hacer llegar los mensajes hasta los votantes, pero sin la financiación conseguida a través de pequeños donantes en su página web, Obama no habría podido renunciar a la financiación pública (RUBIO, R. 2009: 129).

Su estrategia de nuevos medios se canalizó a través de la red social oficial de Barack Obama, *my.barackobama.com* (MyBO), que fue especialmente creada

para la ocasión. En el transcurso de la campaña más de tres millones de personas crearon una cuenta en MyBO en una acción que les llevó a usar las herramientas de la página para organizarse a favor del candidato. La página contenía la clave para que cada individuo se uniese y comenzase a colaborar como miembro del equipo electoral de Barck Obama. Una vez se registraba en MyBo y creaba su perfil, el usuario podía comenzar a trabajar en la campaña a través de varias vías: organizando eventos, participando en campañas telefónicas, recaudando fondos, contactando con otros votantes de la región o invitando a amigos a que se uniesen a la red MyBO. El objetivo era trasladar todas las acciones on-line al terreno off-line, es decir a la calle, al escenario real de la campaña. «El equipo MyBO quería asegurar que la infraestructura virtual se tradujese en un ejército sobre el terreno que iba a ayudar a solicitar el voto» (HARFOUSH, R. 2010: 94).

El equipo de campaña de Obama intentó canalizar todo el entusiasmo que había generado el candidato y convertirlo en actividad real. Para ello crearon un índice de actividad en la red social MyBO que puntuaba el trabajo de cada uno de los usuarios. La aplicación calculaba la valoración basándose en las actividades recientes y obligaba a los voluntarios a seguir implicados para mantener su posición. Las actividades que más puntuaban eran aquellas que tenían un impacto en el terreno off-line. Por ejemplo, organizar un acto valía 15 puntos frente a los tres de colgar un post en el blog. Esta herramienta permitió a los coordinadores de la campaña reclutar a los voluntarios más comprometidos para colocarlos al frente de alguna actividad de mayor responsabilidad.

Al final de la campaña, los voluntarios organizaron más de 200.000 actos off-line a través de MyBO. Los actos incluían cualquier actividad, desde cenas y excursiones temáticas en bicicleta, hasta espectáculos de moda y arte. El equipo de marketing electrónico ayudó a recaudar más de 500 millones de dólares procedentes de donaciones on-line realizadas por tres millones de contribuyentes. En vez de una llamada fría a un desconocido, los voluntarios buscaron a amigos o vecinos para solicitarles una donación. Siempre había alguien con un hijo o algún conocido en la guerra de Iraq, o alguien pendiente de la aprobación de la reforma sanitaria, dos de los temas centrales de campaña de Obama. Sólo durante las 72 últimas horas de campaña se organizaron más de 1.000 eventos en casas particulares para realizar llamadas telefónicas. El equipo de Obama confeccionó una lista de votantes a los que cada usuario podía llamar no sólo para solicitar el voto, también para animarles a organizar fiestas o para motivarles a acudir a las urnas el día de los comicios. Este desarrollo de la campaña funcionaba a través de la aplicación «vecino a vecino» (N2N), en la que los votantes que querían colaborar podían escoger entre participar en una campaña telefónica o en una campaña puerta a puerta.

La clave para el uso de este tipo de herramientas fue la segmentación. Al final de la campaña se crearon más de 35.000 grupos de voluntarios en la red social MyBO. Los había de tipos muy diversos: aquellos que compartían ocupación (Electricistas por Obama), lugar de residencia (Texas por Obama) o grupos

demográficos (Mujeres por Obama). Los grupos permitían a los usuarios contactar fácilmente con otros votantes que compartían intereses similares. Esa segmentación se utilizó después en las acciones de campaña puerta a puerta o en las llamadas telefónicas. Se intentaba que las mujeres llamasen a otras mujeres, los hispanos a otros hispanos y los votantes de un estado a sus propios vecinos. De esa forma se evitaba que los seguidores de California tuviesen que llamar a votantes de Ohio demasiado tarde por la noche a causa de la diferencia horaria entre los dos estados (HARFOUSH, R. 2010: 93-118).

Tal como señala Rubio, Obama presentó su campaña como una «inmensa conversación de millones de personas con millones de personas». Se creó una relación interactiva entre los votantes, y entre estos y el propio Barack Obama, a través del correo electrónico y las redes sociales en internet (RUBIO, R. 2009: 133).

Su estrategia de campaña en internet, además de perseguir la movilización off-line, buscaba explotar la conversación y la bidireccionalidad. Además de su propia red social MyBO, el candidato abrió perfiles en otras 15 redes sociales diferentes. Entre ellas se encontraban desde las más populares, como Facebook y Twitter, hasta otras con públicos mucho más segmentados como LinkedIn (red orientada a los negocios), Asianave (americanos en Asia), Faithbase (red social de cristianos), Mybatanga (foro de hispanos biculturales socialmente activos), Glee (foro de gays y lesbianas), Blackplanet.com (comunidad online de hispanohablantes), Mygente.com (foro on-line de hispanohablantes). Entre todas estas redes sociales, Obama consiguió reunir más de 500.000 amigos. Sólo en Facebook tenía más de 3.900.000 amigos, que continuamente estaban intercambiando opiniones con él, respondiendo a los temas de debate y activando discusiones y deliberaciones virtuales. El candidato optó por la micro-segmentación y dentro de cada red social nacieron grupos más pequeños como Latinos for Obama, Women for Obama o African for Obama. Tal como señalan Femenía y Álvarez, el candidato diseñó una «tela de araña en la que entró en contacto con perfiles de públicos enormemente diversos» (FEMENÍA, S. y ALVAREZ, A. 2009: 827-830).

El diálogo funcionó en las dos direcciones. En el transcurso de la campaña se remitieron mil millones de mensajes por correo electrónico a seguidores de todo el país. Se utilizó una lista de correo con más de 13 millones de direcciones, una cifra muy superior a los tres millones que consiguió reunir Jhon Kerry o los 600.000 de Howard Dean. Detrás había un proceso de mejora de perfeccionamiento continuo de la base de datos pero, sobre todo, una táctica basada en el envío de mensajes con un tono personalizado. Los suscriptores, cuando se inscribían en la lista de distribución, podían indicar aquellas cuestiones que considerasen más interesantes y recibir información sobre ellas. La personalización de los mensajes no sólo se advertía en el tono de los correos, sino también en la actitud que adoptó el equipo de campaña. Los mensajes se enviaban primero a los afiliados y luego a la prensa. De esta forma se establecía una actitud más estrecha con ellos y se les hacía ver su importancia en todo el proceso.

La conversación también se produjo en la otra dirección, desde los electores hasta el candidato. De hecho, la red MyBO permitía el envío de mensajes al equipo de Barack Obama a través del blog oficial de la campaña. Uno de los grupos más activos dentro de MyBo estaba formado por ciudadanos que se oponían a la postura que Obama mantenía en una enmienda a la *Foreign Intelligence Surveillance Act* (FISA). Se trataba de un proyecto de ley que otorgaba al presidente más libertad de acción para espiar en las comunicaciones privadas de los ciudadanos y concedía inmunidad a las compañías telefónicas a las que se acusaba de vigilancia ilegal. Su apoyo al proyecto de ley enfadó a muchos miembros de la comunidad MyBO que decidieron mostrar su disconformidad a través de notas y correos enviados al blog oficial. Durante la campaña se estableció un debate entre Obama y sus seguidores sobre este y otros asuntos. Obama trató de explicar sus propósitos respecto a la FISA y se comprometió, si salía elegido, a revisar todos los programas de vigilancia del Gobierno. El equipo de nuevos medios dio un paso hacia delante e invitó a miembros de la candidatura de Obama a participar en charlas con los usuarios para aclarar las posiciones acerca de la FISA. Así, se decidió que durante los 30 minutos siguientes a cada post, tres representantes del equipo de política del candidato supervisarían las secciones de comentarios para responder a cualquier pregunta o inquietud que los lectores pudieran tener. «La campaña dejó bien claro que escuchaban a sus seguidores y querían hablar con ellos respecto a cualquier inquietud que pudieran tener. También cambiaron el rumbo de la conversación, que partió de las quejas o protestas y acabó en un debate constructivo sobre el tema, en el que los participantes se enteraban de las razones de Obama para votar de la manera que lo hacía» (HARFOUSH, R. 2010: 100-102).

Al final, Barack Obama cambió el rumbo unidireccional clásico de las campañas electorales para crear una gran comunidad organizada en torno a internet. Su estrategia bebía de muchas de las influencias de la campaña de Howard Dean (de hecho Obama trabajó con algunos veteranos de la campaña de Dean como Joe Rospars), con la diferencia que Obama sí fue capaz de traducir todo ese apoyo en votos efectivos. Este punto se resume en las reflexiones de autores como Rodríguez Virgili cuando recuerdan que Obama «ha cambiado la concepción estratégica del uso de las nuevas tecnologías para lograr un mayor compromiso de los votantes. Las nuevas tecnologías han dejado de ser un mero medio para obtener repercusión mediática y los electores se han convertido en protagonistas, abandonando su condición de público receptor para ser ciudadanos activos» (RODRÍGUEZ VIRGILI, J. *et al.* 2009: 911).

Si se repasan los datos se aprecia cómo el candidato demócrata ganó la partida a su oponente John McCain en todas las vertientes, dentro y fuera de la red. El 29 por ciento de sus votantes visitó la web de Obama, que tenía más de tres millones de amigos en Facebook frente a los 600.000 de McCain. En Youtube, el candidato demócrata tenía 1.824 videos y más de 110 millones de videos vistos, frente a los 380 videos que aparecían en el canal del candidato republicano, que contaba con 28 millones de videos vistos. Un 35 por ciento de los votantes recibió llamadas



telefónicas de la campaña de Obama, mientras que un 27 por ciento las recibió de la campaña de McCain. Un 29 por ciento de los votantes vio anuncios on-line, visitó la página web o recibió correos electrónicos de la campaña de Obama. El porcentaje se reduce al 13 por ciento si se tiene en cuenta la campaña republicana. El equipo de Obama consiguió contactar con un 51 por ciento de los nuevos votos en los últimos tres días de campaña, frente al 11 por ciento que fueron contactados por McCain durante el mismo período (RUBIO, R. 2009: 129 y 141).

La actividad de Obama en la red y la comunidad virtual creada en torno a internet siguió funcionando después de la victoria electoral del 4 noviembre de 2008. El presidente despejó así las dudas que se habían generado sobre si sería capaz de mantener el contacto con las comunidades virtuales que le habían ayudado a ganar las elecciones. La primera respuesta llegó el 6 de noviembre de 2008 cuando se lanzó *Change.gov*, un sitio web destinado a mantener viva la relación iniciada con los electores durante la campaña. La página, que funcionó durante el período de transición previo al traspaso de poderes, invitaba a los simpatizantes a transmitir a la nueva Administración sus recomendaciones e ideas sobre determinadas cuestiones. Los usuarios también podían votar y comentar las sugerencias enviadas por otros internautas. En total se enviaron 44.000 ideas y recomendaciones votadas por más de 500.000 usuarios en diversas ocasiones (HARFOUSH, R. 2010: 200-201; FEMENÍA, S. y ÁLVAREZ, A. 2009: 827).

El intercambio de ideas, el debate virtual y la discusión sobre propuestas siguió también a través de *Organizing for America*, una plataforma continuadora de la actividad de MyBO, que dependía del Comité Nacional Demócrata y que tenía la misión de promocionar el programa presidencial.

A pesar de todo, la estrategia de nuevos medios de Barack Obama una vez ha tomado posesión como presidente ha generado controversia en varios puntos. El 21 de enero de 2009, el equipo de nuevos medios de comunicación presentó *Whitehouse.gov*, la nueva cara de la Administración Obama en internet. La plataforma, obligada por la propia burocracia y por la legislación nacional en aras de la seguridad, deja mucha menos capacidad de maniobra al equipo del presidente, tan acostumbrado a mantener la cercanía con los internautas. Uno de los ejemplos se encuentra en el blog oficial de la Casa Blanca que, a pesar de ser el primero en su género, no permite los comentarios. Harfoush realiza un certero retrato de la radiografía actual en este terreno cuando señala que «en la actualidad Obama se encuentra bastante lejos de todas las herramientas que se utilizaron para captar seguidores durante la campaña y crear un movimiento social. Por ejemplo, la Casa Blanca no dispone de la tecnología necesaria para enviar correos electrónicos masivos o llevar a cabo campañas de sms para mantener informados a los electores de las actividades recientes» (HARFOUSH, R. 2010: 205-206).

Las TIC se han tenido que adaptar a las rigideces de las estructuras gubernamentales, aunque no se puede negar el camino que han abierto y el recorrido que

le han permitido realizar a quien hoy en día es presidente de los Estados Unidos de América. La campaña de Barack Obama en internet ha puesto de manifiesto la capacidad de la red no sólo para crear una comunidad virtual en torno a un objetivo común, sino también para recuperar el diálogo, el debate, la discusión y, en definitiva, la relación interactiva entre ciudadanos y representantes políticos.

### 3.3.3.2. El nacimiento de las cibercampañas electorales en España: el déficit de los partidos políticos a la hora de articular la participación electrónica

La relación entre internet y los partidos políticos en España tiene como primer nexo de unión a los medios de comunicación, especialmente a los periódicos. El proceso arranca con las elecciones de 1996, unos comicios que se pudieron seguir por primera vez en internet, a pesar de que los partidos todavía no contaban con presencia en la red. Fue a través del sitio web creado por el periódico *El Mundo* en febrero de 1996 para dar información sobre el proceso electoral. El sitio ofreció información permanente durante toda la campaña, pero su importancia fue todavía mayor durante la noche electoral. La web de *El Mundo* proporcionó los datos actualizados sobre el escrutinio al mismo tiempo que los publicaba el Ministerio del Interior. Fue, tal como lo define Doval, «la primera noche electoral en internet» (DOVAL, M. 2006: 171-172).

A partir de este momento, y con la inauguración de las versiones digitales de los principales periódicos españoles, comienza a observarse un tímido uso de la nueva herramienta por parte de los partidos políticos. Una de las primeras experiencias se encuentra en la página creada por las Juventudes Socialistas de la agrupación madrileña del distrito de La Latina. Empezó a funcionar a mediados de junio de 1997 y buscaba aglutinar adhesiones al vicesecretario general del PSOE. Meses después, el grupo municipal de Izquierda Unida presentó una proposición no de Ley ante la Asamblea de Madrid para la incorporación de internet a la actividad política. Pretendía que los diputados fueran accesibles desde sus despachos a los internautas que desearan enviarles críticas, propuestas o sugerencias (GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 96).

Un año después, en 1998, fue la Administración la que asumió la responsabilidad y el compromiso en el desarrollo y estudio de las consecuencias de internet ante el impacto que se presumía iba a tener en la sociedad. Fue a través de la constitución de la Comisión de Redes del Senado, que nació a petición del Grupo Popular y con el voto afirmativo del resto de grupos parlamentarios. Su primer presidente fue el popular Esteban González-Pons, que después dirigió la campaña electoral en internet de José María Aznar para los comicios del año 2000. El objetivo de esta comisión era analizar la influencia y las posibles consecuencias de la implantación de internet en España. Para ello planteó un debate enriquecido con todos los protagonistas que tenían algo que decir al respecto. Comparecieron ante ella expertos, dirigentes de asociaciones de usuarios y periodistas. Además, se

abrió un foro virtual en el que los ciudadanos podían interpelar a los senadores. Se creó así un debate electrónico que representaba un «episodio inédito» en la democracia española. Fue, sin duda, una de las primeras experiencias participativas basadas en la interacción entre representantes políticos y ciudadanos a través de internet (DOVAL, M. 2006: 174-176).

La siguiente cita electoral en el calendario fueron las elecciones autonómicas catalanas de 1999, que dieron a los partidos la oportunidad de explotar el nuevo canal de comunicación que representaba internet. Destaca la puesta en escena que realizó el Partit Socialista de Catalunya (PSC) y su candidato, Pascual Maragall, con una «incipiente ciberestrategia a la americana, incluyendo páginas electrónicas de simpatizantes para atacar sarcásticamente a sus adversarios». A nivel municipal, también se dieron pequeños pasos para fomentar la comunicación bidireccional con los electores en Madrid. Allí, el grupo municipal de IU abrió un debate con los ciudadanos interesados en aportar opiniones acerca de la reforma del Paseo del Prado de la capital a través de la dirección <gruposiu@munimadrid.es> (DADER, J. L. 2003: 325-326).

#### · Elecciones generales 2000

Con todos los antecedentes y experiencias previas que los partidos habían podido ensayar a lo largo de todos estos años se llegó a las elecciones generales del año 2000, consideradas las primeras en las que internet tuvo algún papel en España (DOVAL, M. 2006: 176; SAN NICOLÁS, C. 2001: 41). El despliegue de los partidos en la red fue evidente y la campaña virtual de convirtió en noticia y tema de agenda para los medios de comunicación. Por este motivo, algunos autores como Dader se refieren a ella como la «primera experiencia a escala nacional de cibercampaña electoral en España» (DADER, J. L. 2003: 325).

El hecho de que los partidos esperasen a la cita electoral para hacer efectivo su desembarco en la red no representa una casualidad del calendario. Los períodos electorales constituyen etapas de máxima intensidad comunicativa en el campo de la política. Tal como señala Del Rey, «el relato de la comunicación política adquiere tintes peculiares cuando las campanas del calendario electoral tocan a rebato» (DEL REY, J. 1996b: 3). La explosión mediática que acompaña a los períodos electorales es habitual, con una actividad por parte de los partidos que supera con creces cualquiera de los registros que se producen fuera de ese período. Algunos autores como Farré hablan de una «radicalización» de la dimensión comunicativa y apuntan que en campaña «los procesos políticos y la participación (percepción) de la ciudadanía alcanzan su clímax al concentrar la máxima acción dramática a través de una saturación mediática generalizada» (FARRÉ, J. 1999:3).

Con estas perspectivas, los partidos lanzaron su estrategia comunicativa en la red. Izquierda Unida se presentó con el lema «Eres necesari@-somos necesari@s». El uso del símbolo de la arroba, identificador del universo de internet, en el

eslogan de campaña representa un primer detalle significativo respecto a las expectativas que se habían puesto en el nuevo medio. Además, el partido creó una web *ex profeso* para las elecciones <www.iuorg.net/elecciones2000> diferente de la página web oficial <www.izquierda-unida.es>. El sitio de campaña presentaba una estructura de hipertexto que ofrecía un menú con seis opciones (noticias, agenda, documentación, candidaturas, audiovisual y correo). Dentro de uno de esos apartados se podían encontrar postales electrónicas con una serie de mascotas electorales. Los usuarios podían seleccionar una o varias y enviarlas a la dirección que desearan. Fue, según San Nicolás, un uso novedoso de internet desde el punto de vista político, ya que representaba la utilización de la red como «medio de propagación electoral» (SAN NICOLÁS, C. 2001: 53).

El PSOE apostó por el lema «España como tú la harías» y «Lo próximo». A diferencia de IU y PP, que crearon una web específica para las elecciones, el PSOE utilizó el sitio existente <www.psoe.es>. Tal como señala Dader, en el caso del PSOE «no se detectó una explotación tan intensa de su ciber enclave ni referencias tan constantes del mismo en los restantes actos electorales». A pesar de todo, su estrategia en internet presentaba algunas iniciativas interesantes. Los socialistas fueron los únicos que colgaron el programa electoral completo en internet. Además, su candidato Joaquín Almunia participó en el chat electoral del diario *El País*, generando un amplio eco mediático durante la campaña (DADER, J. L. 2003: 327).

Al igual que IU, la página web del PSOE también estaba estructurada en varias secciones hipertextuales: actualidad, el compromiso, qué pensamos, el partido, participa, búsqueda y enlaces. Junto a estas secciones, los responsables de la campaña interactiva incluyeron un nuevo apartado denominado «Internauta. Internet como tú la harías». En ella aparecía una declaración socialista sobre internet, varios salvapantallas y un avance de las propuestas de su programa electoral en materia de internet. La inclusión de este apartado revela la importancia que la red había comenzado a adquirir en las propuestas programáticas del partido socialista. El espacio virtual del PSOE también puso en práctica la interconexión entre medios convencionales e internet. Fue durante la noche electoral del 12 de marzo. El candidato Joaquín Almunia compareció hacia las 23 horas ante los medios de comunicación para leer un comunicado en el que aceptaba su derrota electoral. Paralelamente, el texto íntegro fue volcado en la página web oficial del partido.

En el caso del Partido Popular, la campaña contó con varios eslóganes que se emplearon en función de cada uno de los momentos: «Hechos», «Vamos a más» y «Gracias». Desde el punto de vista gráfico, la campaña estuvo protagonizada por un espacio visual donde aparecían impresos los principales retos que se había marcado la formación en su programa electoral: pensiones, infraestructuras, telecomunicaciones, tecnología, progreso, sanidad, educación... De nuevo, el marco gráfico de la campaña estaba presidido por el símbolo de la arroba, identificativo de internet, lo que daba una idea del peso que las tecnologías de la información y la comunicación representaban entre las propuestas del Partido Popular.

La formación abrió una página web oficial dedicada en exclusiva al candidato José María Aznar <[www.aznar2000.pp.es](http://www.aznar2000.pp.es)> que se convirtió en el sitio de referencia para buscar información electoral y seguir la campaña. Paralelamente, en la web oficial del partido se creó un apartado especial dedicado a ofrecer información sobre la campaña <[www.pp.es/elecciones2000](http://www.pp.es/elecciones2000)>. Una de las novedades que intentaron aportar los populares fue su intento de promocionar la página web del candidato más allá de su estrategia on-line de medios. Así, incluyeron la dirección web en los envíos de mailing por correo ordinario. En el reverso del sobre, en el espacio reservado para el remitente, aparecía impreso el logotipo del partido y la dirección <[www.aznar2000.pp.es](http://www.aznar2000.pp.es)>. Según San Nicolás, la campaña utilizada por el PP viene a confirmar «la tesis de la interconexión como elemento de máxima eficacia comunicativa: hasta en el más mínimo elemento figuraba el elemento web como referencia. Todo un síntoma de coherencia y fe intermediática» (SAN NICOLÁS, C. 2001: 56-59). Como detalle de aquella estrategia, conviene recordar que, por primera vez, la tradicional pegada de carteles con la que se da inicio a la campaña electoral fue virtual. Fue sustituida por una pantalla gigante en la que los carteles electorales del partido y la imagen del candidato aparecían tras presionar el botón de un ordenador portátil.

Más allá de funcionar como canal de información con los electores, el entorno virtual creado por el PP también sirvió para ensayar un ejercicio de comunicación interactiva del partido con la ciudadanía. Con este pretexto se pusieron en funcionamiento los *Foros 2000*, compuestos por cinco grandes áreas temáticas en las que recoger las opiniones y propuestas de los internautas. La herramienta también ofrecía la posibilidad de dirigir consultas a los representantes políticos del partido, con el compromiso de responder personalmente al mensaje. En poco más de tres semanas de actividad, los cinco foros registraron un «escasísimo nivel de participación», con un total de 1.396 mensajes remitidos por los internautas (DADER, J. L. 2003: 329).

Otros partidos como el Bloque Nacionalista Galego (BNG) o Convergencia i Unió (CiU) también intentaron explotar la interactividad a través de coloquios on-line con los candidatos y encuestas para los usuarios. A pesar de todas estas iniciativas, y a pesar del empeño que los partidos pusieron para activar sus estrategias comunicativas en la red, sólo algunos las mantuvieron activas una vez finalizada la campaña electoral. Rubio califica de «precario» el uso que los partidos políticos hicieron de internet en aquella etapa. «Sorprende –asegura el autor– la poca capacidad interactiva de las páginas que, ante cualquier duda o sugerencia de los usuarios, tardaban una semana en responder, cuando lo hacían» (RUBIO, R. 2000: 293-297).

Tal como se ha señalado anteriormente, la estrategia que los partidos políticos desplegaron en internet durante aquella campaña electoral del 2000 va más allá de las páginas web o de las experiencias interactivas entre electores y políticos. La mejora en las condiciones de acceso a internet también se coló dentro de los

programas electorales de los dos grandes partidos. PP y PSOE recogían dentro de sus propuestas programáticas parte de las conclusiones del informe aprobado por la Comisión de Redes del Senado. En el caso del PP, que ganó aquellas elecciones con mayoría absoluta, algunas de las medidas para el desarrollo de la sociedad de la información eran las siguientes: promover un rápido crecimiento de las redes de telecomunicaciones de alta capacidad y favorecer el acceso del medio rural a esta infraestructura; crear puntos de acceso público a internet desde bibliotecas, centros educativos, corporaciones locales y otros organismos públicos; proporcionar correo electrónico a todo el ciudadano que lo solicite; intervenir sobre aquellos contenidos perniciosos, ilegales y perjudiciales para la infancia y la juventud; acercar al máximo los procedimientos administrativos a través de la red; colocar en la red todo el patrimonio cultural español a través de fondos bibliográficos, museos etc. (CONTRERAS, F. 2001: 25-30).

#### · Elecciones municipales y al Parlamento de Cataluña 2003

Coincidiendo de nuevo con la cercanía de un período electoral, los partidos volvieron a poner en marcha su estrategia comunicativa en internet para las elecciones municipales y al Parlamento de Cataluña celebradas en noviembre y mayo de 2003, respectivamente. Aquella cita electoral representa la «consolidación definitiva de internet como medio de comunicación de referencia para muchos ciudadanos y ciudadanas de Cataluña» (CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, 2004: 209-219). En este caso, las grandes novedades llegaron de la mano de las plataformas digitales de los medios de comunicación, y del despliegue que estos activaron para seguir la campaña electoral. Páginas web como las de *La Vanguardia*, *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *El Periódico* o *Terra* abrieron espacios especiales con toda la información sobre los comicios. En estos espacios publicaban datos de las encuestas previas, resúmenes de los resultados de los comicios anteriores y enlaces con las webs de los candidatos. Destaca el despliegue realizado por *Telenoticias.com*, el portal de actualidad de Televisió de Catalunya y Catalunya Informació. La web disponía de una página específica para cada uno de los más de 900 municipios catalanes, con datos de porcentajes de votos y concejales obtenidos por cada partido en los anteriores comicios de 1999. En cada página se recogían las noticias publicadas durante la campaña y la precampaña relativas a cada municipio. También se podía acceder al foro de debate electrónico creado para cada población con motivo de la cita electoral.

Las ediciones digitales de los medios de comunicación, además de ser espacios de referencia para seguir todo el proceso, se convirtieron en soporte para la publicidad electoral de los partidos. Todas las formaciones, a excepción del PP, promocionaron la web de su candidato en los sitios de las ediciones digitales de los medios de comunicación. Sólo *El Periódico* no tenía publicidad electoral. En cambio, otros como *Vilaweb* incluían banners de todos los partidos en su portada.

Las ediciones electrónicas de los medios de comunicación también activaron espacios de participación para generar un debate interactivo entre candidatos y electores. *La Vanguardia* y *El Periódico* impulsaron foros de debate para los internautas, si bien pusieron en práctica varias restricciones para evitar comentarios e intervenciones ofensivas. La apuesta más ambiciosa fue de nuevo la de *Telenoticies.com*, que creó un foro de debate para cada uno de los municipios de Cataluña durante las elecciones municipales de 2003. Para los comicios al Parlamento optaron por abrir 21 foros de diferente temática, que llegaron a recibir más de 2.000 mensajes en un mes.

Coincidiendo con estas últimas elecciones, varios medios inauguraron coloquios on-line con la participación de los candidatos. *Telenoticies.com* invitó a Joan Boada (ICV-EuiA), Pere Esteve (ERC), Dolors Nadal (PP), Antoni Castells (PSC) y Josep Antoni Durán i Lleida (CiU). *El País* y *Terra* hicieron lo mismo con Joan Saura (ICV-EuiA), Josep Piqué (PP), Ramón Espadaler (CiU) o Carme Valls (PSC), entre otros. Paralelamente, *La Vanguardia* puso en marcha la plataforma *Candidat2003.net*, gracias a la colaboración del Parlamento de Catalunya y Europa Press. La iniciativa ponía en contacto a los ciudadanos con los candidatos de los cinco grupos parlamentarios, que se comprometían a responder a las consultas. Durante la campaña se llegaron a formular 3.061 cuestiones, de las cuales 1.655 fueron contestadas.

Durante los comicios al Parlamento de Cataluña, los partidos volvieron a activar un recurso que ya se había visto en las elecciones generales del año 2000 y que había quedado abandonado después de la cita electoral. Todos los partidos, a excepción del PP, compraron un dominio específico para alojar la web del candidato: <[www.arturmas.org](http://www.arturmas.org)>, <[www.carod-rovira.net](http://www.carod-rovira.net)>, <[www.joansaura.org](http://www.joansaura.org)>, <[www.maragall.org](http://www.maragall.org)>. CiU y PSC fueron más allá y optaron por redirigir todo el tráfico de la web del partido hacia el sitio del candidato, en un intento de personalizar al máximo su figura.

La novedad más destacada por parte de los partidos fue la aparición de los blogs electorales, un producto comunicativo que no se había experimentado con anterioridad en las elecciones catalanas. Los crearon los directores de campaña de CiU, ERC y PSC <[www.peremacias.net](http://www.peremacias.net)>, <[www.ernestbenach.net](http://www.ernestbenach.net)>, <[www.iceta.org](http://www.iceta.org)> y a través de ellos intentaron ofrecer una visión personal del día a día de la campaña en sus respectivas formaciones. A pesar de estas iniciativas puntuales, los partidos volvieron a descuidar la relación interactiva con los electores. «La participación de los internautas no fue la prioridad de los partidos, que sólo ofrecían la posibilidad de contactar con los candidatos a través de formularios muy breves, sin hacer públicas las respuestas» (CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, 2004: 209-219). Tal como se ha visto anteriormente, las principales propuestas para construir debate y diálogo interactivo entre ciudadanos y representantes políticos nacieron de instituciones ajenas al mundo de la política, en este caso las ediciones digitales de los medios de comunicación.

Esta afirmación, sin embargo, no es compartida por Domingo en toda su extensión. El autor, al analizar la campaña de las elecciones al Parlamento Catalán de 2003, destaca la plataforma lanzada por el grupo parlamentario de Iniciativa per Catalunya-Verds (ICV-Verds). La formación presentó la web <www.ituqueopines.org> como un canal de comunicación bidireccional para incorporar a los ciudadanos en el proceso de redacción del programa electoral del partido. La web disponía de un foro en el que los usuarios podían opinar y debatir acerca de las diferentes propuestas programáticas. La formación también incorporó encuestas para conocer la opinión de los internautas sobre algunos temas concretos. ICV anunció que todas las aportaciones serían debatidas en una asamblea abierta a todos los interesados, que tendría como objetivo acabar de perfilar el programa electoral (DOMINGO, D. 2008: 317-318).

En el resto de España, donde también se celebraron elecciones municipales y autonómicas en 2003, la situación fue similar, con una escasa implicación de los partidos políticos a la hora de abrir nuevos espacios de debate y diálogo con los electores. Del Rey lamenta que «los partidos políticos no aprovecharon las posibilidades de Internet para abrir una comunicación inédita con los ciudadanos, quedándose en planteamientos arcaicos, con páginas web que no planteaban ningún cauce de comunicación abierto». La única iniciativa que buscaba generar una comunicación directa entre candidatos y ciudadanos volvió a surgir de una entidad alejada del escenario político. Europa Press.net lanzó *Candidato.net*, una plataforma que también había funcionado en las elecciones al Parlamento de Cataluña de ese año. En este caso, su ámbito de aplicación fue nacional gracias a la colaboración de cuatro municipios. *Candidato.net* se creó para dotar de información al ciudadano sobre las propuestas electorales y generar un diálogo directo e interactivo entre los candidatos y los ciudadanos. La plataforma tenía carácter puntual, ya que se abrió cuando comenzó el período electoral y se cerró pasados los comicios (DEL REY, J. 2007: 208).

#### · Elecciones generales 2004

Los partidos volvieron a apostar por la creación de páginas web personales dedicadas a sus candidatos. Lo hizo el PP, que puso en marcha la precampaña de forma oficial con la presentación de la web de Mariano Rajoy. El sitio era muy dinámico, con gran cantidad de imágenes y menús alojados en la página principal. Sus objetivos eran comunicar el mensaje principal de campaña, es decir que la gestión del Gobierno del PP había sido muy positiva, e intentar hacer más cercana la figura de Mariano Rajoy, que se presentaba por primera vez como candidato sucesor de José María Aznar. Para este último objetivo el sitio incorporaba algunos recursos gráficos centrados en la figura del candidato.

El candidato del PSOE a las elecciones, José Luis Rodríguez Zapatero, también contó su página web personal. El Partido Socialista optó por focalizar toda



la estrategia de comunicación en internet en la figura del candidato que, al igual que Rajoy, concurría por primera vez como cabeza de lista y líder de su partido. Todas las noticias del partido, agenda de campaña, propuestas electorales y líneas del proyecto político estaban disponibles en la página personal de Zapatero. Fue en movimiento similar al que realizaron IU con su candidato Gaspar Llamazares y CiU con Josep Antoni Durán i Lleida.

Para Pallarés, a pesar de la apuesta de los partidos por dedicar un espacio de comunicación propio para los candidatos en internet, las propuestas de las formaciones en la red fueron «tímidas». La autora critica que los partidos «no arriesgan a explorar las amplias posibilidades del medio internet y se limitan a ofrecer información sobre el candidato con un nivel de interacción mínimo». Los partidos no supieron aprovechar la cercanía en el calendario de las elecciones primarias demócratas en Estados Unidos, donde el candidato Howard Dean, tal como se ha repasado anteriormente, desplegó una novedosa forma de hacer campaña basada en internet. Según la autora, «se trata, sin duda, de un error estratégico, puesto que las webs de los candidatos desaprovechan la oportunidad que les brinda internet de sacar ventaja para marcar la iniciativa política» (PALLARÉS, E. 2004).

En estas elecciones, el Partido Popular repitió la experiencia de los comicios anteriores y puso en marcha un conjunto de foros electrónicos para intercambiar propuestas y opiniones con la ciudadanía. Los foros estaban tematizados a partir de las líneas básicas del programa electoral: fortalecimiento democrático, modernización del mercado de trabajo, sanidad, inmigración, vivienda etc. A pesar del impulso que representa para la deliberación electrónica (el PP fue el único partido que puso en marcha esta herramienta), una investigación de Sampetro sobre el contenido de uno de los foros (fortalecimiento democrático) revela el escaso aprovechamiento de esta herramienta para conseguir un verdadero debate electrónico abierto y participativo. Se registraron 1.300 mensajes raíz desde el 16 de diciembre de 2003 hasta el cierre del mismo, el 13 de mayo de 2004). Tal como señala el autor, los temas más participados y con más comentarios coincidieron con las líneas más duras de la campaña del Partido Popular: la crisis de tripartito catalán y el terrorismo de ETA. Además, el autor, que adoptó una identidad ficticia para participar en el foro estudiado, pudo comprobar cómo los gestores de los foros eliminaron aquellos mensajes altisonantes o demasiado críticos con los intereses del partido. «A pesar de su considerable nivel de actividad, el foro del PP revelaba los límites deliberativos de las NTIC» (SAMPE-DRO, V; TUCHO, F. y VIZCAÍNO-LAORGA, R. 2008: 231).

Su investigación fue más allá y analizó también la capacidad de los partidos políticos para responder a las consultas ciudadanas remitidas a través de los formularios de contacto incluidos en sus sitios web. IU, PP y PSOE ofrecían una sección específica con la posibilidad de opinar y recibir respuesta. IU y PP nunca respondieron a pesar de enviar un acuse de recibo en el que se comprometían a una pronta contestación. Curiosamente, sólo el PSOE respondió a su mensaje, a pesar de que fue el único partido que no envió una promesa de respuesta automatizada.

La particularidad de la investigación de Sampedro fue que a cada partido le remitió dos tipos de correos electrónicos: mensajes-deliberación (preguntas abiertas, en demanda de respuestas) y mensajes-control (opiniones críticas, muy duras y al borde de lo admisible por el partido). Tal como se señalaba anteriormente, de los tres partidos sólo contestó el PSOE, y lo hizo ante uno de los mensajes-deliberación. «El PSOE, por tanto, dialogaba sólo con aquellos ciudadanos que se mostraban más dispuestos a ello. Los otros dos partidos no consideraron interlocutores siquiera a sus votantes más próximos, a pesar de sus promesas» (SAMPEDRO, V.; TUCHO, F. y VIZCAÍNO-LAORGA, R. 2008: 211).

#### · Elecciones municipales catalanas 2006

De nuevo, gran parte de la estrategia de nuevos medios de los partidos se basó en las páginas webs creadas para los candidatos. El candidato socialista, José Montilla, y el de CiU, Artur Mas, dispusieron de la suya, si bien cada uno de los espacios presentaba características diferentes. Del Rey define como «más participativa», la web del primero mientras que asegura que la del candidato nacionalista estaba planteada desde «un modelo arcaico de comunicación» y «sin posibilidad de participar». En cualquier caso, los partidos no plantearon una estrategia de campaña en internet a largo plazo. Las webs de los candidatos dejaron de actualizarse con nuevos contenidos después de las elecciones.

Una de las novedades de aquellas elecciones de noviembre de 2006 fue la utilización de plataformas alternativas como Youtube para generar notoriedad. Los partidos colgaron en la red los anuncios que habían preparado para televisión antes de que comenzaran a emitirse oficialmente en período de campaña. De esta manera, intentaron aprovechar la interconexión entre medios on-line y off-line para generar impacto mediático a su favor (DEL REY, J. 2007: 209).

#### · Elecciones generales 2008

Las últimas elecciones generales de 2008 vivieron una explosión de la actividad comunicativa de los partidos en internet a través de spots, videos musicales y recursos gráficos de todo tipo. Tal como había ocurrido dos años antes en las elecciones catalanas, el portal Youtube volvió a jugar un papel importante. Se convirtió en un canal alternativo que los partidos utilizaron para avanzar algunos de los spots o piezas musicales de campaña, con la intención de generar notoriedad en los medios convencionales. Fue en este portal donde apareció el «ballenato» que un grupo musical dedicó al candidato del PP, Mariano Rajoy. El partido nunca llegó a reconocer si la canción había sido creada por encargo suyo, pero lo cierto es que los populares la utilizaron para cerrar algunos de los mítines del candidato durante la campaña.

También el Partido Socialista aprovechó la interconexión entre medios on-line y off-line para presentar sus anuncios electorales. Las piezas habían sido creadas

para solicitar el voto para el candidato José Luis Rodríguez Zapatero, aunque en ellas no intervenía ninguna de las figuras del partido. Los políticos fueron sustituidos por ciudadanos anónimos, pensionistas, jóvenes universitarios o trabajadores de clase media que mostraban su confianza en un futuro liderado por el candidato socialista. Los spots se emitieron en televisión, pero el partido también los promocionó a través de Youtube, un canal en el que no existen las restricciones que la Ley Electoral impone a la emisión de publicidad electoral en radio y televisión.

Izquierda Unida creó un juego de animación interactiva protagonizado por un superhéroe llamado «Gaspi». El personaje representaba al candidato de la formación a las elecciones generales, Gaspar Llamazares, y su cometido era resolver los problemas de los ciudadanos españoles. La iniciativa traspasó los límites del escenario virtual hasta llegar a los medios convencionales. Algunos informativos y programas de televisión se hicieron eco de la presencia de este superhéroe en la red, generando un impacto mediático adicional para sus promotores.<sup>12</sup>

Más allá de los recursos gráficos y visuales que buscaban generar notoriedad fuera del escenario virtual, los partidos también pusieron en marcha algunas iniciativas para explotar la interactividad con los electores y la ciudadanía. Meses antes de que diese inicio la campaña electoral, el PSOE lanzó su propio canal de televisión <[www.psoetv.es](http://www.psoetv.es)>. La plataforma ofrecía todo un conjunto de recursos visuales entre los que destacaban los fragmentos de las intervenciones de su candidato en mítines y entrevistas.

El equipo electoral del PSOE intentó generar un canal interactivo con la militancia a través del blog apadrinado por el entonces secretario de organización del partido, José Blanco. *Elcuadernodepepeblanco.blogspot.com* empezó a funcionar con la vista puesta en las elecciones generales del 2008. Fue concebido como un canal de comunicación permanente con la ciudadanía, aunque contaba con un filtro que impedía la publicación de insultos y comentarios indecorosos (DEL REY, J. 2007: 305). Conviene recordar que en el lado socialista ya existía la llamada «blogosfera progresista» <[www.blogosferaprogresista.es](http://www.blogosferaprogresista.es)>, una red de blogs de dirigentes, militantes y personas vinculadas al partido que sirve para extender el debate acerca de propuestas y temas de actualidad.

La iniciativa del PP en este terreno se lanzó bajo la forma de canal interactivo permanente en el que recoger las sugerencias e iniciativas que los ciudadanos deseaban incorporar al programa electoral. La aplicación estaba disponible desde la página web personal del candidato, Mariano Rajoy, bajo la promesa de incorporar la mejor propuesta en los bloques electorales de 30 segundos que el partido emitía en televisión. La iniciativa se presentó bajo el nombre de «tu propuesta en 30 segundos» y fue difundida a través de un video promocional

<sup>12</sup> <<http://www.elmundo.es/navegante/2008/01/28/tecnologia/1201527081.html>>. Fecha de consulta: 27/07/2010.

en internet. La pieza mostraba al equipo de dirección de campaña de Mariano Rajoy impaciente en una sala de reuniones. De fondo sonaba un reloj que marcaba una espera que terminaba cuando el candidato, Mariano Rajoy, anunciaba a los electores que sólo faltaba su presencia para comenzar la reunión.<sup>13</sup> La iniciativa dejó de funcionar una vez terminada la campaña electoral.

Por parte de IU, la interactividad y el diálogo directo con la ciudadanía se intentaron mantener a través de la página web del candidato, Gaspar Llamazares <[www.gasparllamazares.es](http://www.gasparllamazares.es)>. Dentro de su menú de opciones había una aplicación llamada *el candidato responde*. En ella el internauta podía preguntar sobre cualquier asunto que considerase importante acerca del programa electoral de la formación. Tras introducir la pregunta correspondiente en el menú de búsqueda, Llamazares contestaba a través de uno de los más de 70 vídeos que se habían grabado previamente. Los vídeos contenían la imagen del candidato que, en estilo de busto parlante, desarrollaba los puntos más destacados del programa electoral en materia de inmigración, economía, pensiones o energías renovables.<sup>14</sup> La interactividad que ofrecía la herramienta era limitada, ya que la conversación entre candidato y militante era irreal. La aplicación siempre respondía con una contestación enlatada que se activaba a partir de las palabras clave que contenía la interpelación del internauta.

Desde la campaña electoral de 2008 internet se ha conformado como un espacio multifuncional para los partidos políticos e instituciones de la democracia. La red se ha articulado no sólo como un canal de comunicación al cual incorporar toda su actividad, sino también como un espacio para hacer gala de la transparencia en la acción de gobierno. Desde el 1 de marzo de 2010, las páginas web del Congreso y el Senado hacen públicas las declaraciones de bienes y actividades de cada uno de sus integrantes, en un movimiento que también realizan algunas cámaras autonómicas.<sup>15</sup> Hasta esa fecha, la información sólo era accesible a determinados representantes de ambas instituciones.

Paralelamente, la red se ha configurado como un escenario para la movilización ciudadana espontánea. El 25 de abril de 2010, centenares de personas se manifestaron en Valencia para apoyar al juez Baltasar Garzón en su conflicto abierto con la justicia española por su decisión de investigar los crímenes del Franquismo. La protesta se gestó a través del grupo de Facebook *Yo apoyo a Garzón*, al que después se sumaron partidos políticos y colectivos sociales (*LEVANTE-EMV*, 2010). Meses antes, centenares de personas habían hecho lo mismo en Palma de Mallorca en un acto en contra de la corrupción urbanística (*EL PAÍS*, 2009). En Italia, la

<sup>13</sup> <<http://www.20minutos.es/noticia/342955>>. Fecha de consulta: 27/07/2010.

<sup>14</sup> <[http://www.lavozdegalicia.com/espana/2008/01/30/0003\\_6524149.htm](http://www.lavozdegalicia.com/espana/2008/01/30/0003_6524149.htm)>. Fecha de consulta: 28/07/2010.

<sup>15</sup> <<http://www.larazon.es/noticia/4004-las-actividades-de-diputados-y-senadores-se-publican-por-primera-vez-en-internet>>. Fecha de consulta: 01/10/2010.

movilización se organizó en contra de la gestión del presidente Silvio Berlusconi. La protesta nació de un grupo de bloggers unidos a través de Facebook y se extendió a 45 ciudades de todo el mundo durante el sábado 5 de diciembre de 2009 (*EL PAÍS*, 2009).

Los partidos políticos tampoco han renunciado a las capacidades que les ofrecía internet para establecer un canal de comunicación con la ciudadanía. Su incorporación ha sido progresiva, y hoy resultaría agotador realizar un listado de quiénes son los políticos que disponen de un blog de internet, un perfil en twitter o un espacio propio en alguna de las redes sociales porque son muchos los que tienen presencia y actividad visible en la red. En este sentido, destacan iniciativas como la Oficina Virtual de Atención al Ciudadano creada por el senador socialista Luis Salvador en 2005 <<http://www.luissalvador-ovac.org/>>. La página nació como un intento de crear un vínculo directo e interactivo entre el ciudadano y el político, a través de cual hacerle llegar quejas, sugerencias, preguntas o propuestas ciudadanas. Posteriormente, la iniciativa fue remodelada y adoptada como herramienta de comunicación por parte del Grupo Socialista en el Senado.<sup>16</sup>

La iniciativa de diputados, senadores y políticos a título individual ha servido de guía y cicate para la más tardía incorporación de gobiernos e instituciones a las tecnologías de la información en su relación con la ciudadanía. En julio de 2009, la secretaría de Estado de Comunicación abrió el perfil del Gobierno en Twitter <<http://twitter.com/desdelamoncloa>> para transmitir a los ciudadanos y a los medios de comunicación las actividades del ejecutivo a través de las tecnologías de la información. El movimiento ha sido seguido por algunos ejecutivos autonómicos como el Gobierno de la Generalitat Valenciana, que ha abierto perfiles en Facebook a través de varios de sus portavoces <<http://www.facebook.com/pages/Paula-portavoz-GVA/133096966701760>> y en Twitter <<http://twitter.com/generalitatinfo>>, en una apuesta por la proximidad con la ciudadanía. Incluso instituciones tradicionalmente herméticas como las Casas Reales han trasladado parte de su actividad comunicativa a la red. La monarquía británica dispone de un perfil en Twitter y utiliza Youtube <[www.youtube.com/user/theroyalchannel](http://www.youtube.com/user/theroyalchannel)>, mientras que la Casa Real Española está estudiando difundir sus actividades en las redes sociales para hacer más visible el trabajo de la Familia Real (*EL PAÍS*, 2010).

Con la vista puesta en los comicios autonómicos del 28 de noviembre de 2010 en Cataluña, Convergència i Unió presentó una red social propia llamada Cativistes <<http://www.cativistes.cat>>. Con ella pretenden crear un espacio de debate permanente, personalizado y tematizado acerca de la realidad catalana y las propuestas con las que CiU acude a esos comicios. Paralelamente, la formación ha editado un manual interactivo para promover la actuación de ciberactivistas en la red y

<sup>16</sup> <<http://www.publico.es/ciencias/202489/una-nueva-ventana-para-la-politica-en-la-red>>. Fecha de consulta: 12/08/2010.

prepararlos para que cada día, y siguiendo las directrices del partido, sean capaces de abrir espacios de debate y marcar tendencias de opinión.<sup>17</sup>

Otros partidos como el PP también han anunciado la creación de un perfil en Facebook y un blog para recoger las propuestas ciudadanas e incorporarlas al programa electoral en las materias que se consideren necesarias.<sup>18</sup> Con la vista en los comicios de 2011, el PP ya había puesto en marcha en el mes de marzo de 2010 la llamada «blogosfera popular» <<http://www.pp.es/blogosfera>>, un conjunto de bitácoras escritas y dirigidas por algunos de los dirigentes con más peso en la formación.

Como se ha señalado anteriormente, resultaría interminable realizar un listado de todos los representantes políticos que disponen de alguna plataforma de comunicación en internet. No obstante, y a pesar de que las iniciativas se han multiplicado desde las últimas elecciones (autonómicas de 2007 y generales de 2008) se aprecia una falta de articulación de la red como espacio de conversación horizontal (entre iguales), y no piramidal. Es decir, los políticos disponen ahora de un canal más para transmitir y dejar claras sus opiniones, en este caso sin el filtro que imponían los medios de comunicación, pero no se observa una apuesta por utilizar la red como un espacio para la interpelación directa a los candidatos. ¿Realmente hay alguien al otro lado? ¿Hay alguien que recoge las propuestas u opiniones de los ciudadanos e interactúa con ellas? No se está produciendo lo que Prieto denomina «retorno de la participación», y que permite al ciudadano tomar conciencia de que su esfuerzo y su implicación han valido la pena (PRIETO, P. 2004: 22).

Es cierto que los ciudadanos están mejor informados gracias a internet y a las redes sociales, pero de nada sirve si esos espacios sólo se utilizan para ofrecer titulares desde un punto de vista unidireccional. En otras palabras, hay centenares de políticos que disponen de perfil en Facebook o en Twitter, pero esos escenarios no se están explotando como plataformas de interacción razonada y argumentada con los internautas.

Domingo ya advierte en su obra de que existen escasas oportunidades para interactuar con los candidatos a través de internet. El autor considera que las propuestas en el uso de internet como medio de comunicación electoral en España son «muy tímidas» en comparación con las experiencias estadounidenses, y advierte de que en España las webs de los partidos «son una prolongación de las estrategias principales en los medios de comunicación tradicionales. Domina, por tanto, la comunicación unidireccional, de masas» (DOMINGO, D. 2008: 310-311).

La postura de Domingo no es nueva, de hecho ya se encuentra presente en la bibliografía de los autores que estudiaron los primeros pasos de la comunicación

<sup>17</sup> <<http://www.3cat24.cat/noticia/487785/ciencia/CiU-llanca-una-xarxa-social-propia-i-forma-centenars-de-ciberactivistes>>. Fecha de consulta: 12/05/2010.

<sup>18</sup> <<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/03/valencia/1286117880.html>>. Fecha de consulta: 05/10/2010.

política de los partidos en internet. Para Rubio, los partidos políticos han cometido el error de utilizar internet como un canal de información más, en lugar de explotar la red para construir una relación política permanente. Según el autor, el éxito de una página web no se puede medir por el número de visitas recibidas, sino por las posibilidades que ofrece para construir un diálogo colectivo con la militancia (RUBIO, R. 2000: 297).

Esta tendencia de las webs de los partidos de primar la información por encima de participación en su oferta de contenidos también es señalada por Del Rey. Su opinión enlaza con las reflexiones de Rubio a la hora de responsabilizar a los partidos políticos de la ausencia de canales para interactuar con la ciudadanía y construir un diálogo real y efectivo. Para el autor, los políticos se han limitado a trasladar toda su oferta comunicativa a internet. Cometen el error de manejar un medio totalmente novedoso con las herramientas de ayer. «Internet es más valorado por los políticos como instrumento para difundir información a los medios y al público en general. Y, aunque de todas las manifestaciones emergentes de comunicación política en internet la interpelación directa de los ciudadanos a los parlamentarios es la más prometedora, el ejercicio real de esa comunicación sigue siendo muy minoritario» (DEL REY, J. 2007: 211).

Subirats aporta otro punto de vista cuando analiza la actitud de los partidos políticos y las administraciones públicas a la hora de enfrentarse a las tecnologías de la información. Admite que se han puesto en marcha numerosas iniciativas para mejorar la relación entre partidos y electores a través de los boletines electrónicos. Los parlamentos han creado canales para que los ciudadanos puedan hacer llegar sus quejas o peticiones a los responsables de la administración y, en algunos casos, se han puesto en marcha debates virtuales para que los ciudadanos puedan expresar sus intereses a través de la red. A pesar de la visibilidad de estos esfuerzos, el autor considera que los partidos e instituciones públicas han entrado en internet sin una estrategia predeterminada. Es decir, no han intentado explotar la interactividad de la red para conocer las opiniones de los ciudadanos e incorporarlos al proceso de toma de decisiones sobre los asuntos públicos. Lejos de implicar a la ciudadanía y ampliar las posibilidades de participación democráticas, su objetivo ha sido «demostrar la puesta al día y la modernidad de esa entidad o institución» ante una tecnología imparable a la que no era posible darle la espalda de ninguna de las maneras. Para el autor, las aplicaciones surgidas de las TIC (páginas web, boletines electrónicos, listas de correo, votaciones electrónicas, debates virtuales) se han creado para «relegitimar y reorientar a las instituciones políticas y de gobierno, a través de métodos más sofisticados de gestión de la información, segmentación de públicos o marketing y comunicación política» (SUBIRATS, J. 2002: 12-13).

Otros autores como Álvarez y Ramírez no atribuyen toda la responsabilidad a los partidos políticos e instituciones públicas. Las autoras consideran que la escasa interactividad que se produce entre los dos extremos de la cadena también viene provocada por la limitada capacidad de participación e implicación de los ciudadanos.

Su investigación analiza las bitácoras de una muestra de representantes de la política municipal en la Comunidad Valenciana. Una de las categorías analizadas es el nivel de interacción de las bitácoras. Sobre esa categoría apuntan que «pese a la superación de los límites espacio-temporales, el ciudadano no se presenta como un interlocutor activo y participante en el consumo de blogs, y la palabra sigue estando en la tribuna virtual del político. Los políticos valencianos ya han dado un paso. Queda pendiente, sin embargo, la generación de una auténtica cultura tecnológica de la participación política» (ALVÁREZ, A. y RAMÍREZ, A. 2006: 10).

A pesar de las ideas que aportan Álvarez y Ramírez, la postura mayoritaria entre los autores consultados apunta que la irrupción de internet en el panorama electoral no ha servido para generar un proceso político más participativo, y carga la responsabilidad del lado de los partidos políticos e instituciones públicas.

Borge lamenta que partidos políticos, parlamentos, gobiernos y administración pública hayan buscado «reforzar la democracia representativa, pero no los canales de participación» (BORGE, R. 2005: 3). Sey y Castells, a su vez, lo atribuyen a la subordinación del sistema político a la estructura de partidos. Los políticos tienen miedo a perder el control sobre el proceso y sólo desarrollan aquellas aplicaciones sujetas a recibir aportaciones más en sintonía con lo que ellos piensan. Las formaciones no han estado interesadas en potenciar la interactividad con la ciudadanía y esa falta de implicación ha acabado por convertir la red en un «tablón de anuncios». Las experiencias participativas que han intentado crear una relación política permanente entre ciudadanos y representantes políticos a través de la red han llegado de la mano de instituciones ajenas al mundo de la política y, en todos los casos, con carácter puntual y perecedero. De ahí que los autores reclamen un cambio de actitud que supere las restricciones con que los partidos están afrontando la incorporación de las TIC. «Solamente cuando se cumplan las condiciones de una ciudadanía autónoma y un canal político formal, abierto y participativo, internet podrá innovar la práctica de la política». Sey y Castells van más allá, ya que consideran que la web debe convertirse en algo más que una puerta abierta para que el electorado haga llegar su opinión a los representantes políticos. Consideran que la interactividad no debe quedarse en las posibilidades que ofrece la red para intervenir en un foro de debate, sino que debe contar con la implicación y la participación real de los representantes políticos para crear un marco de debate sólido (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 448-456).

Kalnes, dentro de una investigación sobre la política noruega, parece apuntar en la misma dirección cuando señala el estricto control que los partidos ejercen sobre cada una de sus herramientas de comunicación en internet. Su investigación analiza la actividad en los blogs, Youtube, Facebook y Twitter de los siete partidos con representación parlamentaria en Noruega y de otras cuatro formaciones minoritarias. Aunque los partidos han incorporado algunas de las herramientas de la web 2.0, su estudio apunta que el uso que hacen es todavía muy limitado. «Que los partidos se hayan sumado de alguna manera al vagón de la web 2.0 no



significa que estén aprovechando todas sus capacidades. Los partidos han incorporado algunas de las herramientas de la web 2.0, pero mantienen un firme control sobre los usuarios y los contenidos de la red. Kalnes señala que el potencial de internet no ha alcanzado todas sus posibilidades en cuanto a la interacción con los militantes o usuarios porque los partidos no han cedido nada de control a favor de las ramas locales o activistas (KALNES, O. 2009: 1-26).

En este sentido Dader señala que los partidos políticos y las instituciones públicas deberían impulsar el tipo de herramientas que permiten la comunicación directa y la interpelación entre políticos y ciudadanos. Así, recuerda que «para que los términos de ciberdemocracia o democracia electrónica lleguen a equivaler en su contenido ideal al de una democracia continua es preciso que las nuevas prácticas de comunicación global e interactiva sean algo más que una experiencia ocasional o una opción minoritaria» (DADER, J. L. 2003: 312).

Dader es autor de una investigación que demuestra que, a pesar de la aparición de internet y de las herramientas de interacción que ofrece, los representantes políticos no están utilizando la red para mantener una comunicación directa con los ciudadanos. Para su realización, el autor envió un correo electrónico a todos los representantes del Congreso de los Diputados y el Senado que disponían de una dirección de e-mail pública en los sitios web de cada una de las instituciones. En el correo el remitente solicitaba a los miembros electos una sencilla información acerca del modo de asistir a un pleno. La experiencia se realizó entre noviembre y diciembre de 1999. Dos años después, en la legislatura siguiente, la experiencia se repitió en fechas similares. Entre medias, los resultados se mantuvieron en secreto para no condicionar el comportamiento de los parlamentarios.

En el primer intento, respondieron 39 (un 6,3 por ciento) de los 281 parlamentarios (46,1 por ciento) que hacían pública su dirección de correo entre las dos Cámaras (Congreso de los Diputados y Senado). Dos años después, en 2001, los porcentajes de respuesta se incrementaron, si bien es cierto que también había crecido el número de parlamentarios con e-mail publicado en cada una de las Cámaras. Respondieron 132 (21,7 por ciento) de los 455 parlamentarios (74,8 por ciento) con cuenta de correo (DADER, J. L. 2003: 331-338).

Dader repitió la experiencia entre los meses de mayo y junio de 2005. Para ese momento, el porcentaje de parlamentarios que hacían pública su cuenta de correo había crecido significativamente hasta el 88,3 por ciento. La daban a conocer 538 de los 609 parlamentarios que integran las dos cámaras. No obstante, el porcentaje de respuesta se estancó e incluso llegó a retroceder respecto a las mediciones anteriores. Sólo respondieron 106 de los parlamentarios (17,4 por ciento), un porcentaje inferior al registrado en 2001 (DADER, J. L. y CAMPOS, E. 2005: 115-125).

El estudio que se desarrolla en el presente trabajo de investigación parte de las bases establecidas por José Luis Dader para aplicarlas a un escenario distinto e inexplorado como es el caso del Parlamento Autonómico de la Comunidad Valenciana.

Además del contexto, la novedad también reside en la aportación de datos actualizados al conocimiento científico acerca de la utilización que los políticos realizan de las tecnologías de la información en su relación con la ciudadanía. Existe un vacío desde la última investigación de José Luis Dader en el año 2005 que este trabajo pretende cubrir con la generación de una nueva experiencia y su posterior análisis y evaluación.

### 3.4. LUCES Y SOMBRAS EN EL USO POLÍTICO DE INTERNET

Este apartado intenta ofrecer la otra cara de la moneda sobre la aplicación de las tecnologías de la información a la política. Hasta el momento se habían repasado las potencialidades que abría internet en términos de democratización y de incorporación de la ciudadanía a la vida política a través de los medios telemáticos. Estas potencialidades, sin embargo, no están exentas de dificultades que complican en gran medida su realización. En su pretensión de abordar esas dificultades el presente apartado se centra, en primer lugar, en las desigualdades de acceso a las tecnologías de la información. La brecha digital aparece en este punto como un condicionante negativo que barra el paso para la obtención plena de los beneficios de la democracia electrónica (CASTELLS, M. 2001: 275; CARRACEDO, J. D. 2002: 48-50; GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 97).

A continuación, el punto de atención se centra en lo que algunos autores identifican como la existencia de una brecha educativa en la participación democrática. Sin llegar a poner en duda la apertura de la participación ciudadana que trae consigo internet, este grupo de autores se centra en analizar la calidad de esa participación. Su análisis parte del punto de vista según el cual no todos los ciudadanos están preparados para tomar parte del proceso democrático, a partir de lo cual mencionan una serie de efectos negativos para la calidad de la democracia (SARTORI, G. 1998: 128-129; SANMARTÍ, J. 2003: 106).

La calidad del debate democrático electrónico también se analiza desde un punto de vista crítico a través de las propias características intrínsecas que aporta internet, y que priorizan la inmediatez y la instantaneidad frente a la reflexión, la pausa y el sosiego clásicos del debate parlamentario (COTARELO, R. 2002: 9-10; WILHELM, A. 2000: 86-104).

Finalmente, y con la intención de extender el marco de estudio acerca de las luces y sombras en el uso político de internet, el apartado se cierra con referencias a aquellos autores que ven problemas y dificultades más allá de los efectos de la brecha digital o de las dudas acerca de la calidad de la participación electrónica. Entre ellas se repasan los desequilibrios asociados a la interactividad en la relación directa entre políticos y ciudadanos, y los peligros derivados de la ausencia de territorialidad de internet en el proceso de toma de decisiones (SAMPEDRO, V. 2000: 188; MAZZOLENI, G. 2001: 37).

### 3.4.1. La desigualdad en el acceso a las nuevas tecnologías: un elemento de exclusión

La irrupción de cualquier nueva tecnología en la sociedad exige un estudio detallado sobre sus posibles efectos y consecuencias. El análisis se vuelve todavía más necesario si se trata de innovaciones capaces de introducir cambios significativos en determinadas pautas de actuación y comportamiento establecidas. Conviene conocer su impacto social a medio y largo plazo pero, especialmente, se necesita averiguar cómo va afectar a la vida diaria de las personas e instituciones que garantizan su convivencia. Carracedo sostiene que, al igual que sucede en la construcción de las grandes infraestructuras, deberían existir «estudios de impacto ambiental» que analicen las perspectivas que abren o cierran la aplicación de las innovaciones tecnológicas. El autor lo cree necesario porque «todo avance tecnológico no es socialmente positivo de forma automática» (CARRACEDO, J. D. 2002: 46).

El análisis sobre el impacto social de las tecnologías de la información en la democracia en general, y en la vida política en particular, debe partir de un punto de observación holístico. Debe aportar información sobre las ventajas y beneficios que introduce en el sistema, pero también está obligado a detenerse en los peligros o limitaciones que encierra. Barber lo considera imprescindible a causa de la velocidad a la que avanza la tecnología. Este ritmo frenético ha provocado, en su opinión, que el impacto negativo de la tecnología sobre la democracia haya pasado prácticamente desapercibido. Barber lo considera un error y advierte que «enlazar directamente las nuevas tecnologías con la democracia es peligroso sino enteramente falso» (BARBER, B. 1998: 73).

Para García Costa, los miedos de Barber se justifican en las múltiples posibilidades inéditas que la realidad electrónica ha abierto en el escenario de la democracia. Por ese motivo, recomienda acercarse al objeto de estudio con cautela y detalle. Existe una necesidad de adaptar las formas tradicionales de democracia representativa a las posibilidades que abre la participación electrónica, pero ese proceso debe partir, en primer lugar, del reconocimiento de una serie de limitaciones existentes (GARCÍA COSTA, F. M. 2007: 4-6).

Una de esas limitaciones a las que se refiere García Costa apunta a la desigualdad que genera el acceso a las nuevas tecnologías dentro de la sociedad. Castells alude a ella con el nombre de «divisorio digital» y recuerda, a la hora de definirla, que «la centralidad de internet en muchas áreas de la actividad social, económica y política se convierte en marginalidad para aquellos que tienen un acceso limitado a la red, así como para los que son incapaces de sacarle partido» (CASTELLS, M. 2001: 275).

Otros autores como Norris optan por el término «digital divide» (brecha digital o división digital) (NORRIS, P. 2001: 1), mientras que Carracedo prefiere la denominación de «estratificación digital». Sus consecuencias introducen una desigualdad

en la sociedad de la información y, en particular, en las posibilidades de una democracia basada en una intervención permanente de los ciudadanos a través de medios telemáticos. Para que esta democracia sea realizable la sociedad debería contar con las mismas oportunidades y con un pleno acceso a internet por parte de todos sus integrantes (CARRACEDO, J. D. 2002: 48-50).

Carracedo pone el punto de mira en las diferencias que generan los avances tecnológicos y su posterior desarrollo en cuanto al uso político de las nuevas tecnologías. En este punto, Gómez Fernández aporta una reflexión interesante cuando señala la aparente paradoja que enfrenta a las nuevas tecnologías con la comunicación política. Recuerda que la comunicación política es fundamentalmente masiva, mientras que las nuevas tecnologías parten de una capacidad para influir en segmentos de población limitados (GÓMEZ FERNÁNDEZ, P. 1999: 97).

Este carácter restringido de las TIC en cuanto al acceso de la población representa un riesgo para Rubio, que advierte de los peligros de confiar en una democracia electrónica dentro de una sociedad en la que una parte significativa de la población no tiene acceso a las herramientas que la hacen posible. Así, señala que «la democracia directa en una sociedad altamente tecnificada podría derivar en una tecnología totalitaria». La democracia directa a la que se refiere el autor en esta reflexión es aquella que permite la participación de los ciudadanos en la vida política a través de la aportación de opiniones, comentarios y el establecimiento de un diálogo interactivo con los representantes políticos a través de internet. Por ello, añade que «la democracia de la ciudad ateniense no es extrapolable a la ciudad, a la aldea global, entre otras muchas razones porque el acceso a la información y, sobre todo, su control y difusión, no se producen de la misma manera» (RUBIO, R. 2000: 290).

Hasta este punto se ha introducido el concepto de brecha digital y se han avanzado algunas de sus consecuencias negativas en la consecución de una democracia basada en la participación de los ciudadanos en la vida política a través de medios electrónicos. Ahora bien, conviene preguntarse en qué cifras se basan los autores para referirse a esa brecha digital ¿Cuál es su dimensión? ¿Cuál es su tamaño? Según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio referidos a España, el 64,5 por ciento de los individuos entre 16 y 74 años han accedido a internet en alguna ocasión, lo que supone un total de 22,3 millones de personas. Del total de personas que han utilizado internet en alguna ocasión, nueve de cada diez lo han hecho en el último mes (más de 20 millones). Esto representa cerca de un 60 por ciento respecto a toda la población de 16 a 74 años. Según estas cifras, los niveles de conexión de la sociedad española a internet crecen de forma paulatina año tras año. De hecho, entre 2005 y 2009 el número de internautas españoles creció en más de 14 puntos, pasando del 50,4 al 64,5 por ciento de la población española entre 16 y 74 años. A pesar de este crecimiento constante, a la altura del año 2009 el 35,5 por ciento de la población española nunca ha utilizado internet (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009a: 4-8).

Ese 35,5 por ciento de ciudadanos que nunca se ha conectado a la red representan la dimensión de la brecha digital en España. Se trata de un conjunto de población que queda fuera de todas las potencialidades que introducen los usos de internet en la política. Como se verá más adelante en este apartado, la brecha digital presenta particularidades ya que los niveles de acceso presentan diferencias notables en cuanto a la edad, nivel educativo y nivel socioeconómico de los ciudadanos.

Estas cifras podrían encontrar acomodo en la clasificación que ofrecen autores como Wilhelm. Para él, la dimensión de la brecha digital se estructura a partir de la distancia de los ciudadanos de un centro que se podría considerar como perfectamente conectado con todos los resortes de las tecnologías de la información. Allí se encuentran aquellos usuarios que guían las fuerzas productivas y controlan los flujos de información. Ellos son los más activos en cuanto a la producción y difusión de contenidos en internet. A partir de ahí, los más alejados de ese centro son los que el autor llama «inmunes al progreso». Son aquellos que nunca han accedido a internet o que nunca han utilizado un ordenador. No poseen ningún privilegio en términos de estatus socioeconómico, capacidad técnica o posesión de antecedentes en cuanto a práctica o talento.

A continuación se encuentran aquellos que tienen un «acceso periférico» a las tecnologías de la información. Si acceden a internet lo hacen desde el trabajo o desde algún lugar público. En casa puede que dispongan de un ordenador pero no poseen conexión a internet.

Por último se sitúan los «usuarios periféricos» que son, a su vez, los más cercanos al centro. Tienen conexión a internet en casa, pero no son productores de ningún contenido o conocimiento que después incorporan a la red. El uso que hacen de internet es el básico para cubrir sus necesidades y eso es, precisamente, aquello que les diferencia de los que ocupan el centro (WILHELM, A. 2000: 73-76).

En cualquier caso, el análisis de la brecha digital en cualquiera de los apartados de la sociedad de la información debe partir del reconocimiento de una serie de condicionantes. En primer lugar, conviene no olvidar que se trata de un fenómeno sometido a constantes cambios. El mapa del acceso de la población a internet se modifica continuamente a causa de las transformaciones sociales que se producen. Tal como se ha visto anteriormente con los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España, los niveles de conexión a internet pueden presentar diferencias considerables en un período de tiempo relativamente corto. Además, existen diferencias importantes entre países, que impiden establecer generalizaciones a la hora de ofrecer una radiografía única sobre el acceso de internet en el mundo.

A partir de estas consideraciones, Norris trata de reflexionar sobre la posible disminución en la existencia de la brecha digital. La autora recuerda que el teléfono tardó 75 años en alcanzar los 50 millones de usuarios en todo el mundo.

A la televisión le costó 13 años, pero internet sólo ha necesitado cuatro años para alcanzar el mismo número de usuarios. Según ella, todas las innovaciones tecnológicas previas siguieron una tendencia en forma de «S». Esta tendencia está caracterizada por un lento período de adopción inicial, seguido por un significativo avance cuando los costes bajan, y una contención de la demanda en su fase final. Hasta el momento, internet ha seguido el mismo patrón aunque todavía está por ver si esa curva tocará fondo cuando sea capaz de alcanzar unos niveles de penetración cercanos al 90 por ciento como los que posee la televisión. Esta forma de pensar es la que acompaña a los llamados «ciber-optimistas», que son aquellos que consideran que el acceso de la sociedad a internet camina hacia la normalización. Para ellos, el período de adaptación al nuevo medio ha producido desigualdades sociales. No obstante confían que, al igual que sucedió con la televisión o el teléfono, esa brecha se cerrará con el paso del tiempo. Frente a ellos se sitúan los «ciber-pesimistas», que mantienen que la brecha digital no desaparecerá. Muy al contrario, las desigualdades que genera se consolidarán porque la expansión de las tecnologías de la información reforzará el papel social y económico de aquellos individuos con acceso a ellas (NORRIS, P. 2001: 1-9).

Si se traslada de nuevo el foco de atención hacia el uso político de las TIC se aprecia que el debate entre ciber-optimistas y ciber-pesimistas al cual se refería Norris apenas tiene incidencia. Los autores parten del reconocimiento de esa brecha digital en un intento de alertar acerca de sus consecuencias y, por ende, de las limitaciones que ofrece una democracia basada en la participación electrónica de los ciudadanos. García Costa asegura que «la inexistencia de un acceso equitativo de todos los ciudadanos a estos foros hace que no se les pueda exigir la obligación a las administraciones para que dispongan de medios necesarios para hacer reales y eficaces las posibilidades de las TIC». Por ello, considera conveniente, pero no obligado, que las TIC se estructuren como nuevo cauce de comunicación entre políticos y ciudadanos (GARCÍA COSTA, F. M. 2007: 17).

Para Serra Giménez, la ausencia de un acceso equitativo a internet convierte en irreales a los mecanismos de participación democráticos que tienen como escenario la red. La participación a través de medios telemáticos no es representativa porque choca con un sector de la población que, a causa de su falta de conexión a esos medios, queda incapacitado para emitir su opinión. En consecuencia, estaríamos hablando de una democracia que falsea los resultados, ya que sólo sirve para acceder a las preocupaciones de algunos ciudadanos y a su opinión acerca de algunos problemas (SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 117-125). Subirats alude a esa supuesta falta de representatividad cuando asegura que los ciudadanos potencialmente capacitados o dispuestos a participar acaban constituyendo una «pequeña minoría que siempre está presente, pero que difícilmente podemos aceptar que represente al conjunto de la ciudadanía» (SUBIRATS, J. 2001: 38).

La brecha digital o divisoria digital es interpretada, en este contexto, como la situación generada por la desigualdad existente en los niveles de conexión de

la población a internet. Este marco de interpretación, sin embargo, se expande cuando repasamos los argumentos de autores como Barber, que definen la brecha digital en una doble dimensión: representa la desigualdad en el acceso equitativo de la población a internet, pero también refleja las diferencias existentes en cuanto a la producción de contenidos en la red. Es decir, a pesar de la supuesta libertad para crear y difundir contenidos, aquellos que realmente tienen la capacidad para emitir desde plataformas representativas constituyen un grupo más bien reducido.

Lo que pretende Barber con su reflexión es alertar del peligro para internet de caer en la mercantilización y en la privatización, tal como ha ocurrido con la televisión o con la industria editorial. «Una sociedad dominada por la ideología de la privatización engendrará una internet privatizada» (BARBER, B. 1998: 76). El mismo proceso de concentración que en su día afectó a los medios de comunicación de masas se está repitiendo con internet, donde la producción de contenidos está quedando cada vez más reducida en manos de un pequeño grupo de empresas. La consecuencia es la configuración de un monopolio con graves perjuicios para la diversidad. Barber alerta que la conducción del mercado digital bajo criterios mercantilistas instaura un régimen dominado por directrices exclusivamente económicas. En ese mercado se prioriza la producción de contenidos que puedan traducirse en un resultado de beneficios económicos y se rechazan aquellos que no se someten a criterios de rentabilidad. Los más perjudicados en ese escenario mercantilista son los integrantes de lo que Barber llama el «tercer sector», es decir todos aquellos que no se acercan a internet con intenciones especulativas. Dentro de este tercer sector se ubicarían aquellos que confían en la capacidad de internet para motivar la participación democrática de la ciudadanía y para construir una relación interactiva entre ciudadanos y representantes políticos.

Para el autor, la tecnología sólo puede ayudar a la democracia si está preparada para ello. La brecha digital puede cerrarse a medida que las generaciones de nativos digitales vayan haciéndose mayores y tomando el control de las diferentes parcelas de la sociedad. Sin embargo, la más problemática para el autor es la brecha relacionada con la producción de los contenidos, que apunta a la concentración futura y a una supervivencia basada en criterios de rentabilidad económica. En ese escenario, el potencial revitalizador que las tecnologías de la información pueden aportar a la democracia se diluye. «La tecnología puede ayudar a la democracia, pero sólo si está programada para hacerlo. Abandonada al mercado es probable que reproduzca los mismos vicios de la política». Para Barber, la tecnología generada por el mercado no puede, por sí misma y en ausencia de voluntad humana y cooperación política, producir libertad, responsabilidad y ciudadanía. «El alfabetismo electrónico –apunta el autor– no puede existir independientemente del alfabetismo educacional». Internet contiene potencial democratizador, pero se necesita voluntad por parte de las instituciones públicas y privadas para que esas capacidades emerjan y sean empleadas de una forma efectiva (BARBER, B. 1998: 76-91).

Lo que Barber está haciendo es advertir de la brecha digital generada por la privatización de la información y la producción de los contenidos en internet. Tal como se ha visto, el autor aborda el problema desde el punto de vista de la mercantilización del mercado digital, un concepto que también se encuentra en la obra de Carracedo, aunque desde una perspectiva diferente. Para este último autor, las políticas destinadas a corregir la incidencia de la brecha digital en la sociedad han adolecido de un error: han estado marcadas por tendencias mercantilistas, según las cuales la solución se encuentra en la venta masiva de ordenadores y de conexiones a internet. Tal como señala el autor, «el incremento en la adquisición de ordenadores no conlleva necesariamente un incremento en su uso» (CARRACEDO, J. D. 2002: 50-54). Carracedo se pregunta si la condición de internauta la determina la simple posesión de una conexión a la red o el tipo de uso que se realiza del ciberespacio. Desde ese punto de vista, no se puede encuadrar en la misma categoría de internautas a aquellos que cotidianamente emplean herramientas que les permitan realizar videoconferencias, descargas de archivos o subir contenidos a la red frente a aquellos que puntualmente consultan aplicaciones como el correo electrónico o la lectura de las ediciones digitales de los periódicos.

Su puntualización es básica si se quiere medir con precisión la dimensión de la brecha digital en la sociedad. De este modo, su argumentación apunta a la necesidad de evaluarla en función del uso que los ciudadanos realizan de internet en su vida diaria. Es por ello que, tal como se apuntaba anteriormente, el autor prefiere utilizar el término «estratificación digital» porque «una primera diferencia radica en reconocer que no hay una única división, una única brecha que divida a la sociedad en analfabetos informáticos y aquellos que saben usar las tecnologías de la información y la comunicación, sino varias divisiones y brechas». Así, la infraestructura de entrada a la red y la adquisición de contenidos se produce en función de una serie de variables que determinan la dimensión y la profundidad de la brecha digital: la clase social, el género, la edad, el nivel educativo, la etnia o el idioma (CARRACEDO, J. D. 2002: 50-54).

Castells coincide con este diagnóstico cuando define lo que él considera las «dimensiones de la divisoria digital». Para él existe una divisoria marcada por la clase social, según la cual la población con menores niveles de ingresos presenta niveles de conexión a internet más bajos. También influye la educación, ya que los individuos que poseen una licenciatura universitaria o estudios superiores presentan niveles de acceso más elevados que aquellos con estudios básicos o inexistentes. Existe, además, una división por edades, según la cual las generaciones de individuos más ancianos presentan dificultades en cuanto al acceso a la red. Por último, Castells menciona la existencia de una brecha étnica, con mayor incidencia en países como Reino Unido, Francia o Estados Unidos. En este último país, Castells constata diferencias de acceso entre blancos y afroamericanos (CASTELLS, M. 2001: 276-281).



Si el objeto de estudio se centra en el caso español se comprueba la presencia real de las dimensiones de la divisoria digital que señala Castells. Según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio referidos a 2009, las diferencias por edad, aunque han disminuido en el último año, siguen siendo «notorias». Mientras que entre las personas más mayores (de 65 a 74 años) el porcentaje de internautas es del 13,4 por ciento, entre los más jóvenes (de 16 a 24 años) este porcentaje se multiplica por siete, alcanzando el 95,2 por ciento. Las diferencias, además, se incrementan si se tiene en cuenta los internautas que accedieron en el último mes y los que acceden todas las semanas. Nueve de cada diez personas entre 16 y 24 años se conectaron en el último mes frente a una de cada diez entre el grupo de 65 a 74 años. Los datos también reflejan la resistencia a las nuevas tecnologías que presentan los ciudadanos más mayores. De hecho, entre 2005 y 2009 el porcentaje de internautas que tienen entre 45 y 54 años ha pasado del 37,8 por ciento al 60 por ciento, es decir, ha crecido en casi 23 puntos de diferencia. En cambio, durante el mismo período, el porcentaje de internautas entre 65 y 74 años apenas ha subido en 8 puntos, pasando del 5,2 por ciento al 13,4 por ciento. De la misma manera, el porcentaje de los que acceden a internet semanalmente ha crecido del 61,9 al 86 por ciento entre los individuos de 16 a 24 años. Por el contrario, entre los individuos de 65 a 74 años el mismo porcentaje ha aumentado en tan solo seis puntos, pasando del 3 por ciento al 9,3 por ciento entre 2005 y 2009.

Las diferencias en cuanto al sexo parecen estar más equilibradas. En 2009 había un 57,9 por ciento de los hombres se conectaba semanalmente a la red frente al 49,3 por ciento de las mujeres. Lo mismo ocurre con el tamaño del hábitat de residencia, donde casi tres cuartas partes (73,7 por ciento) de los habitantes de grandes capitales (más de 500.000 habitantes) se han conectado a internet en alguna ocasión, frente al 55 por ciento de las personas que residen en municipios pequeños (menos de 10.000 habitantes).

Las cifras varían considerablemente si se tienen en cuenta otros parámetros. En 2009, el 64,1 por ciento de los habitantes de las grandes capitales de provincia se conectaba a internet semanalmente, casi 20 puntos por encima de los que lo hacían en los municipios más pequeños (42,3 por ciento). A pesar de esta diferencia, el tamaño del hábitat de residencia no resulta decisivo en cuanto al uso de internet que hacen los individuos, según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

No sucede lo mismo si se tiene en cuenta el nivel de estudios, una variable que, junto con la edad, resulta determinante a la hora de analizar el acceso de la población española a internet. El 99 por ciento de los estudiantes han accedido a internet en alguna ocasión y más del 95 por ciento se conecta todas las semanas. Los colectivos más alejados de la red, en cambio, están formados por las personas dedicadas a las labores del hogar y los pensionistas, ya que apenas el 30 y el 20 por ciento, respectivamente, se han conectado alguna vez.

Entre los que tienen estudios terminados, el porcentaje de conexión es mayor en los que poseen estudios universitarios, Formación Profesional de Grado Superior y segunda etapa de Educación Secundaria. El 94,5 por ciento de los estudiantes universitarios se ha conectado a internet en alguna ocasión, frente al 21 por ciento de los que poseen estudios de Educación Primaria. Las distancias también se mantienen en cuanto a las cifras de acceso semanal. El 88,3 por ciento de los estudiantes universitarios acceden a internet todas las semanas, un porcentaje que se sitúa en el 77,8 por ciento para los que poseen el título de Formación Profesional de Grado Superior. En el otro extremo se ubican aquellos que han cursado estudios hasta el nivel de Educación Primaria (sólo el 13,2 por ciento accede a internet semanalmente) y aquellos que han cursado hasta la primera etapa de la Educación Secundaria (el 45,2 por ciento accede a internet semanalmente).

Los patrones de evolución en el tiempo de unos y otros son distintos, con incrementos mucho más pronunciados para aquellos que tienen estudios de nivel superior. Entre 2005 y 2009, el porcentaje de los que acceden a internet semanalmente entre los universitarios ha pasado del 76,8 al 88,3 por ciento, con una distancia de 12 puntos entre los dos extremos. El incremento es todavía mayor para los de Formación Profesional de Grado Superior, que pasan del 54 por ciento al 77,8 por ciento en los últimos cinco años. Por el contrario, el incremento en la conexión semanal entre aquellos que poseen estudios de Educación Primaria apenas ha crecido 9 puntos en los últimos 5 años, pasando del 4,6 por ciento al 13,2 por ciento (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009a: 9-22).

Carracedo también constata la existencia de diferencias de conexión entre gente con pocos ingresos y bajo nivel educativo. Estos sectores más marginales de la sociedad hacen un uso más pasivo de los contenidos que ofrece internet. Según el autor, se sitúan frente al ordenador «como si fuera una especie de avanzada televisión o consola de videojuegos». Al otro lado se ubican, aquellos sectores de la población con grandes ingresos y altos niveles de educación, que harán uso de los contenidos más caros y avanzados que ofrece la red. Carracedo incluye la participación política dentro de estos contenidos avanzados y advierte que, a causa de la existencia de las desigualdades de acceso en función de los ingresos o del nivel educativo, sólo una parte de la población utilizará la red como canal de participación cívica. «Este planteamiento tiene unas repercusiones alarmantes y en lo que se refiere a las hipotéticas diferentes posibilidades de participación política a través del ciberespacio» (CARRACEDO, J. D. 2005: 22).

Las cifras anteriores confirman la existencia de una desigualdad en el acceso a internet en función del nivel de estudios y de formación académica de los individuos. Se crea una especie de brecha educativa que establece una separación entre aquellos que poseen estudios superiores y aquellos que sólo han completado las primeras etapas de la educación obligatoria. La presencia de esta brecha educativa en el contexto digital enlaza con lo que ya apuntaban algunos autores como Wuthnow en el terreno asociativo. Para él existe una relación directa entre

el nivel educativo de la población y su capacidad para participar en actividades cívicas. De hecho, el descenso en la afiliación asociativa que se registra en Estados Unidos entre 1974 y 1991 se explica, según el autor, a causa de la existencia de esta brecha educativa, que deja fuera del sistema a aquellos que no poseen las cualidades ni la formación para participar en una actividad para la que se requiere el aporte de ciertas dosis de formación, cultura o intelecto. «Para participar en algunas organizaciones se requiere de un considerable capital cultural que depende, en gran medida, de lo que la gente aporta. El aumento de los niveles educativos de los últimos 50 años no deja de ser un importante factor que podría haber introducido en las organizaciones normas implícitas que excluyen, sin pretenderlo, a miembros potenciales carentes del tipo cultural asociado a una educación superior» (WUTHNOW, R. 2003: 576-578). Para Wuthnow, la práctica totalidad en el descenso de afiliaciones asociativas se da entre los sectores más marginales de la población, y no entre las capas más privilegiadas o entre los que poseen mayor nivel de estudios. Eso significa que el sistema deja fuera a una parte de la población que no está preparada para tomar parte en aquellas actividades para las que se requieren ciertas habilidades, conocimientos o comportamientos adquiridos en una etapa de formación académica superior.

La existencia de esta brecha educativa en el terreno asociativo se reproduce en el escenario digital y, más en concreto, en la participación democrática de la ciudadanía a través de internet. El capital cultural e intelectual necesario para tomar parte en el proceso deja fuera del sistema a aquellos que no están capacitados para ello. Para algunos autores es absurdo pensar en los beneficios de una sociedad que participa continuamente en la vida política a través de internet cuando se tiene constancia que muchos ciudadanos no están preparados para hacerlo. Es decir, no poseen ni el interés, ni los conocimientos, ni la formación necesaria para que las opiniones que aportan en ese proceso de democracia electrónica resulten efectivamente válidas. En palabras de Sartori, no tiene sentido distribuir permisos de conducir «sin preguntar si las personas saben conducir» (SARTORI, G. 1998: 132). Sartori insiste que para avanzar en una democracia electrónica se necesita que el número de personas informadas aumente, así como el conocimiento y el entendimiento de estos participantes. Si se quiere tener en cuenta esta participación por medios telemáticos, además de construir una relación permanente entre ciudadanos y representantes políticos, es necesario contar con ciudadanos competentes, no sólo en el manejo de las nuevas tecnologías, sino también en todas las parcelas del conocimiento y la realidad sobre las que se sustenta la democracia. De lo contrario, las opiniones y los argumentos que surjan de esa interacción no poseerán ningún contenido que poder aportar al debate reflexivo y argumentado que debe acompañar a todo proceso democrático. Tal como señala Sartori, «a cada incremento de demopoder debería corresponderle un incremento de demo-saber. De otro modo, la democracia se convierte en un sistema en el que son los más incompetentes los que deciden» (SARTORI, G. 1998: 128-129).

Sartori coincide con Sanmartí cuando recela de las posibilidades de una democracia basada en una mayor participación de la ciudadanía a través de las nuevas tecnologías. El sistema despierta dudas en el autor ya que «sin pretenderlo se favorecería el control individual de los ciudadanos mal informados y carentes de procesos de reflexión permanentes» (SANMARTÍ, J. 2003: 106).

Para Pérez, el principal problema sobreviene ante situaciones de crisis que exigen la toma de decisiones urgentes y, a veces, impopulares. ¿Qué hacer en esos casos? ¿Deben los partidos conformarse con registrar las preferencias de la ciudadanía y actuar en consecuencia? Si fuese así, el ejercicio de gobierno se convertiría en una gran encuesta permanente sobre qué hacer y cómo actuar en cada caso. Ante un conflicto diplomático con un país vecino bastaría con abrir los canales telemáticos, escuchar las opiniones y las posturas que los individuos hacen llegar al Gobierno a través de internet, y actuar en función de esa voluntad popular. La respuesta ante este nuevo escenario no es sencilla, ya que abre la puerta a que la calidad de la democracia dependa de su capacidad para recoger y dar respuesta a esa voluntad popular (PÉREZ, D. 2003: 61-62). Quizá por ello, otros autores como Serra Giménez apuestan por una convivencia entre ambas clases de democracia, es decir, entre la democracia representativa actual y la democracia electrónica. Su postura es mucho menos tajante en ese sentido. Estima que la existencia de mecanismos telemáticos que hacen posible la participación ciudadana en la vida política a través de internet no debe llevar a la imposición directa de una democracia de signo plebiscitario. Para él se trataría de reservar los mecanismos de la participación electrónica en la vida política para ciertas ocasiones puntuales «Del mismo modo que en las democracias representativas se han reservado determinados espacios para aquellos casos en que se estima conveniente recurrir a la democracia directa, en un sistema que retome mecanismos de la democracia directa se puede reservar, para decisiones que requieran una especial reflexión, un espacio para la democracia representativa» (SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 119).

Para Golding y Monk se trata de una cuestión relacionada con la educación que cada uno ha adquirido, además de la información con la que se cuenta, para ejercer el papel de ciudadanos en la sociedad democrática. En una situación ideal, cada persona lee, ve o escucha la información que necesita para después ejercer sus derechos y deberes como ciudadano. No obstante, esta situación ideal olvida que no todos los individuos tienen el acceso a los recursos necesarios para tomar parte de ese proceso. «Si a la gente no se le proporcionó el capital cultural necesario para hacer pleno uso de la información política su potencial como ciudadano puede ser truncado. Lógicamente, el Estado podría sugerir que sin tales habilidades no se les debería otorgar plenos derechos como ciudadanos» (GOLDING, P. y MONK, W. 1995: 36).

La existencia de esta brecha educativa situaría a los gobiernos y a los partidos políticos ante una encrucijada. La aparición de internet permite mantener una relación interactiva con la ciudadanía e incorporar sus opiniones y reflexiones al

proceso democrático. Esta participación en la vida política a través de medios telemáticos es enriquecedora para el propio debate democrático pero, especialmente, para la salud del sistema. Traslada a la ciudadanía un mensaje que le indica que sus opiniones sí se tienen en cuenta, y que su papel en el sistema va mucho más allá de la puntual emisión del voto cada cuatro años. La participación electrónica construye una relación política permanente que puede contribuir a mitigar la sensación de falta de confianza y de alejamiento de los ciudadanos respecto a las instituciones. Internet se interpreta de esta manera no como una solución definitiva, pero sí como un soplo de aire fresco para sacar a la democracia de la crisis en la que se encuentra. No obstante, y a la hora de la verdad, la realidad descubre a una parte de la sociedad que no tiene acceso a las herramientas que hacen posible esta participación electrónica y que, en muchas ocasiones, no posee ni los conocimientos ni la formación necesarios para participar. «Un diálogo entre millones de personas es simplemente absurdo, del mismo modo que es absurdo pensar que una persona puede dialogar sobre cualquier tema. El diálogo puede producirse entre un grupo limitado de personas que disponen de un mínimo de información e interés para hacerlo. Es decir, un conjunto de actores que para cada política concreta están interesados y dispuestos a participar» (GALLEGO, R. y BRUGUÉ, J. 2001: 48).

Esta falta de competencia del público para deliberar y tomar decisiones sobre asuntos complejos constituye, según Castells, la principal reticencia de los políticos para explotar las capacidades de participación electrónica a través de internet. El autor, en un ejercicio de empatía, se coloca en el costado de los partidos e instituciones para intentar entender las razones por las que participación electrónica ha contado con un impulso tan escaso por parte de los organismos oficiales. Castells considera que los partidos y los gobiernos sí han comprendido las utilidades y beneficios de internet en el proceso político. No obstante, estiman que los perjuicios son mayores que las ventajas que se podrían conseguir. Dejar decisiones importantes en manos de ciudadanos poco preparados para ese debate representaría un gasto innecesario de tiempo, además de un desgaste para los pilares de la democracia representativa actual (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 444).

La opinión de Castells, al igual que la del resto de autores que sintonizan con él, apunta que los mecanismos de participación electrónica en la vida política chocan con la limitación de la falta de preparación por parte de la ciudadanía. No se puede promover una democracia electrónica porque una parte de la ciudadanía no posee ni la formación ni los conocimientos para tomar parte de ese proceso de reflexión, debate y construcción democrática. Llegados a este punto, no obstante, convendría analizar esta cuestión desde el otro extremo. Esto llevaría a preguntarse sobre el interés y la implicación de la ciudadanía para participar en la vida política a través de internet. ¿Existe un interés y una voluntad real de los ciudadanos para explorar las herramientas telemáticas que le permiten establecer una relación permanente e interactiva con los representantes políticos? ¿Cuál es su grado de implicación con los mecanismos de la democracia electrónica? Es decir, puede

que no estén preparados, pero ¿están realmente interesados? En este sentido, los datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en España demuestran que el grado de implicación e interés es más bien bajo. Un 54,4 por ciento de los ciudadanos encuestados asegura que nunca accede a internet para obtener información acerca de la actualidad política, mientras que el 80,2 por ciento responde no a la pregunta de si alguna vez ha consultado la página web de algún partido político o candidato. Además, sólo un 4,6 por ciento de los encuestados asegura haber contactado con algún político o partido político a través de internet en los últimos tres meses. La gran mayoría, el 95,5 por ciento, no han hecho uso de ese canal de comunicación interactiva. La interactividad, en cambio, sí que fluye en otras direcciones. Así, el 28,8 por ciento afirma haberse puesto en contacto con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.) a través de la red, mientras que un 20 por ciento asegura escribir comentarios en foros, blogs o páginas web acerca de temas de actualidad, sociales o políticos (CIS, 2007).

Las cifras admiten varias interpretaciones, si bien es cierto que es necesario situarlas en el terreno adecuado. Conviene realizar esta puntualización porque los datos revelan que la interactividad entre políticos y ciudadanos tampoco existe fuera del escenario digital de internet. De hecho, ante la pregunta de si se ha intentado poner en contacto con algún diputado del Congreso y de la circunscripción o partido al que votó, el 94,4 por ciento de los encuestados contesta que no. Sólo responden afirmativamente un 5,3 por ciento. De los que sí han intentado ponerse en contacto con algún diputado de su partido o circunscripción el 40,2 por ciento lo hizo dirigiéndose a la sede del partido y contactando con él a través del mismo. Un 14,4 por ciento lo localizó por teléfono y sólo un 4,5 por ciento se dirigió personalmente al político en cuestión a través del correo electrónico. De todos los que lo intentaron, un 76,5 por ciento obtuvo respuesta y un 85,6 por ciento asegura que lo volvería a hacer (CIS, 2005).

Prieto advierte, en este sentido, de la existencia de una «falta de cultura participativa» dentro de la sociedad española. Los intentos de promover un mayor espíritu reivindicativo y de activar los canales de electrónicos para que los ciudadanos se dirijan directamente a los políticos chocan con un sector de la población que ha crecido con unas condiciones socio-económicas muy diferentes de las actuales. Por lo tanto, tal y como señala el autor, «el ejercicio de ciudadanía es un proceso que comienza a ser aprendido en España» (PRIETO, P. 2004: 24).

Esta baja intención de interactuar con los políticos que muestran los ciudadanos tampoco pasa desapercibida para Domingo. Para él «este hecho parece dar la razón a la tendencia de las webs electorales de primar la información por encima de la participación en su oferta de contenidos y servicios». A pesar de esto, el autor no se decanta totalmente por esta posibilidad y admite que parte del problema de la falta de implicación de los ciudadanos en la participación electrónica se encuentra en el costado de los partidos políticos, que no fomentan de manera suficiente o adecuada esa participación a través de los sitios web (DOMINGO, D. 2008: 321).

### 3.4.2. Información y entretenimiento frente a participación cívica: la brecha que no se cierra

Si se parte de la existencia de una brecha digital en cuanto al acceso de la población a las herramientas que proporciona internet, el siguiente paso consistiría en señalar qué puede pasar con ella en un futuro a corto y medio plazo. Es decir, se trataría de averiguar cuál es la tendencia que apunta esa brecha en cuanto a su posible expansión o, por el contrario, respecto a su hipotética disminución en los próximos años.

Los datos que aporta la Comisión Europea muestran una reducción paulatina de la brecha digital en los países de la Unión Europea. Para el caso particular de España, la Comisión puntualiza que «el desarrollo de la sociedad de la información en España está progresando, aunque todavía existe espacio para la mejora» (EUROPEAN COMMISSION, 2010: 56).

Según los indicadores que ofrece la Comisión Europea en su informe de 2010, el porcentaje de hogares españoles con conexión a internet ha pasado del 39 por ciento en 2006 al 54 por ciento en 2009. También han crecido considerablemente los internautas que realizan un uso regular o frecuente de internet, aunque en los tres casos se quedan por debajo de la media europea. Los indicadores muestran que las empresas están mejor conectadas a internet que los hogares. El 94 por ciento tenían acceso banda ancha en 2009, es decir, nueve puntos por encima de la media europea.

España también alcanza la media de los 27 en algunos de los principales indicadores que miden el desarrollo de la administración electrónica, con un 30 por ciento de la población que declara utilizar sus servicios. En cuanto al comercio electrónico, las cifras muestran una evolución positiva en todos los indicadores a lo largo de los últimos cuatro años, aunque en este caso el desarrollo es todavía menor entre los ciudadanos y las empresas. El porcentaje de población que compra bienes y servicios ha pasado del 15 al 23 por ciento, mientras que el porcentaje de aquellos que los venden crece del 3 al 4 por ciento de la población. También muestra una evolución positiva el porcentaje de empresas que venden o compran a través de internet, aunque en este caso los indicadores vuelven a quedar por debajo de la media europea. La Comisión Europea atribuye estos resultados a la inversión efectuada por el Gobierno en el Plan Avanza, que «ha provocado un cambio de mentalidad entre los ciudadanos españoles y las empresas, de forma que las tecnologías de la información y la comunicación han pasado a ser consideradas como cruciales para el desarrollo» (EUROPEAN COMMISSION, 2010: 56).

A pesar de la evolución positiva que ha registrado España en los últimos cuatro años, su situación todavía queda lejos del perfil que presentan países como Suecia, al que la Comisión Europea considera como «uno de los mejores países de Europa en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, que realiza un progreso consistente hacia su sostenible y total incorporación a la sociedad de la

información». Suecia supera la media de la Unión Europea en todos los indicadores que miden el desarrollo de la sociedad de la información y su competitividad en la Europa digital. Un 86 por ciento de los hogares tiene acceso a internet, con un 73 por ciento de la población considerada como usuaria frecuente del medio (acceden a la red todos o casi todos los días). El porcentaje de población que nunca ha accedido a la red es tan solo del 7 por ciento. En Suecia, el 92 por ciento de los servicios públicos básicos de la Administración para los ciudadanos están disponibles en internet y un 63 por ciento de la población compra bienes y servicios a través de la red, un porcentaje que para el caso de las empresas se sitúa en el 48 por ciento (EUROPEAN COMMISSION, 2010: 58-59).

El análisis de los indicadores muestra que los 27 estados miembros de la Unión Europea se incorporan a la sociedad de la información de forma progresiva, aunque con una velocidad diferente en función de cada país. Las cifras sostienen la argumentación de Castells, quien apunta al cierre paulatino de la brecha digital en los países del mundo desarrollado. El autor asegura que la mejora en los porcentajes de conexión de los individuos, tal como ha sucedido en los últimos cuatro años, irá seguida de una desaparición gradual de las diferencias de acceso que existen en función de la edad, el nivel económico o el nivel educativo de los individuos. No ocurre lo mismo con lo que Castells define como la «divisoria digital global» que indica las diferencias que existen entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo en cuanto a la penetración de internet. Las bajas tasas de acceso que muestran regiones del planeta como África, Oriente Medio o algunas zonas de Sudamérica sitúan a esta parte del planeta ante una «contradicción». Según Castells, «el hecho de estar desconectados o superficialmente conectados a internet supone la marginación del sistema reticular global. El desarrollo sin internet sería equivalente a la industrialización sin electricidad durante la era industrial» (CASTELLS, M. 2001: 289).

Las desigualdades en este punto se aprecian con mayor claridad si se compara el número de usuarios de internet en el mundo en función de cada una de las regiones. En 2009 había en todo el planeta 1.800 millones de usuarios de internet. De ellos, 764 se concentraban en la región de Asia-Pacífico, y casi 426 en Europa. El continente Africano y la región de Oriente Medio apenas contaban con 144 millones de usuarios, mientras que 187 millones de internautas vivían en América Latina. Como se aprecia en las cifras, las distancias en esa divisoria digital global a la que alude Castells son considerables. La región de Asia-Pacífico reúne al 42 por ciento de los internautas mundiales, mientras que en América Latina se concentran apenas el 10 por ciento (FUNDACIÓN ORANGE, 2010: 20).

La argumentación de Castells es compartida por Norris, quien apunta al cierre gradual de la brecha digital a medida que las generaciones de nativos digitales se hacen mayores y toman el control de la sociedad. Norris asume que los recursos económicos y educativos juegan un papel importante a la hora de permitir el acceso a internet. No obstante, la motivación y el interés personal de cada individuo son cruciales para entender qué hace la gente en internet cada vez que se conecta.



Esto explica la presencia de otra brecha que, lejos de cerrarse, se expande para constituir lo que la autora denomina «democratic divide» (brecha o separación democrática). Esta brecha establece una separación entre aquellos que utilizan internet para su ocio y entretenimiento frente aquellos que la emplean para movilizarse y participar en los asuntos de la vida pública. Norris lo resume en la teoría del «virtuous circle» (círculo virtuoso) según la cual internet refuerza la motivación y la implicación de aquellos individuos interesados en la participación en la vida política. Los que ya están comprometidos utilizarán la red para buscar mayor cantidad y calidad de información sobre política, acceder a foros de contenido político, visitar webs de los candidatos, comunicarse con los diputados a través del correo electrónico y aumentar su conocimiento sobre los asuntos públicos. Sin embargo, y de la misma manera que internet refuerza el compromiso de aquellos que ya están comprometidos con la participación en la vida política, la red también fortalece la actitud de aquellos individuos alejados e inmunes a la participación democrática. Este grupo no accederá a internet en busca de información política. Muy al contrario, preferirá las alternativas de ocio y entretenimiento que le ofrece la red. En el caso de encontrar plataformas que ofrezcan la posibilidad de tomar parte en la vida política, los integrantes de este grupo no confiarán en ellas o apenas les prestarán atención (NORRIS, P. 2001: 7-10).

Lo que Norris pretende explicar con esta teoría es que internet no sirve para movilizar a aquellos individuos apáticos, desinteresados o desencantados con la actividad política. Los que acceden a la red en busca de ocio, entretenimiento, viajes, juegos, películas o música continuarán haciéndolo, con unos patrones de comportamiento todavía más acentuados. Internet sólo movilizará a aquellos que, fuera del terreno on-line, ya estaban interesados en incorporar su participación a la vida política y a la gestión de los asuntos públicos. «Si los activos son más activados por la comunicación política, ¿por qué los apáticos no son igualmente reforzados? La respuesta más simple sería que aquellos menos comprometidos en temas políticos están inmunizados contra las influencias de los mensajes de los medios. Primero, aquellos que están menos interesados y encuentran noticias políticas es más probable que apaguen el televisor, cambien de canal o de página web. Segundo, aquellos que continúen leyendo o viendo el televisor puede que lo hagan por rutina. [...] Por último, aunque le presten atención, los desconectados no considerarán las noticias políticas como creíbles, porque la confianza en las noticias y en el Gobierno van de la mano» (NORRIS, P. 2000: 317).

La visión de la autora choca con la interpretación de aquellos autores que veían en las tecnologías de la información una oportunidad para revitalizar la democracia a través de la participación ciudadana en la vida política y a través de la construcción de una relación permanente e interactiva entre políticos y ciudadanos (COLEMAN, S. *et al.* 1999: 142; DADER, J. L. 2003: 311-316; MUÑOZ ALONSO, A. 1999: 31; SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 115; TRIPPI, J. 2008: 227; HARFOUSH, R. 2010: 15). Para Norris, sólo aquellos que están realmente interesados en vida política harán uso de las

herramientas que les ofrece internet para participar en los procesos democráticos y mantener una relación interactiva con los representantes políticos. El resto no se sentirán atraídos por estas potencialidades y continuarán acercándose a la red como una fuente de ocio y entretenimiento personal.

Un repaso por el mapa de actividades que realizan los internautas en España confirma la existencia de esa brecha o separación democrática a la que alude Norris. Internet se posiciona preferentemente como un espacio de comunicación, especialmente a través del correo electrónico. Según la Fundación BBVA, esta herramienta la utilizan el 87,9 por ciento de internautas, mientras que el 47,4 por ciento declara usar los servicios de mensajería instantánea. Otras herramientas como los foros de discusión o las listas de correo o distribución tienen menor peso en el mapa de actividades de los usuarios. Las utilizan el 12,8 por ciento y el 7,6 por ciento de los internautas. Internet también se consolida como un espacio de información. La amplia mayoría de los usuarios, el 82 por ciento, accede a internet para buscar información, mientras que el 46,7 por ciento lo hace interesado por la lectura de noticias o periódicos. Por otra parte, la articulación de la red como espacio de ocio y entretenimiento asume cada vez mayor presencia dentro del mapa de actividades, especialmente a través de la descarga de música y películas. El 52,9 por ciento de los internautas accede a la red para descargar música, mientras que el 44 por ciento se acerca a ella para la descarga de películas y vídeos. En total, el 63 por ciento de los internautas ha realizado al menos una de las actividades relacionadas con el ocio: descarga de música o películas, juegos en red, ver televisión o escuchar la radio por internet. El porcentaje es 10 puntos superior al que se registraba en el año 2005. Por último, las actividades relacionadas con los servicios y las compras ocupan la parte baja del mapa. Un 24,4 por ciento de los internautas realiza consultas y transacciones bancarias. A su lado, hay un 20 por ciento de los usuarios que realiza compras de productos nuevos a través de internet.

En el otro extremo del mapa de actividades de internet se encuentra la utilización de la red como canal para la participación cívica. Las diferencias con respecto a los usos relacionados con la información, la comunicación y el entretenimiento son notables. Sólo un 12 por ciento de los internautas asegura haber firmado alguna petición o mail de protesta para alguna campaña a través de internet. En el caso de la participación en foros de contenido político declaran haber tomado parte un 5,1 por ciento de los usuarios.

Tal como señala el informe de la Fundación BBVA, «la mayoría de los españoles reconoce las oportunidades que ofrece internet como medio de información, contacto y entretenimiento y, en menor medida, como medio de participación cívica» (FUNDACIÓN BBVA, 2008). Las cifras confirman la configuración de un mapa de usos relacionados con la comunicación y el entretenimiento. Estas actividades crecen en cuanto al número de usuarios y se consolidan como las preferidas por los internautas. En cambio, la articulación de la red como canal de participación política aparece como una actividad que realiza sólo una minoría de los usuarios.

### 3.4.3. Los efectos de internet sobre la calidad del debate

La incorporación de internet a la participación ciudadana en la vida política se interpreta como un problema para aquellos autores que consideran que las tecnologías de la información no tienen en cuenta el carácter deliberativo de la democracia. En este sentido, la inmediatez de internet se percibe como una limitación en todas sus facetas ya que, si no se gestiona de modo correcto, apunta hacia la constitución de un modelo de democracia directa basado en la simple agregación de las preferencias de la ciudadanía. Cotarelo advierte de que «lo instantáneo, lo repentino, el impromptu, por su naturaleza aborrece lo permanente lo estable, lo pausado y pautado, es decir, huye del ámbito propio de la reflexividad y tiende a generar una comunicación irreflexiva» (COTARELO, R. 2002: 9-10).

Visto desde un símil un tanto simplista, lo que tratan de evitar los autores que se detienen en esta limitación es la constitución de un modelo que sólo exija del ciudadano la ejecución de un comando con un simple clic de ordenador cuando se requiera su participación. Para Barber, el razonamiento político es intrincado y está lleno de matices. Su complejidad sólo se puede resolver a través de la conversación dialéctica que incluye dentro, de su abanico de posibilidades, la argumentación, la réplica, la contrarréplica, la reflexión o la defensa. Frente a esto, lamenta Barber, «el razonamiento digital es binario, privilegia la simple elección entre a o b, sí o no. Le gusta la oposición y el dualismo» (BARBER, B. 1998: 73). Lo que Barber teme es que la aplicación de las TIC genere una democracia excesivamente simplificada y, al mismo tiempo, despojada de la deliberación, la prudencia y la interacción pausada. Reconoce que el debate democrático en asamblea consume mucho tiempo y puede llegar a resultar, en algunas ocasiones, aburrido y engorroso. No obstante, la toma de decisiones importantes necesita que sus responsables enfríen la mente, ponderen las opiniones y anticipen las consecuencias antes de hacer nuevos juicios.

Pérez coincide con Barber cuando defiende la opción de dejar el debate democrático al margen de la «dictadura de la tecnología». La consecución de la democracia es fruto de siglos de esfuerzos, luchas y conquistas de millones de personas en todo el mundo que imaginaron una coexistencia pacífica y cívica entre iguales. Para el autor, todo el complejo proceso histórico que ha desembocado en la instauración de la democracia no se debería arrojar en manos de una tecnología como internet que, a pesar de su importancia y sus posibilidades, acaba de empezar su recorrido (PÉREZ, D. 2003: 118).

Ese determinismo tecnológico también despierta dudas en Domingo, para quien el énfasis de la aplicación de internet a la vida política se debería poner en los procesos de debate. Las tecnologías de la información son positivas si, además de crear un canal de comunicación permanente con la ciudadanía, sirven para mantener un intercambio argumentado de opiniones que fluya de forma constante entre los dos extremos de la cadena. De lo contrario, la aplicación de internet a la vida política conduce a la instauración de una «democracia directa compulsiva»,

algo así como una forma de participación puntual, simplificada y que apenas demanda del ciudadano el registro de su preferencia sobre un asunto determinado.

Para Domingo, los procesos de democracia electrónica sólo son válidos si representan una mejora respecto a los procedimientos habituales. Internet, por su simple existencia, no sirve para mejorar la democracia y abrirla a la participación ciudadana. Cualquier desarrollo tecnológico que se aplique debe ir acompañado de un objetivo político claro acerca de lo que se quiere conseguir. De lo contrario, se caería en ese determinismo tecnológico que teme el autor y que conduce a pensar, de forma errónea, que internet es suficiente para motivar una participación de calidad (DOMINGO, D. 2008: 328-329).

La participación electrónica no sólo presenta limitaciones en cuanto a la inmediatez, la falta de reflexión o el razonamiento simplificado. La asunción de responsabilidades sobre las decisiones tomadas también se percibe como un inconveniente que conduciría a la instauración de una democracia sin nombre ni apellidos. Este proceso correría el riesgo de adentrarse en un escenario en el que nadie conoce a nadie. Todos participan, pero lo hacen desde el más absoluto anonimato. La falta de identificación, la falta de presencia física de los participantes podría derivar en su desvinculación del proceso una vez empiecen a surgir problemas, obstáculos o críticas a causa de los efectos de sus decisiones. ¿A quién se le pedirían responsabilidades ante una mala ejecución de un presupuesto o un nefasto resultado de unas obras? Existiría, de esa manera, un riesgo intrínseco de crear un corpus de ciudadanos irresponsables y escasamente comprometidos porque saben que nadie les puede pedir responsabilidades acerca de la gestión de los asuntos públicos en los que han participado. En este contexto, la participación podría derivar en un juego diario en el que, en lugar de dinero, se manejan propuestas y opiniones, aunque con la diferencia que es imposible *resetear* la partida al final del día y volver a empezar de cero.

La crítica que se ha expuesto con anterioridad encaja en el funcionamiento de algunos mecanismos de participación ciudadana como los presupuestos participativos municipales, pero también se podría aplicar a la relación interactiva permanente que surge entre los ciudadanos y representantes políticos a través de internet. Para este último caso existen problemas de control y seguridad ante la total y completa identificación permanente por parte de uno de los participantes del diálogo interactivo, que en este caso sería el representante político, y el posible anonimato del resto de integrantes.

Para Sampredo, se trata de limitaciones asociadas a la ausencia del concepto de territorialidad en internet. La globalización que construye la red elimina cualquier tipo de barrera física o cultural que impedía la comunicación pero, al mismo tiempo, crea un conjunto de individuos aislados ante la pantalla de su ordenador. La ausencia de un lugar físico de reunión, el desconocimiento entre los participantes o la inexistencia de vínculos comunitarios pueden afectar a la implicación de los

participantes en ese debate. El riesgo que aparece con la participación electrónica es que todo ese cruce de propuestas, opiniones, reflexiones y acciones se quede en el terreno on-line, sin ningún tipo de traslación posterior a la vida real. «Creo que sin fomentar en la red las relaciones comunitarias, los foros de discusión y las acciones colectivas reales (no virtuales) fragmentaremos aún más la participación ciudadana. El público individualizado carecerá de un lugar de encuentro» (SAMPE-DRO, V. 2000: 188). La participación, para ser real, debe ser efectiva, y eso implica que todo el capital intelectual que se genera en el escenario on-line se traslade después al terreno off-line.

La ausencia de territorialidad y la falta de un escenario físico de debate son dos conceptos sometidos a análisis por parte de Wilhelm. El autor da por sentada la capacidad de internet como medio para la autoexpresión personal, pero insiste en descifrar su efectividad como medio para la interacción colectiva. Para él, internet despierta dudas en cuanto a la capacidad de los internautas para escuchar a los demás participantes y en su disposición para proponer asuntos de debate. Es decir, la interactividad que proporciona la red hace posible la comunicación directa y continuada entre los millones de usuarios de la red, y entre estos y los representantes políticos. Ahora bien, ¿hasta qué punto se trata de un debate real en el que se escucha y responde a las opiniones de los otros participantes? ¿El debate electrónico es constructivo o, por el contrario cada usuario se limita a exponer su punto de vista sin reflexionar acerca de las aportaciones de los demás? Wilhelm advierte de que la comunicación asincrónica que promueve la red no obliga a responder a los demás, como sería el caso de una conversación cara a cara. No se potencia la réplica ni la contrarréplica. Los foros de debate político en internet no son necesariamente escenarios constructivos. Los participantes se limitan a aportar mensajes o información, pero no escuchan o responden a los puntos de vista de los otros. No hay, por tanto, posibilidad de que sus posiciones se modifiquen. Según el autor, los usuarios de estos foros «están interesados principalmente en vocalizar sus intereses individuales o privados, y les importa poco adaptarse a la posición del otro a través de la persuasión, la negociación o el compromiso» (WILHELM, A. 2000: 44).

Sus opiniones se ven confirmadas a través del resultado empírico de una investigación realizada durante el último tramo de la campaña presidencial en elecciones norteamericanas de 1996. La investigación trataba de responder, de un modo empírico, a la pregunta de si los foros políticos en internet sirven para favorecer o animar la deliberación en la esfera pública. Durante el mes de octubre de 1996 se realizó un análisis de contenido sobre una muestra de los post introducidos por los usuarios en varios grupos de discusión política en internet. Para su ejecución se crearon varias categorías para analizar si los mensajes sólo implicaban la aportación de información y contenido al foro o si, por el contrario, se dedicaban a responder a las opiniones de los otros en un intento de construir un debate razonado. Es decir, apenas había réplicas o contrarréplicas. Sólo un

20 por ciento de los mensajes fueron dirigidos a otros participantes que habían insertado un post previo. Los post que aportaban un punto de partida para la conversación eran una minoría y, en consecuencia, iban desapareciendo poco a poco. La mayoría de los mensajes de los usuarios de esos foros de discusión eran expresiones de ideas y opiniones que se quedaban en el terreno de la autoafirmación personal. Tal como señala el autor, «los datos apoyan la concepción de los foros políticos como facilitadores de la autoexpresión y el monólogo, sin que se escuche a los demás, se responda o se entre en un diálogo que promovería la comunicación activa, priorizaría asuntos, negociaría diferencias y alcanzaría acuerdos» (WILHELM, A. 2000: 98).

Para Wilhelm, una de las razones que explican estos resultados es que no existe la necesidad de responder. Es decir, los mensajes no van dirigidos a nadie en particular y los usuarios no se sienten en la necesidad de contestar. El anonimato, la ausencia de relaciones comunitarias y, especialmente, la inexistencia de esa traslación efectiva entre las acciones que se adoptan en el terreno on-line y la vida real, a la que se refería Sampedro, se traducen en un debate electrónico descafeinado, poco interactivo, apenas constructivo y dominado por una escasa implicación por parte de sus participantes.

Lo que Wilhelm está rechazando no es la capacidad de internet para descentralizar y hacer interactiva la actividad política. Internet es una tecnología que puede ayudar a mejorar la democracia en el sentido en que establece un canal alternativo para la participación en la vida política. Además de hacer circular la información, este canal favorece la comunicación interactiva entre representantes y representados: permite la incorporación de los ciudadanos interesados en el proceso de gestión de los asuntos públicos a través de las quejas, sugerencias, comentarios, propuestas y, en definitiva, la conversación dialógica que se produce entre los dos extremos de la cadena. No obstante, conviene vigilar la calidad del debate y la conversación que surge a través de la interacción electrónica. La simple autoexpresión personal o la inclusión de un comentario en un foro electrónico no se pueden equiparar con el debate y el intercambio de puntos de vista. Es decir, la libertad de expresión es una condición necesaria, pero insuficiente para que exista debate democrático.

Detrás de esta limitación de los foros políticos para promover un debate constructivo e interactivo entre sus participantes subyace la tendencia de internet a la homogeneidad, que empuja a los usuarios a articularse en torno a personas con puntos de vista similares. Es lo que Castells define como «ciberbalkanización» (CASTELLS, M. 2001: 153). Significa que, lejos de convertirse en un escenario en el que las ideas y los puntos de vista fluyen para ser contestados y rebatidos por los participantes, internet corre el riesgo de postularse como un terreno en el que ese intercambio de mensajes se produce exclusivamente entre aquellos que se identifican con las mismas ideas o forma de pensar. El riesgo es todavía mayor para la vida política por la carga ideológica y el carácter de crispación que, en muchas

ocasiones, nutre todos sus procesos. El resultado podría ser una participación electrónica fragmentada en la que el debate sólo fluye entre iguales, atenuando así la posibilidad de escuchar y contestar a gente con diferentes opiniones, y privando al debate interactivo de un color plural y variado.

Wuthnow se refiere a esta limitación cuando identifica los peligros de la participación de la ciudadanía a través de las nuevas tecnologías. Así, recuerda que «la interacción cibernética trastorna y pone en entredicho la idea de gobierno territorial: hay más campo para la selección por lo que, en vez de tener que escuchar y enfrentarse a personas con diferentes opiniones, la gente se limita a interactuar con quienes piensan de igual manera» (WUTHNOW, R. 2003: 598-599). La deliberación y la reflexión crítica se consideran condiciones necesarias para la construcción de un diálogo on-line saludable. De lo contrario, la aplicación de las nuevas tecnologías a la vida política no haría sino erosionar las cualidades que debe tener un debate democrático.





## 4. TRABAJO DE CAMPO



El apartado cuarto es una descripción de la aplicación práctica de la metodología de investigación al objeto de estudio, a partir de las cuatro etapas que Rodríguez Gómez y otros autores mencionan cuando abordan el proceso de la investigación cualitativa: fase preparatoria; fase del trabajo de campo; fase analítica y fase informativa (RODRÍGUEZ GÓMEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. 1999: 63-77). Es una continuación de la exposición iniciada en el apartado segundo donde, tras justificar la elección desde el punto de vista teórico de las técnicas del análisis de contenido y de la entrevista en profundidad, se había abordado la descripción de la fase preparatoria dentro del proyecto y diseño de investigación. En aquel momento se advirtió que la fase del trabajo de campo, la fase analítica y la fase informativa se abordaría en el apartado cuarto por razones de estructuración y claridad del trabajo. Se considera la ordenación más idónea por su inmediata cercanía con el análisis de resultados, al cual se le dedica el apartado quinto. En otras palabras, el trabajo de campo contiene la descripción de cada uno de los pasos que han guiado la investigación empírica hasta conducirla a la producción de un conjunto de datos. En consecuencia, se ha decidido estructurar de forma correlativa la descripción del trabajo de campo con el apartado quinto, es decir aquel dedicado al análisis de los resultados producidos durante ese trabajo de campo.

Efectuada esta puntualización, conviene adentrarse en la descripción de los pasos que han guiado la preparación y ejecución del trabajo de campo.

#### · Muestreo

A partir de las hipótesis y de los objetivos del trabajo de investigación, la fase del trabajo de campo se centró en el acceso al escenario cuya observación, análisis y posterior interpretación debía servirnos para validar o refutar las hipótesis planteadas. Es decir, si queríamos saber si los políticos estaban utilizando internet para comunicarse y mantener una relación directa con la ciudadanía debíamos escoger un caso real y colocar el foco investigador sobre él. Este movimiento nos obligaba a delimitar el marco de la investigación para poder abordar el trabajo de campo con garantías. No podíamos analizar el comportamiento de todos los políticos del mundo, así que había necesariamente que segmentar ese universo antes de poder abordarlo.

El escenario escogido fueron las Cortes Valencianas, en concreto el Parlamento elegido democráticamente por los ciudadanos de la Comunidad Valenciana para

la VII legislatura (2007-2011). Sus 99 diputados se convirtieron en el universo a estudiar. Se procedió a actuar de esta manera por varias razones. En primer lugar, las Cortes Valencianas se constituyen como órgano de gobierno elegido por los ciudadanos de la Comunidad Valenciana en unas elecciones libres y democráticas. Sus 99 diputados se convierten en garantes de la voluntad popular al servicio del bien público y del corpus de ciudadanos que los ha elegido. En consecuencia, su existencia, estructura y funciones encajan en el planteamiento del trabajo de investigación que, en uno de sus objetivos, pretende averiguar si los representantes políticos están utilizando las tecnologías de la información para mantener una relación directa con la ciudadanía. Es decir, decidimos situar el foco investigador sobre una institución integrada por políticos que actúan, entre una de sus funciones, como representantes de la ciudadanía que les ha otorgado el poder, y con la cual mantienen el nexo de unión que les otorga la representación de la voluntad popular.

En segundo lugar, la elección de las Cortes Valencianas también estuvo motivada por un criterio de oportunidad. Tal como se ha explicado al final del apartado 3.3.3.2, el análisis del uso de internet que hacen los parlamentarios ya cuenta con el antecedente de la investigación que realizó José Luis Dader en los años 1999, 2001 y 2005 (DADER, J. L. 2003: 309-342; DADER, J. L. y CAMPOS, EVA 2005: 105-132). Su trabajo se centró en el marco del Congreso de los Diputados y el Senado español, de forma que la muestra escogida estaba compuesta por los 613 diputados o senadores que formaban parte de ambas instituciones. Nuestra investigación partía de aquellas bases, pero no renunciaba a los objetivos de aportar novedades al conocimiento científico. Por ello se apostó por centrar el foco investigador en un escenario parlamentario inexplorado con estos objetivos, como es el caso de las Cortes Valencianas. Asimismo, las últimas conclusiones que aporta el estudio de José Luis Dader se detienen en el año 2005. A partir de ese momento, y hasta el punto de ejecución de nuestra investigación en el año 2010, se detecta la existencia de un vacío que nos impide conocer si se ha producido una evolución real en cuanto al uso que los políticos realizan de internet en su relación con la ciudadanía. En consecuencia, estimamos que el presente proyecto también es novedoso porque aporta una visión actualizada de la realidad objeto de estudio.

#### · La utilización del correo electrónico

Justificada la elección de los 99 diputados de las Cortes Valencianas como universo a estudiar, el siguiente paso consistió en la designación del método de investigación más adecuado. La decisión debía partir del reconocimiento de las hipótesis y de los objetivos de la investigación. Nos interesaba saber si los políticos están utilizando internet para mantener una comunicación y una relación directa de la ciudadanía. En este caso, se hacía necesario de nuevo delimitar y concretar las herramientas o servicios de internet en que debíamos basar el estudio. Es decir, internet y las tecnologías de la información constituyen un marco amplísimo que

había que ir cerrando poco a poco. Por ello se decidió centrar el objeto de estudio en el correo electrónico, una herramienta que reunía los elementos para poder acercarnos a las hipótesis y los objetivos de la investigación. Podíamos enviar una remesa de correos electrónicos a los diputados y comprobar si nos respondían. Desde este punto de vista, nuestro planteamiento inicial era el siguiente: si yo como ciudadano anónimo le envío un correo a un diputado planteándole una queja, una sugerencia o formulándole un tema de debate, ¿va a responderme? Y si me contesta, ¿de qué manera va a hacerlo? ¿Cuál va a ser el tono, los argumentos, la dedicación que pone y, en definitiva, la calidad de su respuesta?

Además de encajar en el planteamiento de la investigación, el correo electrónico se revelaba como el servicio más utilizado de internet, según la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. Lo emplean a diario el 86,5 por ciento de los usuarios de internet (AIMC, 2011b). La penetración y la extensión del correo electrónico entre la población española también la confirmaba el Ministerio de Industria Turismo y Comercio, según el cual el 72 por ciento de los internautas a partir de 15 años posee una cuenta de e-mail propia. Las cifras demuestran la extensión y la penetración del correo electrónico entre la población española y, en consecuencia, y a ojos de este investigador, justificaban su utilización como instrumento de medida para conocer si los diputados estaban utilizando internet para mantener una relación directa con la ciudadanía.

Justificada la elección de la muestra y de la herramienta de internet, el siguiente paso consistió en recoger las direcciones de correo electrónico de los parlamentarios a las cuales se debían remitir los e-mails. Para ello se comprobó, en primer lugar, qué diputados hacían pública su dirección de correo electrónico en su ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas. Conviene puntualizar que el sitio web de la institución, en el apartado de Preguntas Frecuentes (FAQ),<sup>19</sup> invita a todos los internautas a dirigirse a los diputados a través de la cuenta de correo que publican los parlamentarios en la página web. A la pregunta «¿Cómo puedo contactar con un diputado?» se adjunta la respuesta siguiente: «Podéis encontrar la dirección de correo electrónico accediendo a la ficha correspondiente del diputado/a. También podéis hacer llegar vuestro mensaje a través del grupo parlamentario». Nuestra tarea se dirigió en ese momento a observar la ficha de cada uno de los diputados para comprobar quiénes facilitaban su cuenta de correo. Esa tarea de observación se realizó en una primera ocasión el 14 de febrero de 2010, justo antes de iniciar la primera oleada del trabajo de campo. Se repitió en dos ocasiones posteriores para comprobar si se había producido alguna modificación y habían aparecido nuevas cuentas de correo electrónico por parte de los diputados: el 15 de abril de 2010 (antes de iniciar la segunda oleada de envíos) y el 28 de marzo de 2011 (día en que el presidente de la Generalitat,

<sup>19</sup> <[http://www.cortsvalecianas.es/ConsultaPFrecuentes?accion=2&respuesta=53&id\\_nodo=4008](http://www.cortsvalecianas.es/ConsultaPFrecuentes?accion=2&respuesta=53&id_nodo=4008)>. Fecha de consulta: 27/12/2009.

Francisco Camps, firmó el decreto de disolución de las Cortes Valencianas para dar paso a la convocatoria electoral del 22 de mayo de 2011). En este último punto, la investigación ya estaba finalizada, pero el investigador quiso comprobar si se habían producido cambios, cosa que finalmente no sucedió. Durante ese período de tiempo ninguno de los diputados que no facilitaba la cuenta de correo electrónico incorporó su dirección de e-mail a la ficha personal. El resumen de esos datos se puede apreciar en el cuadro número 4.

**Cuadro 4. Diputad@s que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Parlamento
PP	23 (42,5 %)	31 (57,5 %)	54
PSPV	14 (36,8 %)	24 (63,1 %)	38
Compromís	4 (100 %)	0	4
No adscritos	1 (33,3 %)	2 (66,6 %)	3
Total (número de diputados)	42 (42,4 %)	57 (57,6 %)	99 (100 %)

Fuente: <[http://www.cortsvalecnas.es/Diputados?id\\_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F](http://www.cortsvalecnas.es/Diputados?id_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F)>. Fecha de consulta: 14/02/2010, 15/04/2010 y 28/03/2011.

Tal como indican los datos, el universo inicial de 99 diputados se redujo a partir de este momento a una muestra de 42 diputados. Son aquellos que hacían pública su cuenta de correo en la página web de la institución y, en consecuencia, aquellos que se iban a convertir en materia de estudio de la investigación través del envío de correos electrónicos.

#### · La gestión y dirección de un grupo de 22 ciudadanos anónimos

A partir de aquí el trabajo del investigador se concentró en aplicar una metodología que permitiese ejecutar el proyecto para cumplir con los objetivos y, de esa manera, poder validar o refutar la hipótesis planteada. A la vista de la hipótesis y de los objetivos se tomó la decisión de dirigirse personalmente a cada uno de los diputados a través del correo electrónico y estudiar cuál era su comportamiento. Para ello se organizó un grupo de 22 ciudadanos manejados y controlados en todo momento por el investigador. Así, se abrieron 22 cuentas de correo diferentes a través de las plataformas *gmail.com*, *hotmail.com* y *yahoo.es*. Las cuentas se asignaron a las 22 identidades y, a través de ellas, se ejecutaron los envíos en cada una de las oleadas. El investigador gestionó tanto el grupo de direcciones como cada uno de los envíos para evitar que cualquier repetición o reiteración despertara las suspicacias de los destinatarios.

De esta manera, cada ciudadano se dirigió en cada una de las oleadas a un máximo de dos diputados (había 42 diputados con dirección de correo electrónico publicada en su ficha personal). Asimismo, se vigiló para que ninguno de los ciudadanos repitiera destinatario en ninguna de las tres oleadas efectuadas. Es decir, cada individuo se dirigió en cada una de las tres oleadas a un diputado diferente con el objetivo de no despertar las sospechas de los parlamentarios.

#### · Pautas generales para la redacción de los correos electrónicos

Las tres oleadas se ejecutaron entre los meses de febrero y mayo del año 2010. Para evitar el posible rechazo inicial de los diputados ante la sospecha de que se tratase de una cadena de envíos masivos se decidió personalizar cada uno de los correos electrónicos a través de varias fórmulas. En primer lugar, a través del encabezamiento del e-mail, donde figuraba única y exclusivamente el nombre y apellidos del diputado receptor (por ejemplo: A la atención de Manolo Mata; A / a Milagrosa Martínez; Estimado diputado Amando Vilaplana, etc.). De esa manera, y aunque sólo fuese a través de una lectura rápida, el diputado podía intuir que esa comunicación iba dirigida expresamente a él. Asimismo, en el espacio dedicado al «asunto» del correo se intentó, en todos los casos, resumir de manera directa y concisa la temática sobre la cual trataba la comunicación. Por ejemplo, «candidatura de Zarra al almacén nuclear»; «sustitución bajas profesorado en los colegios»; «lista de espera en los hospitales»; «lenguas cooficiales en el Senado», etc.

La personalización de los correos también se intentó conseguir desde su contenido y estilo de redacción. Para esta tarea, el investigador se adaptó al propio funcionamiento interno de las Cortes Valencianas. El trabajo de la Cámara está dividido en comisiones especializadas en una o varias materias (urbanismo, medio ambiente, sanidad, políticas de igualdad, etc.) a través de las cuales se debaten los asuntos antes de llevarlos al pleno. Todos los diputados, a excepción de los consellers del Gobierno, el presidente de la Generalitat y la presidenta de la Cámara, pertenecen al menos a una de estas comisiones. A partir de su identificación en la página web de la institución se decidió que en los correos se iba a interpelar al diputado sobre materias o asuntos de actualidad relacionados directamente con su comisión o área de especialización. Asimismo, y debido a la distribución de los escaños por circunscripciones (Valencia, Alicante, Castellón) se optó por adaptar el contenido de cada uno de los correos a la circunscripción a la cual pertenece el diputado en cuestión. En otras palabras, a una diputada alicantina perteneciente a la comisión de medio ambiente se le podía preguntar por los planes del Gobierno Valenciano para reducir la contaminación atmosférica en el centro de la ciudad de Alicante, pero no sobre los planes de fomento del deporte base en Castellón.

Adoptando este estilo, además de avanzar hacia a la personalización de los correos, que era uno de los objetivos a la hora de realizar los envíos, el ciudadano estaba trasladando una muestra inequívoca de interés al diputado en cuestión. Se había dirigido expresamente a él o ella como gestor de esa materia específica

en el Parlamento porque le interesaba obtener una respuesta. El siguiente paso consistía en comprobar si el interés mostrado por el ciudadano se traducía en una contestación del mismo calibre por parte del parlamentario.

Además del estilo personalizado, cada correo se redactó siguiendo las mismas pautas. Tras el encabezamiento, el remitente hacía una breve presentación acerca de su lugar de procedencia y situaba el contexto y los antecedentes de la pregunta que iba a plantear al diputado. A continuación le formulaba una cuestión y le hacía ver su interés por una pronta contestación. Finalmente se despedía agradeciendo la atención prestada. En ningún momento se hacían referencias a ideologías políticas o cuestiones internas de partido que hiciesen adivinar una posible afiliación del ciudadano. Los correos tampoco contenían críticas, reprimendas o burlas hacia el Gobierno o los partidos de la oposición. Se redactaron de la manera más neutra posible para evitar cualquier sesgo en las respuestas. Se trataba de individuos que presentaban un problema y trasladaban al diputado una cuestión sobre ese asunto. Asimismo, para su redacción se combinó indistintamente el castellano y el valenciano, al tratarse esta última de la lengua cooficial en la Comunidad Valenciana según se recoge en el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana. Conviene insistir que las pautas de redacción se repitieron invariablemente en cada uno de los correos de las tres oleadas. Es decir, tras el encabezamiento inicial y la ubicación del contexto del problema, los remitentes siempre formulaban una pregunta al diputado. Es importante remarcar esta estructura porque, tal como se verá a continuación, una de las categorías establecidas en el análisis de contenido para determinar la calidad de la respuesta era, precisamente, analizar si el diputado respondía a la cuestión que le planteaba su interlocutor.

Estas pautas generales tomadas para la redacción de cada uno de los correos se adaptaron a las características de cada una de las tres oleadas. Se decidió realizar tres oleadas para tener una perspectiva y un recorrido más amplios sobre el objeto de estudio. De esa manera se superaban los sesgos que podían derivarse de posibles fallos en el servidor ocurridos en un día concreto, o las ausencias puntuales de los diputados por motivos de trabajo o por enfermedad. En otras palabras, les estábamos dando tres oportunidades, espaciadas en el tiempo a lo largo de casi cuatro meses, para que respondiesen a una serie de correos enviados por un grupo de ciudadanos anónimos con inquietudes y problemas relacionados con temas cotidianos. Como se puede apreciar en los apartados dedicados al análisis de resultado y las conclusiones, el porcentaje de respuestas se mantuvo muy bajo pero estable a lo largo de las tres oleadas, sin apenas variaciones significativas.

#### · Primera oleada de envíos

La primera oleada de envíos se efectuó entre el 22 de febrero y el 24 de marzo de 2010. Los envíos se realizaron en días laborables (lunes a viernes) y se paralizaron durante la semana de la celebración de las Fallas en Valencia (15 al 21 de marzo de 2010) al tratarse de un período de inactividad en la Cámara Autonómica.



Tampoco se remitieron correos durante los fines de semana para evitar posibles acumulaciones en la bandeja de entrada de los diputados. La redacción de los e-mails siguió las pautas generales mencionadas con anterioridad. Cada ciudadano remitió el mismo correo a un máximo de dos diputados, si bien cada envío se personalizó con el nombre y apellidos del parlamentario destinatario del e-mail. Los correos hacían referencia a asuntos de actualidad relacionados con la comisión o área de especialidad a la que pertenece el diputado en la Cámara. Así, se redactaron 22 e-mails diferentes que se distribuyeron entre los 42 diputados que hacen pública su cuenta de correo electrónico en la ficha personal de la web de la institución. A continuación se reproduce uno de los envíos remitidos en la primera oleada a uno de los integrantes de la Comisión de Cultura. Se omiten, por motivos de privacidad, el nombre del diputado y de su interlocutor:

«Hola. En estos últimos meses se han anunciado modificaciones en el sistema de funcionamiento del Circuito Teatral Valenciano que pueden afectar a los que disfrutamos de esta oferta de ocio y cultura. Por lo que he podido leer, ahora será cada una de las localidades interesadas la que deberá concurrir a una orden de subvenciones para poder después contratar a las compañías. No dudo de las mejoras de funcionamiento que pretende esta modificación, pero me preocupa la reacción que han mostrado los programadores y las compañías. Me preocupa que los que acudíamos a ver teatro a pueblos y salas más pequeñas dejemos de hacerlo porque estas no tienen dinero para pagar a las compañías. Me gustaría saber si esto va a modificar el circuito y el calendario de las salas tal como lo conocemos hasta ahora. ¿Qué va a pasar con las salas más pequeñas? Sería bueno que continuaran programando obras de la misma calidad, tal como lo han hecho en estos últimos años, ya que creo que el circuito ha funcionado relativamente bien».

#### · Segunda oleada de envíos

La segunda oleada de envíos se realizó durante el 19 de abril y el 4 de mayo de 2010. De nuevo, los envíos se concentraron en días laborables (lunes a viernes). La redacción de los e-mails siguió las pautas generales, si bien se introdujeron una serie de modificaciones destinadas a personalizar todavía más cada uno de los envíos. Cada ciudadano se dirigió a un máximo de dos diputados, excepto en un par de casos puntuales en el que los destinatarios fueron tres. Se procedió de esta manera para conjuntar cada uno de los parámetros que se estaban manejando, es decir el grupo de 22 ciudadanos anónimos con los 42 diputados destinatarios y la pertenencia de cada uno de ellos a una comisión parlamentaria especializada, sobre la cual debía de versar el contenido de la pregunta.

A diferencia de la primera oleada, se redactaron 42 correos diferentes: uno para cada uno de los diputados que disponían de una cuenta de e-mail en su ficha personal de la página web de la institución. La personalización se buscó no sólo

en el encabezamiento, sino también en el contenido. Así, algunos correos hacían referencia a declaraciones o entrevistas recientes de los diputados en medios de comunicación o en sus blogs personales. En otros casos, el ciudadano se identificaba como vecino de la misma localidad en la que vivía o había nacido el parlamentario antes de plantearle la cuestión concreta. Se buscaba, de alguna manera, acercar cada una de las comunicaciones a la realidad más próxima del diputado y dejar claro que él era el destinatario único de esa comunicación.

A continuación se adjunta uno de los correos remitidos durante la segunda oleada del trabajo de campo. Se omiten, por motivos de privacidad, el nombre del diputado y de su interlocutor:

«Saludos. El pasado verano leí una entrada en su blog en la que criticaba la hipocresía de la Policía por perseguir y criminalizar a los jóvenes que practican botellón. Me pareció interesante y ahora lo he vuelto a recuperar a raíz de este correo que quería escribirle [...] Yo no creo que tenga demasiado sentido actuar contra los jóvenes que están bebiendo en la calle y que, en la mayoría de casos no crean problemas, y no hacerlo contra aquellas personas que están traficando con droga, robando bicicletas o incendiando basureros en otra parte de la ciudad. Lo que sí creo es que habría que abordar el tema del botellón desde otra perspectiva [...] Conozco el ejemplo de algunas localidades de Madrid que abren los polideportivos las noches de los fines de semana, y se pueden hacer multitud de actividades allí. ¿Por qué no lo hacen aquí también? ¿Por qué desde las Cortes o desde las comisiones encargadas de este tema no se insta a los municipios y a los ayuntamientos a poner en marcha este tipo de iniciativas? [...] Gracias por su atención».

El objetivo en esta segunda oleada fue dar un paso más en la personalización de los correos respecto a la primera oleada para comprobar si el número de respuestas se incrementaba a partir de la inclusión de referencias inequívocas que denotaban un interés y un seguimiento mayor de la actividad del diputado en cuestión por parte del ciudadano. Como se puede comprobar en el apartado dedicado al análisis de resultados, no sucedió de esa manera.

### ·Tercera oleada de envíos

La tercera oleada se efectuó entre los días 6 y 31 de mayo de 2010. En este caso se modificaron sustancialmente las pautas generales de redacción de los correos que se habían seguido en la primera y segunda oleada. En lugar de preguntar a los diputados por cuestiones de actualidad relacionadas con su área de especialidad o comisión en el Parlamento, se decidió interpelarles acerca de cuestiones concretas y sencillas relacionadas con el funcionamiento cotidiano de la Cámara Autonómica. Es decir, qué había que hacer para seguir los plenos a través de internet, cómo se podía concertar una visita guiada al Parlamento o de

qué manera se podía acceder a la biblioteca de las Cortes. Preguntas todas ellas que nada tenían que ver con el perfil o la comisión a la que pertenecen cada uno de los diputados. A pesar de esta modificación, la personalización de los correos se mantuvo a través del encabezamiento donde se especificaba claramente el nombre y apellidos del diputado en cuestión a partir de diferentes fórmulas. De nuevo, tal como se había realizado en las dos oleadas anteriores, el empleo de este recurso pretendía evitar el posible rechazo inicial del destinatario al confundir el correo como un elemento de spam o de envío masivo.

A continuación se reproduce uno de los correos remitidos durante la tercera oleada del trabajo de campo. Se omiten, por motivos de privacidad, el nombre del diputado y de su interlocutor:

«Hola. Me interesa saber si los plenos de las Cortes Valencianas se retransmiten en directo a través de Internet y de qué manera los puedo seguir. ¿Se puede acceder también a los plenos y las intervenciones de fechas pasadas? He visto que algunas webs como la del Congreso o la del Senado sí lo permiten, pero no he encontrado esa opción en la web de las Cortes».

La introducción de este matiz diferenciador buscaba situar a los diputados en un escenario nuevo para observar cómo reaccionaban y se comportaban ante él. Disponíamos de los resultados de dos oleadas anteriores en las cuales se les habían remitido correos personalizados, extensos y relacionados con temas de actualidad directamente vinculados a su comisión o área de especialidad en el Parlamento. Por ello, se apostó porque los e-mails de la tercera oleada tuviesen un contenido mucho más escueto (apenas cuatro o cinco líneas de extensión), con preguntas sencillas y directas acerca del funcionamiento diario de la Cámara, y sin ningún tipo de relación con su área de especialidad o comisión. En otras palabras, queríamos comprobar si el volumen de respuestas se incrementaba cuando las cuestiones formuladas eran más sencillas y requerían una dedicación y un tiempo de lectura menor por parte de los diputados.

### · Entrevistas en profundidad

El trabajo de campo se completó con una serie de entrevistas en profundidad a los diputados de las Cortes Valencianas. Se escogió una muestra de 10 diputados dentro del universo de los 99 parlamentarios que conforman la Cámara autonómica. Tal como recomienda Valles, en el proceso de selección de informantes se adoptó un punto de vista cualitativo que nos llevó a priorizar una «representación tipológica» del universo por encima de una «representación estadística». Nos interesaba que el muestreo asegurase la variedad de los informantes respecto a las variables del grupo parlamentario al que pertenecen, la edad, el sexo o la responsabilidad política que desempeñan fuera del parlamento. Con este objetivo se elaboró un «casillero tipológico» de carácter instrumental que sirvió al investigador para controlar la heterogeneidad de la muestra antes de proceder a su ejecución (VALLES, M. S. 2002: 68). Este casillero tipológico se encuentra recogido en el cuadro 5.

Cuadro 5. Casillero tipológico para garantizar la heterogeneidad de la muestra

Diputad@	Grupo Parlamentario				Con @ pública		Responsabilidad política fuera del Parlamento		Circunscripción			Sexo		Edad				
	PP	PSPV	Compromís	No adscritos	Sí	No	Sí	No	VCA	CST	ALC	H	M	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Mireia Mollà			X		X			X			X		X	28				
Mercedes Sanchordi		X			X			X		X			X	40				
M <sup>a</sup> Dolores Gay		X				X		X			X			44				
Antonio Lozano		X				X			X			X					61	
Rafael Ferraro	X					X			X		X	X						67
Manuel Mata		X			X			X	X			X			50			
César Sánchez	X					X			X		X	X		31				
Vicente Betoret	X					X	Sí. Alcalde de Villamarchante		X			X			37			
Enric Morera			X		X			X	X			X			45			
Antonio Peral	X				X			X			X	X			45			

Los grupos parlamentarios de PP y PSPV, al tratarse de los mayoritarios en la Cámara, estaban sobre-representados con cuatro entrevistados cada uno. Los otros dos pertenecían al grupo minoritario de Compromís. Entre la muestra de 10 entrevistados también se encontraban los portavoces de nuevas tecnologías y sociedad del conocimiento de PP y PSPV (Antonio Peral y M.<sup>a</sup> Dolores Gay). Se incluyeron de forma deliberada en la muestra como voces más autorizadas de su grupo en esa materia que, además, coincide con el marco teórico de este trabajo de investigación.

Para concertar las entrevistas se contactó con los jefes de prensa de cada uno de los grupos parlamentarios. Todos ellos accedieron de buen grado a facilitar el trabajo del investigador y a coordinar cada uno de los encuentros. Las entrevistas se realizaron en la sede de las Cortes Valencianas (Plaça San Llorenç, 4. 46003 Valencia) en el orden y fecha que indica el cuadro 6. Para conseguir una mayor complicidad con el entrevistado, y teniendo en cuenta que nos encontrábamos en el marco territorial de la Comunidad Valenciana, se les ofreció la posibilidad de realizar la entrevista en castellano o valenciano, que se constituye en lengua cooficial según figura en el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana.

Algunos diputados se decantaron por el valenciano porque reconocieron sentirse más cómodos con su forma de expresión, mientras que otros dejaron la elección en manos del investigador.

Todas las entrevistas se registraron en una grabadora con formato MP3. Terminada cada una de las entrevistas el investigador procedió a transcribir su contenido para incorporar las opiniones de los diputados al análisis de resultados.

Cuadro 6. Orden y fecha de las entrevistas personales

	Diputado	Fecha de la entrevista
1.	Míreia Mollá (Compromís)	09/03/2010
2.	Mercedes Sanchordi (PSPV)	15/03/2010
3.	M <sup>a</sup> Dolores Gay (PSPV)	15/03/2010
4.	Antonio Lozano (PSPV)	26/03/2010
5.	Rafael Ferraro (PP)	29/03/2010
6.	Manuel Mata (PSPV)	07/04/2010
7.	Vicente Betoret (PP)	21/04/2010
8.	César Sánchez (PP)	21/04/2010
9.	Enric Morera (Compromís)	01/06/2010
10.	Antonio Peral (PP)	08/06/2010

Las entrevistas en profundidad se plantearon con el objetivo de enriquecer la información sobre el objeto de estudio, además de establecer una especie de control cruzado de los datos recogidos en el trabajo de campo. Para ello se establecieron tres objetivos básicos con los cuales se acudió a cada una de las citas.

1. Conocer el uso cotidiano que los diputados realizan de las tecnologías de la información en su relación con la ciudadanía.
2. Conocer su opinión personal acerca del impacto presente y futuro de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida política y parlamentaria.
3. Realizar controles cruzados de los datos empíricos que arroja el trabajo de campo.

La preparación de las entrevistas en profundidad se sometió a una etapa de diseño en la que, tal como apuntaba Valles, se procedió a traducir las «preguntas de investigación o académicas» en preguntas «dinámicas de entrevista» capaces de facilitar la interacción con el entrevistado en lenguaje coloquial (VALLES, M. S. 2002: 59-62). Esta fase del diseño de investigación se encuentra resumida en el

cuadro 7 que, a su vez, ofrece una muestra de las preguntas que compusieron el guión de la entrevista con el que el investigador acudió a cada uno de los encuentros con los diputados.

Cuadro 7. Diseño de la sesión de la entrevista en profundidad

Preguntas temáticas de investigación: objetivos	Preguntas dinámicas de entrevista
<p>1. Conocer el uso cotidiano que los diputados realizan de las tecnologías de la información en su relación con la ciudadanía.</p> <p><b>¿Están utilizando las tecnologías de la información para mantener una relación directa con la ciudadanía?</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Dispone de correo electrónico?</li> <li>2. ¿Cuántos e-mails recibe al día en su correo personal de las Cortes Valencianas?</li> <li>3. ¿Quiénes son los destinatarios de esos correos? ¿Hay ciudadanos anónimos?</li> <li>4. ¿Responde personalmente a los correos que le envían o dispone de algún ayudante externo?</li> <li>5. ¿Tiene perfil en alguna red social? ¿Qué uso hace de él? ¿Agrega a todo aquel que se lo solicita?</li> <li>6. ¿Cuánto tiempo le dedica al día?</li> <li>7. ¿Cree que la ciudadanía está implicada en la participación política a través de las nuevas tecnologías?</li> <li>8. ¿Cree que los políticos están utilizando internet para establecer una relación directa con la ciudadanía?</li> </ol>
<p>2. Conocer la opinión de los diputados acerca del impacto presente y futuro de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida política y parlamentaria.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son las principales aportaciones que internet ha hecho a la política?</li> <li>2. ¿En qué sentido mejora internet su trabajo como diputado?</li> <li>3. ¿Cree que internet mejora la democracia?</li> <li>4. ¿Considera que existe algún punto negro o inconveniente por lo que respecta al impacto de internet en la vida política?</li> <li>5. ¿Augura cambios en la democracia a medio o largo plazo provocados por el impacto de internet?</li> </ol>

El guión de entrevista funcionó como documento marco para recordar todos los temas que el investigador deseaba tratar durante la entrevista. No obstante, en la práctica la entrevista se convirtió en una conversación abierta y holística en la que se trataron multitud de temas. Cada entrevista se trató como una experiencia única y diferente del resto, en la que el investigador intentó adaptar el guión a las características personales de los informantes. Así, a los diputados más mayores de la Cámara se les interpelló también sobre su experiencia de adaptación a las

tecnologías de la información. De la misma manera, a los representantes de los grupos minoritarios se les preguntó sobre la apuesta que habían realizado por internet como medio de comunicación económico y directo, frente a sus menores posibilidades de acceso a los medios de comunicación de masas.

#### 4.1. FASE ANALÍTICA

Tal como señalan Rodríguez Gómez y otros autores la fase analítica se planteó a partir de tres etapas o pasos fundamentales (RODRÍGUEZ GÓMEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. 1999: 75).

1. Reducción y transformación de los datos.
2. Obtención e interpretación de los resultados.
3. Verificación o rechazo de las hipótesis planteadas.

Para ello se ejecutaron tres tareas que requirieron del empleo de técnicas cuantitativas y, especialmente, de la técnica cualitativa del análisis de contenido.

##### · Análisis de la disponibilidad de los diputados de las Cortes Valencianas a la hora de publicar su dirección de correo electrónico en la página web de la institución

En primer lugar se analizó la disponibilidad de los diputados de las Cortes Valencianas para publicar su dirección de correo electrónico en su ficha personal de la página web de la institución. Tras un trabajo de observación, los 99 diputados autonómicos se clasificaron en un cuadro en función de si hacían pública o no su cuenta electrónica en ese espacio. Esa clasificación se refleja en el cuadro 8 que, aunque ya ha aparecido, volverá a referenciarse en más ocasiones a lo largo del trabajo.

**Cuadro 8. Diputad@s que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Parlamento
PP	23 (42,5 %)	31 (57,5 %)	54
PSPV	14 (36,8 %)	24 (63,1 %)	38
Compromís	4 (100 %)	0	4
No adscritos	1 (33,3 %)	2 (66,6 %)	3
Total (número de diputados)	42 (42,4 %)	57 (57,6 %)	99 (100 %)

Fuente: <[http://www.cortsvalecienes.es/Diputados?id\\_nodo=4012&accion=1&orden=1&keyword=&auditoria=F](http://www.cortsvalecienes.es/Diputados?id_nodo=4012&accion=1&orden=1&keyword=&auditoria=F)>. Fecha de consulta: 14/02/2010, 15/04/2010 y 28/03/2011.

En un primer momento los porcentajes sorprendieron al investigador por el escaso grado de disponibilidad de los diputados valencianos a la hora de hacer pública su cuenta de correo. No obstante, y para poder interpretar estos datos sobre un marco sólido, se decidió comparar el Parlamento Valenciano con el caso de otras instituciones parlamentarias nacionales e internacionales. Para ello se escogieron los Parlamentos de las regiones españolas con mayor y menor grado de penetración de internet entre su población en el momento de efectuar la comparativa (septiembre de 2010). Así, la comparación se estableció con la Asamblea de Madrid (la región española con mayor penetración de internet con el 59,3 por ciento de la población internauta), el Parlament de Catalunya (la segunda autonomía con mayor penetración de internet, donde el 59 por ciento de la población es internauta) y el Parlamento de Galicia (la región española con el nivel de penetración de internet más bajo, donde sólo el 41,5 por ciento de la población es usuaria de internet). Asimismo, se escogió el Parlamento de Asturias, por tratarse de una región con un nivel de penetración de internet similar al de la Comunidad Valenciana (51 por ciento) (AIMC, 2010).

Para esta tarea también se escogieron el Congreso de los Diputados, el Senado español y el Parlamento Europeo, como instituciones supremas de la voluntad popular elegidas por los ciudadanos españoles y europeos a través de unas elecciones democráticas. Tras un trabajo de observación de los sitios web de cada una de esas instituciones, el investigador clasificó a sus miembros electos en función de si hacían pública o no una cuenta de correo electrónico en su ficha personal de la página web. Sólo se aceptaron aquellas direcciones gestionadas por los propios parlamentarios. La tarea de observación indicó al investigador que la dirección electrónica que estas instituciones proporcionan al diputado está formada habitualmente por su nombre y apellidos más el indicativo propio de la Cámara. Por ejemplo, *jose.manuel.balseiro.oro@parlamentodegalicia.es*, *inesayalalender@europarl.europa.eu*; *merce.pigem@diputada.congreso.es*. Se aceptaron las cuentas que estaban construidas sobre este patrón y que denotaban que la dirección pertenecía y era gestionada por el diputado. En cambio, se rechazaron aquellos casos de diputados que incluían direcciones genéricas del grupo parlamentario o del ayuntamiento al que pertenecían (por ejemplo, *gpsocialista@congreso.es* o *ayuntamientoparla@pp.es*).

Tomando como referencia este criterio, se plasmó en un cuadro resumen la disponibilidad de los diputados de cada institución parlamentaria a la hora de facilitar su cuenta de correo en su ficha personal de la página web de la cámara. Los datos se redujeron a porcentajes mediante operaciones estadísticas que permitieron establecer la comparación con el caso de las Cortes Valencianas. La comparación de esos porcentajes permitió establecer las conclusiones que se reflejan en los apartados dedicados al análisis de resultados y a las conclusiones del trabajo.



- **Análisis de la disponibilidad de los diputados de las Cortes Valencianas a la hora de publicar su dirección de correo electrónico a partir de las variables de sexo, edad, grupo parlamentario y responsabilidad política fuera del Parlamento**

El objetivo de este apartado pasaba por analizar si las variables sexo, edad, grupo parlamentario o responsabilidad política fuera del Parlamento influían de algún modo en la decisión del diputado a la hora de hacer pública su cuenta de correo electrónico a través de la página web de la institución. Conviene recordar que la hipótesis de partida planteaba, en uno de sus extremos, averiguar si los diputados de los grupos minoritarios prestaban más atención y hacían un uso más intensivo del correo electrónico para comunicarse de manera directa con la ciudadanía. De esta manera, el cruce de las variables «grupo parlamentario» y «diputados que hacen pública su dirección de correo» se convertía en un indicativo que podía avanzar al investigador la dirección que podía tomar la hipótesis de partida. Asimismo, interesaba cruzar la variable «edad» con la variable «diputados que no hacen pública su dirección de correo» para observar la posible presencia de una brecha digital en el Parlamento en cuanto a las dificultades de los diputados más mayores para manejar las herramientas de las tecnologías de la información. Los datos se redujeron a porcentajes a través de operaciones estadísticas que permitieron cruzar las variables y obtener las conclusiones que se especifican en los apartados dedicados al análisis de resultados y a las conclusiones del trabajo.

- **Análisis de los porcentajes de respuestas obtenidos y análisis de contenido del trabajo de campo**

Los puntos anteriores se habían dedicado a aportar información acerca de la disponibilidad de los diputados del Parlamento Valenciano a la hora de hacer pública su dirección de correo electrónico en su ficha personal del sitio web del Parlamento. Es decir, hasta el momento se conocía quiénes incluyen esta vía de contacto y qué perfil poseen. El siguiente paso consistió en averiguar si, además de publicar su cuenta de e-mail, la utilizan para mantener una relación directa e interactiva con los ciudadanos que se dirigen a ellos a través de esta herramienta. En otras palabras, nos interesaba saber si responden a los ciudadanos anónimos que les escriben correos electrónicos (desde el punto de vista del recuento cuantitativo) y qué clase de respuesta ofrecen (desde el punto de vista cualitativo). Para ello se procedió, en primer lugar, a analizar los porcentajes de respuestas recibidas por parte de los diputados en cada una de las tres oleadas efectuadas. Se aplicaron técnicas cuantitativas estadísticas para transformar los datos de cada una de las tres oleadas en porcentajes de respuesta y establecer una comparación entre ellas.

En segundo lugar se procedió a analizar el contenido de cada una de las respuestas obtenidas a través de la técnica cualitativa del análisis de contenido. Conviene recordar que, además del porcentaje de contestaciones, nos interesaba

conocer qué clase de respuestas ofrecen los diputados. Es decir, no podían considerarse igual aquellas contestaciones efectuadas en una sola línea que aquellas en las que los diputados se detenían en argumentaciones, ejemplos y razonamientos. Para ello se aplicaron las siguientes categorías con sus respectivos indicadores.

· **Categoría RESPUESTA:**

**Indicadores: respuesta / no respuesta:** a partir de esta categoría se contabilizan los porcentajes de diputados que han respondido en cada una de las oleadas.

· **Categoría ACCIÓN:**

**Indicadores: respuesta automática / respuesta personalizada:** a partir de su utilización se establece una distinción entre aquellas respuestas generadas de forma automática por un sistema y aquellas redactadas personalmente por el diputado como contestación al remitente que le había escrito previamente. El objetivo de aplicación de esta categoría es conocer la clase de respuestas que ofrecen los diputados y su grado de implicación en esa contestación.

· **Categoría CONTENIDO:**

**Indicadores: respuesta sucinta / respuesta argumentada / respuesta disociada:** la aplicación de esta categoría encuentra su razón de ser en la redacción de los correos que cada uno de los ciudadanos anónimos remitió a los diputados en cada una de las oleadas. Tal como se ha explicado anteriormente, cada correo interpelaba al diputado por un tema en concreto en función de su especialidad o área de responsabilidad en el Parlamento. Es decir, se plantean cuestiones específicas que requieren de respuestas de un calibre similar. Así, se entienden como respuestas argumentadas aquellas en las que el diputado responde a la cuestión que le plantea su interlocutor. No se entra a valorar las posiciones ideológicas que se desprenden de las respuestas, ni tampoco su mayor o menor propensión a la hora de defender las tesis de su partido y atacar las de la oposición. La clave para evaluar la calidad de la contestación es que la respuesta del diputado resuelva la duda inicial que su interlocutor le había planteado en el correo.

En cambio, se estima que se trata de una respuesta sucinta cuando el diputado no contesta a la cuestión que se le ha formulado en el correo. En su lugar, ofrece una contestación en la que simplemente advierte de que ha recibido el correo y añade que indagará en su contenido. Pongamos por ejemplo un ciudadano que interpela a un diputado sobre el estado de las becas para los comedores escolares, a lo que el parlamentario ofrece la siguiente contestación: «Tiene usted razón. Es un tema que preocupa mucho el de las becas para comedor y sobre el cual estamos trabajando». Como se observará más adelante, se han recibido varios correos con contestaciones similares.

Por último, son respuestas disociadas aquellas que no tienen nada que ver con la cuestión inicial que se había planteado al interlocutor. Por ejemplo, se le interpela al diputado en cuestión sobre las medidas de protección a las víctimas de la violencia de género que incorpora la nueva legislación y éste responde con una disquisición acerca del papel de la mujer en las sociedades patriarcales. No contesta a la pregunta y ofrece una respuesta alejada del contenido.

· **Categoría TIEMPO:**

**Indicadores: respuesta inmediata / respuesta demorada en el tiempo:** se consideran respuestas inmediatas aquellas que se reciben dentro de los tres días posteriores al envío del correo. Las que llegan pasado ese período inicial se consideran demoradas en el tiempo. No se establece ningún límite a partir del cual las respuestas recibidas no se consideran válidas.

La descomposición de los datos en porcentajes de respuesta, y su posterior análisis de contenido, han servido de base para poder establecer las inferencias y las interpretaciones a partir de los resultados obtenidos. Asimismo, se han establecido correlaciones entre las revelaciones efectuadas por los diputados durante las entrevistas personales y el comportamiento real de los sujetos que arrojaban los datos del trabajo de campo. El cruce estructurado de los datos provenientes de las distintas fuentes permite resolver los objetivos planteados en el trabajo de investigación.

El proceso de investigación alcanza su fase final con la llamada «fase informativa», que consiste en la redacción de cada uno de los capítulos y apartados que componen este trabajo (RODRÍGUEZ GÓMEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. 1999: 76). La fase informativa culmina en el momento en el que se presentan y difunden los resultados y conclusiones ante el tribunal evaluador correspondiente.



## 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS



El análisis de resultados que a continuación se expone está basado en dos movimientos fundamentales que responden a la formulación de objetivos e hipótesis del trabajo. En primer lugar se analiza la disponibilidad de los diputados autonómicos de las Cortes Valencianas para facilitar su dirección de correo electrónico a través de su ficha personal alojada en la página web de la institución. Para ello se analiza individualmente el caso de cada diputado en función de una serie de variables como el grupo parlamentario al que pertenece, el sexo, la edad o la responsabilidad política que tiene fuera del hemiciclo. El objetivo, en esta primera parte, es descubrir la influencia de esos factores en el uso que los parlamentarios realizan del correo electrónico como herramienta de comunicación directa con el ciudadano.

Para obtener una impresión más certera de este escenario se ha decidido comparar el porcentaje de diputados que hacen pública su dirección de correo electrónico en la página web de las Cortes Valencianas con los porcentajes que arrojan otros parlamentos de carácter regional, nacional e internacional. Esta ponderación de resultados ofrece la posibilidad de comprobar la apuesta que se hace por esta vía de comunicación y su grado de implantación en la institución que representa el objeto de estudio de este trabajo.

En segundo lugar se analizan los resultados del trabajo de campo que se han descrito en los apartados dedicados a la metodología y al trabajo de campo. El análisis se ha dividido en tres partes, que corresponden a cada una de las oleadas de envíos de correos electrónicos que se realizaron durante el trabajo de campo. Además de ofrecer los datos del porcentaje de diputados que contestaron en cada una de las oleadas, se ha efectuado un análisis de contenido de cada una de las respuestas. Para ello se han tomado las categorías e indicadores que permiten abordar esta tarea, y que se han descrito en el apartado 4.1.

Asimismo, las conclusiones que aporta este análisis de resultados se complementan con el testimonio de los diputados de las Cortes Valencianas, cuyas opiniones personales se van desgranando a lo largo de este apartado quinto. Sus impresiones, recogidas por el investigador a lo largo de diez entrevistas personales, constituyen un aporte enriquecedor para el objeto de estudio. Para guardar su anonimato, cada entrevistado se identifica con un número del 1 al 10 (entrevistado o diputado número 1; entrevistado o diputado número 4, etc.). Esta estructuración

no guarda ninguna relación con el orden en que se realizaron las entrevistas, y que aparece reflejado en el cuadro número 6.

Además de contrastar los resultados empíricos del trabajo de campo, las entrevistas personales permiten conocer el uso profesional y cotidiano que los parlamentarios realizan de las nuevas tecnologías en su relación con los electores. Las conclusiones que se aportan se obtienen a partir del cruce y la interpretación de los datos recogidos de cada una de las fuentes. La presencia de correlaciones entre las intenciones declaradas por los diputados durante las entrevistas personales, y su comportamiento real registrado durante la investigación del trabajo de campo, han sido las bases para intentar responder a los objetivos e hipótesis de partida.

## **5.1. ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD DE LOS DIPUTADOS DE LAS CORTES VALENCIANAS A LA HORA DE PUBLICAR SU DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO EN LA PÁGINA WEB DE LA INSTITUCIÓN**

El e-mail se ha convertido en una de las herramientas electrónicas de internet con mayor penetración entre la población española. De hecho, muchas de las comunicaciones diarias a nivel profesional y personal se realizan a través del envío de e-mails. Hoy es difícil pensar en un estudiante, un profesor, un médico, un periodista o un empleado de oficina que no tenga una dirección de correo electrónico a través de la cual envía o recibe información de toda índole. Además, la cada vez mayor implantación de dispositivos móviles con conexión a internet no hace sino incrementar las posibilidades de utilizar esta herramienta sin las limitaciones de tiempo o espacio que antes podían existir. Según la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) el correo electrónico es el servicio más utilizado dentro del abanico de posibilidades que ofrece internet en España. Lo emplean diariamente el 86,5 por ciento de los internautas. La lectura de noticias y el envío de mensajes instantáneos son los siguientes en la lista de servicios más utilizados, si bien se encuentran a una distancia considerable. Los emplean el 56 y el 47,7 por ciento de los usuarios de internet (AIMC, 2011b).

El 61,4 por ciento de la población española de 15 y más años sabe manejar un ordenador. De ellos, más de la mitad poseen un nivel avanzado o experto. Respecto al uso de internet, el 55,7 por ciento sabe utilizarlo y de ellos más del 60 por ciento se maneja con alguna o mucha soltura. Las aplicaciones informáticas más conocidas son los procesadores de texto y las hojas de cálculo, mientras que en internet los navegadores, los programas de mensajería y los de correo electrónico son los que maneja un mayor número de personas. Según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el 39,8 por ciento de la población española sabe cómo se utiliza el correo electrónico. De ellos, casi el 36 por ciento poseen conocimientos avanzados sobre esta herramienta.



En España existen 17 millones de personas que poseían una dirección de e-mail propia durante el cuarto trimestre de 2009. La cifra es un nueve por ciento superior a la del mismo período del año anterior. Asimismo, se considera que el 72 por ciento de los internautas de 15 años o más poseen una dirección de correo electrónico propia (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009b: 9 y 35).

Los datos avalan la importante penetración del correo electrónico entre los usuarios de internet españoles. Es decir, la gran mayoría de los internautas saben utilizar esta herramienta. Por lo tanto, se puede afirmar que uno de los extremos de la cadena, en este caso los ciudadanos, está familiarizado con el e-mail y lo utiliza en su día a día, ya sea para actividades personales o bien profesionales. El siguiente paso que convendría dar para cumplir con los objetivos de la investigación consistiría en averiguar qué ocurre en el otro extremo de la cadena, es decir, en el extremo que ocupan los representantes políticos. El objetivo es conocer si los diputados de las Cortes Valencianas atienden a su correo electrónico profesional para establecer una comunicación directa con los ciudadanos. Queremos saber cómo y cuándo leen este correo, si responden a las peticiones de los ciudadanos y qué tipo de respuestas ofrecen. No obstante, y a causa de la magnitud de la tarea, es necesario acercarse a ese propósito a través de pequeños pasos.

La tarea de aproximación parte de la información obtenida en las entrevistas personales con los diputados. De ahí proviene la confirmación de que todos los diputados del Parlamento de la Comunidad Valenciana poseen una dirección de correo electrónico profesional. La propia institución se la facilita cuando toman posesión de su escaño. Generalmente se trata de la inicial de su nombre junto a su apellido y el identificador de la institución (por ejemplo, *mmartinez@corts.es*, *mmolla@corts.es*, *jsubias@corts.es*) Junto a ella se les entrega un ordenador portátil y un teléfono móvil de última generación a través del cual pueden tener acceso, en cualquier momento y lugar, a su correo electrónico, entre otros servicios del Parlamento. El diputado número 2 explica que, al inicio de la legislatura, los responsables de la institución solicitan a los diputados la información que cada uno de ellos desea que aparezca en los datos de contacto de su ficha personal dentro de la página web de las Cortes. «Las Cortes, en tu ficha personal, te pide qué información quieres que se publique. Nosotros sí publicamos la dirección de correo electrónico. Junto a ella hay un pequeño currículum con información sobre nosotros». El diputado se refiere a la breve reseña biográfica que aparece en la ficha, con información acerca de su fecha y lugar de nacimiento, estudios, trayectoria política y comisiones a las que pertenece dentro de la institución. La ficha es personal, de manera que cada implicado decide la información que aparece en ella. En consecuencia, la decisión de que figure publicada una dirección de correo electrónico de contacto es competencia del parlamentario en cuestión, que debe solicitar la inclusión de ese enlace. A ojos del internauta, la ficha personal de cada diputado tiene la siguiente apariencia.

Fuente: <[http://www.cortsvalencianes.es/DiputadoFicha?accion=1&id=341&id\\_nodo=4012](http://www.cortsvalencianes.es/DiputadoFicha?accion=1&id=341&id_nodo=4012)>. Fecha de consulta: 21/09/2010.

Tal como se observa en la imagen importada desde la web de la institución, la ficha de esta diputada sí incluye, junto a su currículum y listado de comisiones a las que pertenece, la cuenta de correo de la institución a través de la cual es posible contactar con ella.

El e-mail de las Cortes es una herramienta importante para la actividad diaria de los diputados en la configuración de su agenda y en su relación con la institución. Sobre este punto, el diputado número 2 también asegura que «este correo también es nuestro enlace con las administrativas que trabajan aquí. Los enlaces sobre los decretos que se publican en los diarios oficiales te los envían ahí. Entonces es muy grande la cantidad de e-mails que recibimos a nivel administrativo. Luego hay muchas plataformas que nos tienen agregados a su base de datos y que nos envían todo lo que hacen».

Otro compañero de escaño, en este caso el diputado número 9, dice que sólo utiliza el e-mail de las Cortes para recibir información administrativa o documentación parlamentaria acerca de plenos o convocatorias, aunque matiza que si le llegan correos de ciudadanos o instituciones los contesta sin ningún problema.

El cuadro 9 muestra el porcentaje de diputados de las Cortes que publican su dirección de correo electrónico en la página web de la institución. Llama la

atención, en un primer repaso de los datos, que el porcentaje de los que no facilitan su dirección de correo electrónico (57,6 por ciento) sea mayor de los que sí incluyen esta vía de contacto (42,4 por ciento). Es decir, en la llamada sociedad de la información más de la mitad de los diputados son inaccesibles a través del correo electrónico, una herramienta que, tal como se ha visto anteriormente, se ha convertido en la más utilizada por los internautas: la emplean diariamente el 86,5 por ciento de los usuarios de internet (AIMC, 2011b).

**Cuadro 9. Diputad@s que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Parlamento
PP	23	31	54
PSPV	14	24	38
Compromís	4	0	4
No adscritos	1	2	3
Total (número de diputados)	42 (42,4 %)	57 (57,6 %)	99

Fuente: <[http://www.cortsvalecianas.es/Diputados?id\\_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F](http://www.cortsvalecianas.es/Diputados?id_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F)>. Fecha de consulta: 14/02/2010, 15/04/2010 y 28/03/2011.

De estos porcentajes se obtiene una primera conclusión que afecta, especialmente, a los ciudadanos como receptores de la actividad legislativa y parlamentaria que se elabora en las Cortes Valencianas. El 57,6 por ciento de los diputados de las Cortes son inaccesibles a los ciudadanos de la Comunidad Valenciana a través del correo electrónico. Es decir, aquellos que deseen contactar con ellos para realizar una sugerencia, trasladar una propuesta, o bien proponer un tema para el debate y la reflexión, deben buscar una vía de comunicación alternativa. A la vista de estos datos da la sensación de que internet no está en condiciones, de momento, de acercarse en la Comunidad Valenciana a esa «democracia replicante» a la que se refería Dader y que conducía, según Serra Giménez, a una «profundización» en la democracia (DADER, J. L. 2003: 311-316; SERRA GIMÉNEZ, F. 2002: 115). Decimos que no está en condiciones porque más de la mitad de los diputados autonómicos no se pueden contactar a través de la herramienta con mayor penetración en la red.

Un repaso por estos datos podría inducirnos a pensar que aquellos que no incluyen el e-mail en su ficha personal pueden preferir otras vías de comunicación electrónica interactiva con la ciudadanía como, por ejemplo, las redes sociales. Esta posibilidad también se ha analizado en las entrevistas personales con los parlamentarios. Sólo el diputado número 3 no tiene perfil en ninguna red social.

El resto está en la red social Facebook, aunque algunos poseen perfiles en varias redes sociales a la vez. A pesar de la presencia de los diputados en la red, la interacción a través de este canal presenta muchas barreras para los ciudadanos anónimos. De hecho, sólo los diputados número 2 y número 5 reconocen abiertamente que poseen un perfil en Facebook, del cual hacen un uso profesional como diputados autonómicos y militantes de su partido. Aseguran que agregan a todo aquel que les solicita amistad, con independencia de que lo conozcan o no. El resto de diputados filtran las solicitudes de amistad que les llegan, alguno de ellos con criterios bastante estrictos.

Entre las razones que justifican su actuación, el diputado número 5 explica: «las acepto todas porque esto no es unidireccional y es muy importante saber que cada vez que digo algo hay 700 personas que van a tener acceso al instante». El diputado número 2, en cambio, explica que ha creado dos perfiles de Facebook, uno personal y otro profesional. En el primero, que gestiona con un nombre falso, tiene una sólo una decena de contactos entre amigos y familiares. En el segundo, que gestiona con su nombre real, posee casi 700 contactos. Asegura que desde la dirección del partido le han insistido que acepte a todo el mundo y que explote su perfil como una vía de comunicación política. «Antes meditaba a quien aceptaba o no, pero ahora ya me han dicho que agregue a todo aquel que lo solicita. Ahora se ha convertido en una plataforma de comunicación política. Me aconsejan que continúe haciendo algún comentario más personal, colgando alguna foto de algún viaje etcétera. La gente cree que es interesante ver tu parte estrictamente política, pero también la personal».

Otros compañeros de escaño, en cambio, actúan de manera diferente, bien porque emplean Facebook a nivel privado, bien porque no aceptan todas las solicitudes de amistad que les ofrecen. El entrevistado número 10 sostiene que su condición para agregar nuevos perfiles es tener amigos compartidos. «Acepto a todos, siempre y cuando tengamos amigos compartidos». Es el mismo criterio que emplea el entrevistado número 9, que incluso llega a detallar las condiciones que impone a las nuevas solicitudes. «Si no conozco personalmente a la persona que me quiere agregar como amigo sí que pido, al menos, tener 25 ó 30 amigos en común con otros amigos. Mi filtro es compartir amigos comunes en un número de unos 25 aproximadamente».

Para el diputado número 8, el principal problema de Facebook es la seguridad. Reconoce que estudia cada una de las solicitudes que le llegan y añade que ha dejado de publicar en el muro aquellos post que hacían referencia a su agenda diaria, y a través de los cuales era posible identificar si en un momento determinado estaba en una reunión en Madrid o en un encuentro con colectivos municipales en una determinada localidad. «Cuando alguien me hace un comentario en el muro yo siempre le envío un correo en privado y le digo: sobre esto hay esto. Por favor, contéstame en privado y te continúo contestando en privado. Más que nada, es por eso de saber con quién estás hablando, y que no interfiera en esa

conversación gente que puede no ser quien dice que es». Según este diputado, para garantizar la seguridad de las comunicaciones a través de las redes sociales se deberían establecer unos estándares de calidad que impidieran suplantar personalidades, y garantizar la identificación real y verdadera de cada uno de los actores que participa en una conversación.

A partir de las opiniones de los diputados entrevistados, se puede asegurar que las redes sociales tampoco se configuran como canales de comunicación directa con la ciudadanía, especialmente por las restricciones que imponen algunos de ellos en su uso profesional. El criterio de compartir amigos que mencionan dos de los parlamentarios puede convertirse en un impedimento definitivo para multitud de ciudadanos anónimos que deseen ponerse en contacto con los legisladores públicos. Así, si al hecho de que 57 diputados de las Cortes que no hacen pública su cuenta de correo electrónico le añadimos los filtros o contrapartidas que algunos de ellos imponen en su gestión diaria de las redes sociales nos encontramos ante un corpus de parlamentarios que se convierten en elementos aislados en el ejercicio de la comunicación directa con la ciudadanía a través de las herramientas que ofrece internet.

A la luz del sentido común parece lógico pensar que una institución que descansa sobre los principios de la voluntad popular debería multiplicar sus conexiones directas con los ciudadanos emisores de esa voluntad. Conviene recordar que esa comunicación directa sí es posible en la actualidad gracias a las tecnologías de la información y la comunicación. En la actualidad no existe ninguna normativa legal que obligue a los parlamentos a poner en manos de los ciudadanos las herramientas para que esta relación política permanente sea posible, pero no es menos cierto que en la sociedad de la información son cada vez más los individuos que esperan poder comunicarse con sus representantes y recibir algún tipo de respuesta.

La Unión Interparlamentaria, en sus directrices para sitios web parlamentarios, aconseja la disponibilidad de herramientas que hagan posible la comunicación entre diputados y ciudadanos. En uno de sus puntos, destaca la importancia de poder contactar con los legisladores mediante mensajes de correo electrónico no estructurados o formularios electrónicos. En concreto, se refiere a «herramientas que permitan a los diputados, las comisiones y los funcionarios recibir, administrar y responder de manera eficiente a los correos electrónicos de los ciudadanos y la sociedad civil».

Sus recomendaciones también se hacen extensivas a la posibilidad de contar con herramientas interactivas como blogs, foros y debates en línea, así como la disponibilidad de sistemas que permitan realizar votaciones en línea «cuando el tema es lo suficientemente importante y los resultados se consideran útiles» (UNIÓN INTERPALAMENTARIA, 2009: 27).

En el caso de las Cortes Valencianas, además de la ausencia de una dirección de correo electrónico en el 57 por ciento de los diputados de la institución, su sitio web tampoco ofrece ninguna clase de opción para interactuar con los par-

lamentarios a través de blogs o debates electrónicos. Asimismo, la escasez de cuentas de e-mail públicas entre los diputados contrasta con la disponibilidad que muestra el resto de personal auxiliar de la institución a la hora de facilitar esta vía de contacto. Técnicos de informática, documentalistas, bibliotecarios, administrativos, economistas o secretarías de la institución facilitan no sólo su cuenta de correo electrónico sino también su extensión telefónica a través de la opción «directorio».<sup>20</sup>

A la vista de los datos, y siguiendo las recomendaciones de la Unión Interparlamentaria, se puede afirmar que las Cortes Valencianas no facilitan el diálogo entre ciudadanos y diputados a través de las herramientas que ofrece internet. Ahora bien, ¿cuál es el alcance y la magnitud de esos porcentajes de diputados que hacen pública o no su cuenta de correo? ¿Qué significa que sólo el 42 por ciento de los diputados de las Cortes Valencianas ofrecen una dirección de e-mail para contactar? ¿Se trata de una situación normalizada o excepcional? La respuesta a estas preguntas sólo se puede obtener si se abre el foco del análisis y se compara la situación del Parlamento Valenciano con la de otras instituciones parlamentarias. Para ello se han seleccionado cuatro parlamentos regionales pertenecientes a cuatro comunidades autónomas con diferentes grados de penetración de internet: Madrid, Cataluña, Asturias y Galicia.

La elección de estas autonomías responde a los datos de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. Según la AIMC, en el momento de redactar las conclusiones del trabajo de campo y el análisis de resultados (septiembre de 2010), Madrid es la comunidad autónoma española con mayor grado de penetración de internet entre su población (el 59,3 por ciento de la población es internauta). A continuación se sitúa Cataluña, donde la penetración de internet llega al 59 por ciento de la población. El extremo opuesto de la lista lo ocupa Galicia, la comunidad autónoma española con menor grado de penetración de la red (el 41,5 por ciento de la población es internauta). La Comunidad Valenciana, objeto de estudio del trabajo de investigación, se sitúa en una zona media, con una penetración del 51 por ciento. Se encuentra al nivel de Asturias, que cuenta con un grado de penetración de internet el 51,1 por ciento (AIMC, 2010). La comparación con regiones de mayor, menor e igual penetración de internet entre su población permite efectuar una composición de la fotografía acerca del grado de implantación de las tecnologías de la información y la comunicación dentro de la institución parlamentaria.

El cuadro 10 muestra el porcentaje de diputados del Parlamento Gallego que publican su dirección de correo electrónico en la página web de la institución. El criterio, tal como se ha aplicado en el caso de las Cortes Valencianas, es que la cuenta de correo sea personal y propia de cada diputado. Así, se ha rechazado el caso de siete diputados que ofrecían direcciones de correo genéricas del partido o del grupo parlamentario.

<sup>20</sup> Fuente: <[http://www.cortsvalencianes.es/Empleados?id\\_nodo=4072&accion=1&orden=1&&keyw ord=&auditoria=F](http://www.cortsvalencianes.es/Empleados?id_nodo=4072&accion=1&orden=1&&keyw ord=&auditoria=F)>. Fecha de consulta: 12/09/2010.

**Cuadro 10. Diputad@s del Parlamento de Galicia que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución**

Grupo parlamentario (G.P)	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Diputados
G.P. Popular de Galicia (PPdG)	37	1	38
G.P. Socialista de Galicia (PSdG)	20	5	25
G.P. Bloque Nacionalista Galego (BNG)	11	1	12
<b>Total</b>	<b>68 (90,7%)</b>	<b>7 (9,3%)</b>	<b>75</b>

Fuente: <[http://www.parlamentodegalicia.com/sites/ParlamentoGalicia/Contenidogal/pargal\\_btc\\_directorio.aspx](http://www.parlamentodegalicia.com/sites/ParlamentoGalicia/Contenidogal/pargal_btc_directorio.aspx)>. Fecha de consulta: 17/09/2010.

A pesar de tratarse de la comunidad autónoma española con menor grado de penetración de internet, las cifras muestran un elevado grado de implantación de internet dentro de la actividad de los parlamentarios. Casi el 91 por ciento de los diputados publican una dirección electrónica de contacto en su ficha personal. Sólo con siete de los 75 miembros electos del Parlamento no es posible contactar a través de esta herramienta. Llama la atención que un total de cuatro diputados del Grupo Parlamentario Popular ofrecen, además del e-mail, un número de teléfono móvil dentro de los datos de contacto. Sin conocer a ciencia cierta si se trata de un número personal, su comportamiento marca un patrón diferenciado respecto a la mayoría de diputados, que incluyen el teléfono de la centralita del Parlamento.

El caso de Galicia no se repite en la Asamblea de Madrid que, a pesar de ser la institución parlamentaria de la región española con mayor grado de penetración de internet, muestra una nula disponibilidad entre sus diputados a la hora de facilitar una dirección electrónica de contacto. Tal como muestra el cuadro 11, ninguno de los diputados de la Asamblea de Madrid ofrece en su ficha personal una cuenta de correo para que los ciudadanos se puedan comunicar directamente con ellos. La información en esta ficha se reduce a datos biográficos y un repaso a la trayectoria política de cada uno de ellos. Sólo cuatro parlamentarios incluyen un enlace a su blog dentro de su ficha personal. Uno de ellos es el diputado del Grupo Parlamentario Popular David Pérez, que sí incluye en su bitácora algunos datos de contacto. Entre esa información figura una cuenta de correo personal de la propia institución ([dperez@asambleamadrid.es](mailto:dperez@asambleamadrid.es)), por lo que se intuye que los diputados sí cuentan con un e-mail personal de la Asamblea de Madrid aunque no lo hacen público.

**Cuadro 11. Diputad@s de la Asamblea de Madrid que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución**

Grupo parlamentario (G.P)	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Diputados
G.P Popular	0	64	64
G.P Socialista	0	42	42
G.P Izquierda Unida	0	11	11
No adscritos	0	3	3
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>120</b>	<b>120</b>

Fuente: <<http://www.asambleamadrid.es/AsambleaDeMadrid/ES/QueEsLaAsamblea/ComposicionAsamblea/RelacionDiputados/RelacionAlfabeticaDiputados.htm>>. Fecha de consulta: 18/09/2010.

A continuación de Madrid, Cataluña es la segunda comunidad autónoma española con mayor grado de penetración de internet dentro de su población. A pesar de este aparente desarrollo, el análisis de su sitio web parlamentario apunta a la escasa disposición de sus diputados a la hora de ofrecer una cuenta de correo para que los ciudadanos se puedan dirigir a ellos. Tal como explica el cuadro 12, apenas el 20 por ciento de los parlamentarios hacen pública esta herramienta de contacto en su ficha personal. Además, el manejo de las direcciones, en el caso de los que las publican, no está exento de cierta dificultad para los usuarios menos avanzados. El sistema obliga a enviar el correo a través de un programa predefinido como el Outlook, que es necesario tener configurado e instalado en el ordenador. De lo contrario, no se puede manipular esta opción.

A pesar de la escasa voluntad de los diputados de facilitar su dirección de correo electrónico, su disponibilidad es mayor cuando se trata de incluir el enlace o la dirección a su blog, página personal o perfil de Twitter. Lo hacen el 51 por ciento de los parlamentarios. Un total de 69 de los 135 diputados publican esta clase de enlaces dentro de su ficha personal. De hecho, algunos de los que no incluyen cuenta de correo sí que publican este tipo de enlaces. En estos casos, las oportunidades de comunicación directa entre ciudadanos y diputados sí que existen, ya que la mayoría de blogs o páginas personales ofrecen formularios de sugerencias. A pesar de todo, esta opción obliga a los usuarios a realizar un esfuerzo extra para poder contactar directamente con el diputado en cuestión. Además, se observa un patrón de comportamiento diferenciado con aquellos diputados que incluyen ambas posibilidades de contacto, es decir, el e-mail y la dirección del blog o página personal. En consecuencia, y siguiendo el criterio que se había marcado, sólo se han contabilizado aquellos parlamentarios que hacen pública una dirección de correo propia dentro de su ficha personal.



**Cuadro 12. Diputad@s del Parlamento de Cataluña que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución**

Grupo parlamentario (G.P)	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Diputados
G.P. Convergència i Unió	13	35	48
G.P. Socialistes - Ciutadans pel canvi	6	31	37
G.P. Esquerra Republicana de Catalunya (ERC)	3	18	21
G.P. Partido Popular de Cataluña	0	14	14
G.P. Iniciativa per Catalunya Verds - Esquerra Unida i Alternativa	4	8	12
G.P. Mixto	0	3	3
<b>Total</b>	<b>26 (19,3%)</b>	<b>109 (80,7%)</b>	<b>135</b>

Fuente: <<http://www.parlament.cat/web/composicio/grups-parlamentaris>>. Fecha de consulta: 16/09/2010.

En el cuadro 13 se pueden apreciar los porcentajes de diputados que hacen pública su cuenta de correo dentro del Parlamento de Asturias, una región que cuenta con un nivel de penetración de internet similar al de la Comunidad Valenciana. Tal como muestran los datos, la disponibilidad de los diputados a la hora de articular esta vía de comunicación directa con la ciudadanía es nula.

**Cuadro 13. Diputad@s de la Junta General del Principado de Asturias que publican su dirección de correo electrónico en la página web de la institución**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Parlamento
G.P. Socialista	0	21	21
G.P. Popular	0	20	20
G.P. de Izquierda Unida - Bloque por Asturias - Los Verdes	0	3	3
G.P. Mixto	0	1	1
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>45</b>	<b>45</b>

Fuente: <<http://www.jgpa.es/tratarBuscadorDiputado.do?idLegislatura=7&texto=&paginaActual=1&grupoParlamentarioTexto=&idGrupoParlamentario=0&ordenacion=ASC>>. Fecha de consulta: 11/09/2010.

Ninguno de los 45 miembros electos de la institución tiene una cuenta de correo electrónico pública a disposición de la ciudadanía. De nuevo, la ficha personal de cada uno de los diputados se reduce a datos de contacto personales y un resumen de su trayectoria política. La única posibilidad de comunicación directa con la institución se articula a través de un formulario de contacto con campos predeterminados, en el que no se informa de quién recibe o gestiona esas comunicaciones.

Llegados a este punto se puede afirmar que el grado de penetración de internet en una región no guarda una relación directa con la apuesta de sus diputados por las nuevas tecnologías de la información como vía de comunicación directa con los ciudadanos. Se observa, especialmente, en el caso de Galicia. Los diputados de la comunidad autónoma española con la penetración de internet más baja muestran una elevada disponibilidad a la hora de publicar una cuenta de correo en el sitio web de la institución. En el caso de Madrid, la región con mayor grado de implantación de internet entre la población, ocurre exactamente lo contrario.

Si se comparan las realidades de estas instituciones con la de las Cortes Valencianas se puede decir que la disponibilidad de los diputados valencianos para mantener un contacto directo con los ciudadanos a través del e-mail es mayor que en las regiones de mayor penetración de internet en España. Es decir, las Cortes Valencianas están, en este apartado, mejor que la Asamblea de Madrid o el Parlamento de Cataluña. No obstante, conviene recordar que 57 de los 99 diputados de la Cámara Autonómica Valenciana no ofrecen ninguna alternativa de contacto directo con el ciudadano a través de internet, y que parlamentos como el de Galicia, donde el 90 por ciento de los diputados hacen pública su cuenta de correo, muestran una disponibilidad mucho mayor para hacer posible la comunicación directa con la ciudadanía a través de internet. En consecuencia, se puede afirmar que el nivel de desarrollo de las Cortes Valencianas en este apartado es todavía mejorable. Las oportunidades de comunicación directa entre electores y diputados a través del correo electrónico son limitadas ante las reticencias del 57 por ciento de los diputados a ofrecer una alternativa de contacto electrónico a través del sitio web de la institución.

La constatación de que un mayor nivel de desarrollo y de implicación por parte de los diputados en esta materia sí es posible se obtiene a partir de la comparación con las instituciones parlamentarias soberanas a nivel nacional y europeo. En el cuadro 14 se analiza la disponibilidad de los senadores españoles para facilitar una cuenta de correo electrónico en su ficha personal del sitio web de la institución. Tal como muestran las cifras, el 93 por ciento de la institución es accesible a través del e-mail, un porcentaje que supera ampliamente la disponibilidad de los diputados autonómicos valencianos en este apartado.

Además de los 245 senadores que ofrecen una cuenta de correo electrónico, conviene destacar que un total de 11 miembros de la institución añaden a esta información de contacto la dirección de su blog o página personal en internet.

**Cuadro 14. Senador@s que publican su dirección de correo electrónico en su ficha personal de la página web de la institución**

Grupo parlamentario (G.P)	Senadores que publican su dirección de correo electrónico	Senadores que no publican su dirección de correo electrónico	Total Senado (entre senadores electos y designados)
G.P.Popular en el senado	115	8	123
G.P.Socialista	95	10	105
G.P.Entesa Catalana de Progrés	16	0	16
G.P.Catalán en el Senado de Convergencia i Unió	7	0	7
G.P.de Senadores Nacionalistas	4	0	4
G.P.Mixto	8	0	8
<b>Total</b>	<b>245 (93,1%)</b>	<b>18 (6,9%)</b>	<b>263</b>

Fuente: <<http://www.senado.es/legis9/senadores/index.html>>. Fecha de consulta: 04/09/2010.

Los porcentajes del Senado son ligeramente inferiores a los que arroja el Congreso de los Diputados, donde un total de 297 diputados (el 84,9 por ciento de los miembros electos de la institución) hacen pública una dirección de correo. Las cifras se pueden observar en el cuadro 15, y muestran la elevada disponibilidad de los parlamentarios nacionales a la hora de articular una vía de comunicación directa con los ciudadanos.

**Cuadro 15. Diputad@s del Congreso que publican su dirección de correo electrónico en su ficha personal de la página web de la institución**

Grupo parlamentario (G.P)	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Diputados
G.P.Socialista	153	16	169
G.P.Popular en el Congreso	124	29	153
G.P.Catalán (Convergencia i Unió)	8	2	10
G.P.Vasco (EAJ-PNV)	4	2	6
G.P.de Esquerra Republicana - Izquierda Unida - Iniciativa per Catalunya Verds	5	0	5
G.P.Mixto	3	4	7
<b>Total</b>	<b>297 (84,9%)</b>	<b>53 (15,1%)</b>	<b>350</b>

Fuente: <<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/GruPar>>. Fecha de consulta: 12/09/2010

La observación de las fichas personales de cada uno de los diputados del Congreso admite una segunda lectura. Un total de 37 parlamentarios (el 10,5 por ciento de los que forman la institución) añaden una segunda cuenta de correo electrónico personal como dirección de contacto. Es decir, al lado del correo oficial y propio que les proporciona el Congreso hacen pública una segunda dirección personal gestionada por cualquiera de las plataformas comerciales. Es el caso, entre otros, del diputado del Grupo Socialista José María Benegas, que en la información de contacto incluye las dos cuentas de e-mail que maneja: *jose.benegas@diputado.congreso.es* y *josemariabenegas@hotmail.com*.

Conviene destacar esta actitud que, aunque practicada sólo por una minoría, refuerza el compromiso y la disponibilidad de los diputados para recibir y gestionar todas las consultas y propuestas de parte del electorado.

En el análisis de las fichas personales también se aprecia que un total de 85 diputados (el 24,2 por ciento de los que componen la institución) incluyen en la información de contacto el enlace a su blog o página personal en internet. Tal y como ocurría en el resto de instituciones analizadas, este comportamiento establece un patrón diferenciado con aquellos diputados que no hacen público este enlace, bien porque no poseen blog, bien porque no desean hacerlo público vinculándolo a una institución como el Congreso. Aquellos que sí lo facilitan están ofreciendo una alternativa más para mantener el contacto y la interactividad permanente con la ciudadanía.

Los patrones del Congreso de los Diputados se repiten con mayor intensidad si cabe en el Parlamento Europeo, donde el 58,5 por ciento de sus diputados poseen un blog o página personal cuya dirección hacen pública a través de su ficha personal en la página web de la institución. La magnitud de los porcentajes hace presagiar que su desarrollo tecnológico en cuanto a opciones de comunicación directa es mucho mayor en comparación con el resto de parlamentos que se han analizado en este apartado. Las previsiones aparecen confirmadas en el cuadro 16, que muestra cómo la práctica totalidad de los eurodiputados incluyen una dirección electrónica de contacto a través de su ficha personal. Apenas 11 de los 735 diputados europeos no incluyen ninguna cuenta de e-mail a través de la cual poder comunicarse con ellos. El resto la facilita dando lugar a unos porcentajes que prácticamente alcanzan al 99 por ciento de la institución.

La disponibilidad de los diputados europeos a la hora de articular esta vía de comunicación directa con la ciudadanía se convierte en un paradigma que refleja lo que debería ser una situación normalizada en el resto de instituciones parlamentarias que descansan sobre el concepto de la soberanía popular, y cuyas responsabilidades pasan por la legislación y la acción de gobierno para la ciudadanía que los ha elegido.

**Cuadro 16. Diputad@s del Parlamento Europeo que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Diputados
Grupo del Partido Popular Europeo (Demócrata-cristianos)	260	4	264
Grupo de la Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo	181	3	184
Grupo de la Alianza de los Demócratas y Liberales por Europa	84	1	85
Grupo de los Verdes / Alianza Libre Europea	54	1	55
Conservadores y Reformistas Europeos	52	2	54
Grupo Confederal de la Izquierda Unitaria Europea / Izquierda Verde Nórdica	35	0	35
Europa de la Libertad y de la Democracia	30	0	30
No inscritos	28	0	28
<b>Total</b>	<b>724 (98,5%)</b>	<b>11 (1,55)</b>	<b>735</b>

Fuente: <<http://www.europarl.europa.eu/members/expert/groupAndCountry.do?language=ES>>. Fecha de consulta: 09/09/2010.

## Conclusiones

· Los diputados de las Cortes Valencianas muestran una disposición limitada, en comparación otras instituciones parlamentarias, a la hora de articular el correo electrónico como vía de comunicación directa con la ciudadanía. Sólo el 42 por ciento de los miembros electos de la Cámara hacen pública una cuenta de e-mail a través de su ficha personal en la página web de la institución. Las cifras indican que más de la mitad de los parlamentarios se convierten en inalcanzables a través de los servicios que ofrece internet.

· La disponibilidad de los diputados de las Cortes Valencianas en cuanto a la publicación de las cuentas de correo electrónico queda muy por debajo de la que muestran parlamentos regionales, como el de Galicia; nacionales, como el

Congreso de los Diputados; o instituciones de carácter supranacional, como el Parlamento Europeo. En los tres casos analizados, los porcentajes superan el 80 por ciento de la institución llegando, en casos como el del Parlamento Europeo, al 98,5 por ciento. Estas cifras ofrecen una idea de lo que debería ser una situación normalizada en cuanto a la articulación de vías de contacto para mantener una comunicación política permanente con el electorado. Conviene recordar que en España, el correo electrónico es el servicio más utilizado por los usuarios de internet. Hacen uso de él diariamente el 86,5 por ciento de los internautas (AIMC, 2011b). Asimismo, se estima que el 72 por ciento de los internautas de 15 o más años poseen una dirección de correo electrónico propia (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009b: 35). Ante estos datos acerca de la penetración del correo electrónico entre la población parece obvio pensar que una institución democrática popular en la que menos de la mitad de sus representantes hacen efectiva esta vía de comunicación está desaprovechando las posibilidades que ofrece internet para mantener una relación interactiva con el electorado.

· Las limitaciones que ofrece el Parlamento Autonómico Valenciano para el establecimiento de una relación interactiva entre electores y representantes electos también se materializa en la ausencia de enlaces a sus blogs o páginas personales en internet de los diputados. Ninguno de los 99 parlamentarios incluye esta clase de enlaces dentro de su ficha personal del sitio web parlamentario, a pesar de que al menos cuatro de ellos (los diputados número 5, 7, 10 y 9) sí aseguraron durante la entrevista en profundidad que disponían de esta herramienta. Su actitud contrasta con la que muestran instituciones como el Congreso, el Parlamento Catalán o el Euro Parlamento, en las que sus integrantes sí aprovechan su ficha personal para incluir la dirección de contacto de su bitácora.

· El grado de penetración de internet en una región no se corresponde con el nivel de desarrollo tecnológico en cuanto a la disponibilidad de los diputados de su Parlamento para hacer públicas sus cuentas de correo electrónico. Madrid y Barcelona, las autonomías con mayor penetración de internet, muestran porcentajes muy bajos en este apartado (nulo en el caso de la región de Madrid). Por el contrario, Galicia destaca por la elevada disponibilidad de sus diputados autonómicos para facilitar esta vía de contacto, a pesar de tratarse de la autonomía española con menor penetración.

· La limitación que ofrecen las Cortes Valencianas en cuanto a la publicación de las cuentas de correo electrónico de los parlamentarios es una consecuencia derivada de la decisión de los mismos diputados. Todos los representantes de la institución cuentan con una dirección de correo desde el inicio de la legislatura. La decisión de publicarla o no en la ficha personal del sitio web parlamentario corresponde a los propios parlamentarios. En consecuencia, y aunque sí disponen de ella como mecanismo de enlace administrativo con la dirección de la institución, no todos deciden hacerla pública.

· Para aquellos diputados que no hacen pública su cuenta de correo electrónico, las redes sociales tampoco se configuran como una herramienta de comunicación efectiva con electorado. Algunos diputados aseguran hacer un uso privado de sus perfiles en Facebook mientras que otros filtran, con criterios bastante estrictos en algunos casos, las solicitudes de amistad que reciben. En consecuencia, el hecho de entrar en contacto con los diputados a través de esta vía se convierte en una tarea muy complicada para aquellos ciudadanos anónimos sin ningún tipo de contacto previo con la política.

## 5.2. ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD DE LOS DIPUTADOS DE LAS CORTES VALENCIANAS A LA HORA DE PUBLICAR SU DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO A PARTIR DE LAS VARIABLES DE SEXO, EDAD, GRUPO PARLAMENTARIO Y RESPONSABILIDAD POLÍTICA FUERA DEL PARLAMENTO

El volumen y la diversidad de una institución con 99 diputados obligan a profundizar en las características y circunstancias de cada uno de los diputados para obtener una visión más certera de quién es aquel que ofrece o no la posibilidad de entablar una relación directa a través del correo electrónico. Para ello se han analizado cada uno de los 99 casos a partir de las siguientes variables:

- **Diputados que publican su dirección de correo electrónico / diputados que no publican su dirección de correo electrónico.**
- **Grupo Parlamentario al cual pertenece el diputado (PP / PSPV / Compromís / No adscritos):** el objetivo de aplicación de esta variable es comprobar si hay diferencias de comportamiento entre los grupos mayoritarios y minoritarios en cuanto a su disponibilidad a la hora de hacer pública su dirección de correo electrónico. Tal como se establece en la formulación de hipótesis de partida, en una de sus vertientes se pretende investigar si los grupos minoritarios de la Cámara dedican una mayor atención a esta herramienta ante su escasez de recursos para realizar campañas de publicidad o acceder a medios de comunicación de masas como la televisión, la radio o la prensa.
- **Responsabilidad política fuera del Parlamento:** se considera que cumplen con esta variable aquellos diputados que, fuera de la institución, ocupan un cargo de conseller del Gobierno autonómico, presidente de la Generalitat, presidente del Parlamento Autonómico o alcalde de alguno de los 542 municipios o ciudades de la Comunidad Valenciana. La decisión de incluir esta variable responde a la mayor carga de trabajo que conlleva para los diputados el hecho de compaginar el cargo de diputado con alguna de estas responsabilidades. Se estima que este volumen más intenso de responsabilidad y de trabajo podría ser uno de los desencadenantes de su decisión de

no publicar una dirección de correo electrónico ante la imposibilidad de atender a las comunicaciones.

- **Sexo:** a partir de las variables hombre/mujer se pretende comprobar si existen diferencias entre diputados y diputadas en cuanto a la disponibilidad para hacer pública su dirección de correo electrónico.
- **Edad:** se incluye esta variable para observar si la edad se convierte en un factor determinante en los diputados a la hora de hacer uso de una herramienta como el correo electrónico, especialmente en los parlamentarios más mayores. Conviene recordar que, según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, existe una brecha generacional con porcentajes de internautas muy bajos a partir de los 55 años (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009a: 10).

Lo que a continuación se expone son los resultados obtenidos a partir de la observación, tratamiento y análisis de esos datos. Para su mejor comprensión los resultados se han resumido en una serie de cuadros descriptivos. Las primeras conclusiones las obtenemos a partir de los resultados que arroja el cuadro 17 que muestra, de nuevo, el porcentaje de diputados de las Cortes Valencianas que publican su dirección de correo electrónico en función del grupo parlamentario al que pertenecen.

**Cuadro 17. Diputad@s de las Cortes que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución en función del grupo parlamentario al que pertenecen**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que no publican su dirección de correo electrónico	Total Parlamento
PP	23 (42,5 %)	31 (57,5 %)	54
PSPV	14 (36,8 %)	24 (63,1 %)	38
Compromís	4 (100 %)	0	4
No adscritos	1 (33,3 %)	2 (66,6 %)	3
Total (número de diputados)	42 (42,4 %)	57 (57,6 %)	99 (100 %)

Fuente: <[http://www.cortsvalencianes.es/Diputados?id\\_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F](http://www.cortsvalencianes.es/Diputados?id_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F)>. Fecha de consulta: 14/02/010, 15/04/2010 y 28/03/2011.

Como se observa, sólo alcanzan un porcentaje del 100 por cien los diputados del grupo parlamentario Compromís, donde los cuatro integrantes facilitan su dirección de correo electrónico en su ficha personal. En este sentido, el diputado número 2 afirma: «como no somos una formación mayoritaria no tenemos un acceso tan fácil



a los medios puros y duros tradicionales. Quizá por eso nos hemos hecho expertos en esa parte más innovadora de las nuevas tecnologías». El parlamentario reconoce que es muy complicado que los medios de comunicación tradicionales les hagan un espacio en sus contenidos diarios, y que por ello se ven obligados a realizar un importante esfuerzo humano a la hora de atender el correo electrónico y los perfiles en las redes sociales. Explotan estas vías de comunicación con el electorado ante la poca atención que les dedican los medios de comunicación de masas.

La actitud de un grupo minoritario como Compromís es radicalmente distinta a la que ofrecen los dos grupos mayoritarios de la Cámara. PP y PSPV se quedan por debajo del 50 por ciento en cuanto al porcentaje de diputados que incluyen una dirección de e-mail en su ficha personal. Sobre este punto, el entrevistado número 10 apunta a la existencia de un bloqueo informativo ocasionado por los dos grandes partidos, cuyo enfrentamiento político acapara la mayor parte la información parlamentaria en prensa, radio y televisión. Según él, PP y PSPV tienen garantizada una presencia permanente en los medios de comunicación que no existe para los minoritarios. Eso les obliga a utilizar con mayor intensidad las herramientas que les ofrece internet ya que, según apunta, cuentan con la ventaja de ser muy económicas, además de facilitar un contacto directo con los electores sin la presencia de los medios de comunicación como intermediarios.

Sobre este punto, el entrevistado número 6 subraya la importancia de las tecnologías de la información en general, y del correo electrónico en particular, para cambiar la imagen negativa que la ciudadanía tiene de los diputados y políticos españoles. «La gente tiene la percepción de que los políticos somos unos mantas. Gente que viene aquí a la sopa boba y se ha acabado. Y eso no es así. Lo que hay que hacer precisamente es demostrar que no, que estamos aquí trabajando para los ciudadanos». En este sentido insiste en que «la gente debería tener la percepción clarísima de que puede dirigirse a cualquier diputado en cualquier momento, sin necesidad de atravesar la puerta de las Cortes ni nada».

Más allá de las opiniones o reivindicaciones de cada uno de los diputados, existe un patrón claramente diferenciado entre la disponibilidad de los diputados de los grupos mayoritarios y minoritarios a la hora de facilitar una dirección de e-mail de contacto. Sólo 37 de los 92 diputados que forman parte de los dos grupos mayoritarios de la Cámara (PP y PSPV) hacen pública su cuenta de correo electrónico. De esta forma, el porcentaje apenas llega al 40 por ciento para los diputados de estos dos grupos. La cifra queda muy por debajo de aquella que marcan los dos grupos minoritarios de las Cortes (Compromís y No adscritos) en los que cinco de sus siete integrantes (el 71,4 por ciento) incluyen esta dirección de contacto electrónico dentro de su ficha personal.

Los cuadros 18 y 19 muestran la disponibilidad de los diputados valencianos a facilitar su dirección de correo electrónico en función del resto de variables analizadas.

**Cuadro 18. Diputad@s de las Cortes que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución en función de las variables responsabilidad política fuera del Parlamento, sexo y edad**

Grupo parlamentario	Responsabilidad política fuera del Parlamento	Sexo		Edad				
		H	M	25 - 34	35-44	45 -54	55 - 64	65-74
G.P Popular	7	11	12	2	3	13	5	0
G.P Socialista	1	6	8	1	4	5	4	0
G.P Compromís	0	2	2	1	1	1	1	0
No adscritos	0	0	1	1	0	0	0	0
Total (número de diputados)	8 (36,4%)	19 (36,5%)	23 (49%)	5 (71,4%)	8 (40%)	19 (50%)	10 (33,3%)	0

**Cuadro 19. Diputad@s de las Cortes que no publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de la institución en función de las variables responsabilidad política fuera del Parlamento, sexo y edad**

Grupo parlamentario	Responsabilidad política fuera del Parlamento	Sexo		Edad				
		H	M	25 - 34	35-44	45-54	55 - 64	65-74
G.P Popular	13	20	11	1	8	9	9	4
G.P Socialista	1	12	12	1	4	9	10	0
G.P Compromís								
No adscritos	0	1	1	0	0	1	1	0
Total (número de diputados)	14 (63,6%)	33 (63,5%)	24 (51%)	2 (28,6%)	12 (60%)	19 (50%)	20 (67,7%)	4 (100%)

Si se avanza en el análisis de las variables se observa que la responsabilidad política que los diputados tienen fuera del Parlamento puede influir en su decisión a la hora de facilitar esa vía de contacto y, en consecuencia, en el compromiso posterior de atender y responder las comunicaciones que llegan a través del correo electrónico. El 63,6 por ciento de los que desempeñan estos cargos fuera de la institución optan por no incluir ninguna dirección de contacto electrónico. Entre ellos se encuentran el Presidente de la Generalitat y los alcaldes de ciudades como Valencia, Castellón y Torrevieja.

De los 22 diputados con esta clase de responsabilidades hay ocho (es decir, un 36,4 por ciento) que sí ofrecen esta vía de contacto dentro de su ficha personal del sitio web parlamentario. Entre ellos se encuentran los dos vicepresidentes de la Generalitat, Gerardo Camps y Juan Cotino, y la presidenta de la Cámara, Milagrosa Martínez.

Sobre este punto, todos los diputados entrevistados aseguran que les encantaría que la página web de las Cortes articulara un mecanismo permanente y seguro para que la ciudadanía se dirigiese a ellos a través del correo electrónico siempre que lo considerase oportuno. Aseguran que enriquecería su trabajo y que les aportaría una visión más cercana a los problemas de la calle y a las preocupaciones de los electores. No obstante, varios de ellos reconocen las dificultades que tienen para atender los correos electrónicos aquellos diputados con mayor volumen de trabajo parlamentario como, por ejemplo, los portavoces de grupo en la Cámara. En este sentido, el entrevistado número 2 asegura que el portavoz de su grupo parlamentario no gestiona su correo personalmente. Cuenta con un asesor que se encarga de ello porque el volumen de trabajo que genera la portavocía le impide dedicar el tiempo necesario para leer y responder a los correos electrónicos que recibe.

El diputado número 8 asegura que hasta el momento ha sido capaz de gestionar personalmente su correo electrónico y su perfil en Facebook, pero muestra dudas ante la posibilidad de hacerlo en el futuro. «Mientras pueda me gustaría gestionarlo yo, lo que pasa es que pienso que cada vez va a ser más complicado. A partir de ahora, a partir de mil y pico (amigos en Facebook) la cosa se va a empezar a complicar». Por eso reconoce que, a causa del volumen de trabajo, durante los últimos meses ha desatendido su correo electrónico y sus perfiles en las redes sociales. En este sentido, el entrevistado número 9 dice que atiende su correo electrónico y sus perfiles en las redes sociales por su condición de diputado raso, pero reconoce que los parlamentarios con responsabilidades fuera de la institución necesitan un auxiliar que filtre y gestione las comunicaciones electrónicas. «Siendo parlamentario lo puedes atender personalmente, salvo que tengas otras competencias, además de la parlamentaria, como ser alcalde, u obligaciones en el partido de algún cargo que te obliga a estar haciendo ruedas de prensa. Entonces sí que tienes un pequeño equipo que te está ayudando a llevarlo todo».

El análisis de la variable sexo arroja ciertas diferencias que muestran que la disponibilidad a la hora de incluir una cuenta de correo electrónico es mayor entre las diputadas que entre sus compañeros varones. El 49 por ciento de las mujeres de la Cámara publican su e-mail frente al 36,5 por ciento de los hombres. Los porcentajes muestran una tendencia inversa respecto a la realidad social española, donde el porcentaje de internautas varones supera claramente al de las mujeres. De hecho, el 67,6 por ciento de los hombres admite ser usuario de internet, frente al 61,3 por ciento de las mujeres. Las diferencias son todavía mayores entre los internautas que acceden semanalmente (8,6 puntos porcentuales), donde el 57,9 por ciento de los hombres se conecta con dicha frecuencia frente al 49,3 por ciento de las mujeres (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO. 2009a: 9).

La edad es la última de las variables que se ha aplicado en el análisis de la disponibilidad de los diputados a la hora de hacer pública su cuenta de correo electrónico. En este sentido, se aprecia que el 70,6 por ciento de los diputados mayores de 55 años no incluyen su e-mail dentro de su ficha personal. Sólo 10 de

los 34 diputados entre esta franja de edad (es decir, un 29,4 por ciento) ofrecen esta vía de contacto electrónico. A la vista de los datos se puede hablar de la existencia de una brecha generacional en el Parlamento Valenciano, visible en la reticencia de los diputados más mayores hacia esta herramienta de comunicación. Los más jóvenes de la Cámara, en cambio, muestran tasas mucho más elevadas. De hecho, el 71,4 por ciento de los diputados entre 25 y 34 años hacen pública su cuenta de e-mail. Según el comportamiento de esta divisoria, los segmentos poblacionales de mayor edad tienen mayores dificultades en el acceso y aprendizaje de las nuevas tecnologías, frente a la destreza de las generaciones más jóvenes o los llamados nativos digitales. Conviene recordar que los porcentajes de internautas entre la población española dentro de esas franjas de edad se sitúan en la línea hacia la que apuntan las Cortes Valencianas con el caso de los correos electrónicos. Según los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, sólo un 32,9 por ciento de los individuos entre 55 y 64 años son usuarios de internet, mientras que para la población entre 25 y 34 años el porcentaje se sitúa en el 85,7 por ciento (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009a: 10).

La ruptura, en cambio, se produce para los individuos entre 25 y 34 años. En esa franja de edad, el 74,3 por ciento de los individuos españoles son usuarios de internet pero, para el caso de las Cortes, sólo un 40 por ciento de los diputados comprendidos en esas edades facilita su dirección de contacto electrónico. A pesar de la ruptura en esta franja, se observan comportamientos muy diferenciados a partir de la edad de los diputados, lo que lleva a pensar que la brecha generacional existente en la sociedad de la información también se repite en el ámbito parlamentario regional valenciano.

El entrevistado número 3 reconoce el esfuerzo que han tenido que realizar los parlamentarios más mayores para adaptarse a las nuevas tecnologías. Asegura que maneja con soltura las herramientas básicas pero lamenta las dificultades que encuentra para gestionar servicios como los blogs o las redes sociales. «A nosotros nos cuesta mucho más, por ejemplo, el hecho de tener un blog personal. La gente joven del partido lo tiene asumido y, sin embargo, yo he sido incapaz. Me lo han ofrecido, me lo han dicho, incluso chatear con el Facebook. Me da un poco de miedo. Y sin embargo, la gente que tiene 10 ó 15 años menos que nosotros lo está utilizando mucho». El entrevistado número 6 comparte la misma opinión. Asegura que los diputados que se curtieron sin la presencia de las tecnologías de la información han tenido que realizar un esfuerzo extraordinario para no perder el tren del desarrollo tecnológico. «Yo solo estoy en Facebook. Entro en blogs pero no lo hago demasiado. Tampoco en conversaciones a través del chat. No acostumbro a hacerlo, probablemente porque me cuesta, cosa que a mis nietos no les pasa».

## Conclusiones

· La pertenencia a un grupo parlamentario minoritario en la Cámara se revela como un factor fundamental en cuanto a la decisión de sus integrantes de facilitar su cuenta de correo electrónico. El 71 por ciento de los diputados pertenecientes

a grupos minoritarios (Compromís y No asdcritos) incluyen esta opción frente al 40 por ciento de los representantes de los dos grupos dominantes en la Cámara (PP y PSPV). Para los minoritarios, internet se revela como una opción eficaz y económica para llegar al electorado frente a las dificultades de acceso y la falta de atención que imponen los medios de masas.

· El desempeño de cargos políticos de responsabilidad fuera de Parlamento determina la decisión de los diputados de hacer pública su cuenta de e-mail y de aceptar la consiguiente carga de trabajo que ello puede generar. El 63,6 por ciento de los que desempeñan esta responsabilidad no incluye ninguna dirección de contacto. Entre ellos figuran el Presidente de la Generalitat Valenciana y los alcaldes de ciudades tan importantes como Valencia y Castellón. Los diputados entrevistados reconocen las dificultades y la escasez de tiempo para atender esta herramienta en el caso de aquellos con mayor carga de trabajo dentro y fuera del Parlamento. Afirman que les gustaría recibir el feedback constante de la calle, pero insisten que sin la presencia de un equipo auxiliar de personal no pueden atender ese volumen extra de trabajo.

· Las Cortes Valencianas muestran una brecha generacional en cuanto a la poca disponibilidad de los diputados de mayor edad a la hora de hacer pública su cuenta de e-mail. Sólo el 29,4 por ciento de los diputados que superan los 55 años incluye esta vía de contacto, frente a un 71,4 por ciento para el caso de los diputados de 25 a 34 años. Los más jóvenes son también los más conectados, si bien es cierto que sólo un 40 por ciento de los diputados que tienen entre 35 y 44 años tiene una cuenta de e-mail pública.

### 5.3. ANÁLISIS DE LOS PORCENTAJES DE RESPUESTA OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL TRABAJO DE CAMPO

El análisis de contenido del trabajo de campo se ha realizado de manera separada para cada una de las tres oleadas. En primer lugar se procede al análisis del porcentaje de respuestas desde el punto de vista cuantitativo y, a continuación, se aplica el análisis de contenido a cada una de las contestaciones obtenidas por parte de los diputados. Para ello se utilizan las categorías RESPUESTA, ACCIÓN, CONTENIDO, TIEMPO, con sus respectivos indicadores, tal como se ha explicado en el apartado 4.1.

#### 5.3.1. Análisis de la primera oleada del trabajo de campo

En esta primera oleada, tal como se explica en los apartados dedicados a la metodología y al trabajo de campo, cada diputado recibió un correo dirigido personalmente a él y referido a alguna de las comisiones o áreas de conocimiento a las que se dedica en el Parlamento. Los resultados aparecen resumidos en el cuadro número 20. La primera conclusión se obtiene a partir de la observación de los porcentajes. Sólo responden seis de los 42 diputados (14,2 por ciento) que

facilitan su dirección de correo electrónico y a los cuáles se les ha remitido un e-mail. Si se compara con el total de los 99 diputados que conforman la institución el porcentaje es todavía menor: sólo un 6 por ciento de los diputados de la Cámara han utilizado internet para mantener una comunicación directa con la ciudadanía.

**Cuadro 20. Diputad@s que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas y que responden a la primera oleada de correos electrónicos**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que responden a la primera oleada de correos electrónicos	Total Parlamentarios
PP	23	1	54
PSPV	14	2	38
Compromís	4	3	4
No adscritos	1	0	3
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>6 (14,2%)</b>	<b>99</b>

De los envíos de esta primera oleada se deduce que siete de los diputados tienen inoperativo el correo electrónico de las Corres. En los siete casos, el sistema ha generado una respuesta automática alertando de un fallo de envío y devolviendo el correo al remitente. Curiosamente los diputados que tienen el correo fuera de servicio son siempre los mismos. Los fallos de envío se repiten a lo largo de las tres oleadas en el caso de esos siete diputados

Tres de las seis respuestas recibidas en esta primera oleada (el 50 por ciento) corresponden a los diputados del grupo Compromís. Su grupo, uno de los minoritarios de la Cámara, muestra una tasa de respuesta del 75 por ciento. Contestan tres de los cuatro diputados que conforman el grupo. Del otro grupo minoritario (No adscritos) no se ha obtenido respuesta. No obstante, si se suman los dos grupos minoritarios de la Cámara (Compromís y No adscritos) se obtiene una tasa de repuesta del 60 por ciento. Contestan tres de sus cinco componentes. Se trata de porcentajes de respuesta muy por encima de los que arrojan los diputados de los dos grupos mayoritarios: PP (4 por ciento) y PSPV (14 por ciento).

En los seis casos analizados se observan respuestas personalizadas por parte de los diputados. No se aprecia que ninguna de ellas haya sido generada de forma automática por el sistema para confirmar la recepción del correo. Esto puede ser un indicador de calidad en las respuestas que se confirma cuando se aplica sobre los mensajes la categoría CONTENIDO. Cuatro de las seis respuestas (66,6 por ciento) se consideran respuestas argumentadas. Sólo dos de ellos han contestado de una manera lacónica y sin atender a lo que se les preguntaba. En una de ellas

el diputado sentencia: «Li faré una pregunta a la Consellera i en quant obtinga resposta li la faré arribar a vosté. Gràcies» («Le haré llegar la pregunta a la Consellera y en cuanto obtenga respuesta se la haré llegar a usted. Gracias»). En el otro caso la contestación es la siguiente: «Tens tota la raó, parlaré amb Andrés Perelló, que està per allí, a veure si ens aclareix algo. Salutacions.» («Tienes toda la razón. Hablaré con Andrés Perelló que está por allí para ver si nos aclara algo. Saludos»). Aunque los diputados dejan abierta la posibilidad de retomar el contacto una vez recaben más información sobre la consulta, esa segunda contestación nunca ha llegado a los remitentes.

Las otras cuatro contestaciones se consideran respuestas argumentadas porque denotan que el diputado ha leído el correo y ha contestado o resuelto la pregunta que le formulaba su interlocutor. Curiosamente, tres de estas cuatro contestaciones argumentadas (75 por ciento) corresponde a los diputados del grupo Compromís, lo que indica que son los representantes de los grupos minoritarios los que atienden y responden de manera más diligente al correo electrónico como vía de comunicación directa con la ciudadanía.

Uno de esos correos había sido remitido por parte de una ciudadana preocupada ante el posible retraso hasta los 67 años de la edad de jubilación. La remitente muestra su malestar por la medida y pregunta si el pleno de las Cortes Valencianas va a convocar alguna sesión para tratar el tema y debatir sobre posibles alternativas. El diputado contesta asegurando que su grupo ha presentado una propuesta al respecto y emplaza a la remitente a estar atenta al próximo debate. Así, en uno de los fragmentos de la contestación señala: «Tu pregunta no puede venir en mejor momento. La semana que viene, en el pleno de las Cortes, debatiremos una proposición no de ley presentada por nuestro grupo sobre este tema. Así que te emplazo a estar atenta al posible resultado del debate y votación».

Otro parlamentario contesta a un camarero de un bar de playa que se encuentra preocupado ante el posible cierre de su establecimiento por la aplicación de la Ley de Costas. El diputado asegura que su grupo está trabajando para que el Gobierno Valenciano asuma la gestión del litoral en una maniobra que, según él, podría contener la solución para garantizar la continuidad de los bares y restaurantes de playa. Al final del correo, el parlamentario añade que va a remitir su problema a los responsables del partido en Alicante, ciudad a la cual pertenece el remitente, según se lo ha hecho saber intencionadamente en el correo que le ha enviado. Horas después, el camarero recibe un e-mail de una persona (omitimos el nombre, aunque el sujeto se presenta con su nombre y apellidos) que se identifica como representante del Bloc Nacionalista Valencià en Alicante (partido al cual pertenece el diputado que contesta, y que en las Cortes conforma el grupo parlamentario Compromís junto a otras formaciones minoritarias). Se presenta apuntando que ha recibido un aviso del diputado en cuestión alertándole sobre el caso y añade: «Nos gustaría poder comentar el tema personalmente y, si fuera el caso, llevar a las Corts Valencianes, las iniciativas que se puedan derivar de la

reunión mantenida». Esta persona termina el correo asegurando que se encuentra a disposición del remitente y añade su número de teléfono móvil para concertar la reunión. La contestación demuestra un grado de implicación, de atención y de seguimiento del tema que no han ofrecido, por ejemplo, los dos diputados que han contestado con respuestas sucintas. Semanas después, cuando el investigador revisa la cuenta de correo electrónico del camarero anónimo, observa que su e-mail se ha incorporado a la lista de distribución del Bloc Nacionalista Valencià, y que todas las semanas recibe comunicaciones del partido.

El tercero de los diputados de Compromís que responde lo hace ante un cazador inquieto por la denuncia de inconstitucionalidad que ha efectuado el Gobierno central contra la Ley de Caza Valenciana. El remitente teme que ese movimiento acabe con una modalidad de caza selectiva llamada «parany», que cuenta con un gran arraigo entre su familia, y pregunta por las iniciativas que van a tomar las Cortes al respecto para defender la ley. El parlamentario contesta a través de un extenso correo en el que expone el estado de la cuestión y los movimientos que, de momento, se han producido en el Parlamento. «En la meua intervenció a les Corts ja vaig dir que, encara que anàvem a donar suport a la proposta del Grup Popular, si el Govern de l'Estat, que és qui ens representa a la Unió Europea, i també el Partit Popular, que és el grup majoritari al Parlament Europeu, no actuaven decididament per a canviar la interpretació del concepte de caça selectiva, no aniria endavant i, tal com vaig dir a les Corts, no seria més que un engany que posaria més difícil el futur reconeixement de la legalitat del parany». («En mi intervención en las Cortes ya dije que, aunque íbamos a dar apoyo a la propuesta del Grupo Popular, si el Gobierno del Estado, que es quien nos representa en la Unión Europea, y también el Partido Popular, que es el grupo mayoritario en el Parlamento Europeo, no actuaban decididamente para cambiar la interpretación del concepto de caza selectiva, no iría adelante y, tal como dije en las Cortes, no sería más que un engaño que pondría más difícil el futuro reconocimiento de la legalidad del parany»). Su argumentación de la cuestión, y la aclaración de todos los términos que realiza, demuestra su intención de responder a la pregunta que le había formulado el remitente.

Una actitud similar se aprecia en la respuesta que ofrece otro de los parlamentarios ante el correo de un joven preocupado por los cambios efectuados en los sistemas de ayuda al teatro valenciano. El diputado, que ocupa un cargo de responsabilidad política fuera del Parlamento, contesta a través de uno de sus asesores personales, que detalla las modificaciones que comporta el nuevo sistema y defiende el mantenimiento de la calidad en todas las ayudas al sector teatral valenciano. El hecho de que la respuesta provenga de uno de los miembros de su equipo corrobora las afirmaciones que algunos de sus compañeros de escaño realizaron durante las entrevistas personales, en las que aseguraban que el excesivo volumen de trabajo les complicaba la tarea de atender y contestar al correo electrónico. En este punto destacaban la importancia de contar con un equipo auxiliar



que, entre otras responsabilidades, se ocupara de gestionar el correo electrónico. Aseguraban que los portavoces parlamentarios, y aquellos con cargos fuera de la institución, sí contaban con esos auxiliares con el objeto de descargarles de parte de sus responsabilidades diarias.

Este diputado es, además, el único de los miembros electos con cargos de responsabilidad política fuera de la institución que ha respondido a un correo enviado por un ciudadano anónimo. No se han vuelto a registrar, en ninguna de las dos oleadas siguientes, respuestas por parte de diputados con cargos de responsabilidad política fuera del Parlamento.

En cuanto al tiempo que se toman los diputados para responder los correos conviene destacar que cinco de las seis respuestas recibidas (el 83,3 por ciento) han sido inmediatas, de hecho llegaron horas después de que el ciudadano anónimo hiciera el envío. Sólo una de las respuestas fue demorada en el tiempo. Llegó un mes y tres días después de efectuado el envío. Sobre este punto, los diputados señalan que acostumbran a mirar el correo electrónico dos veces al día, es decir, antes de iniciar la jornada laboral y en su parte final. El entrevistado número 5 afirma que intenta responder a los correos inmediatamente después de recibirlos para evitar que se acumulen. «Yo intento contestar los correos en cuanto puedo, porque yo creo que libera. Los psicólogos dicen que no hay que ser postergador, aplazando las cosas. Pero yo también intento a Facebook destinarle un par de horas al día, una a primera hora de la mañana y otra a última, para ver un poco lo que ha pasado». El diputado número 7, en cambio, asegura que no tiene unas horas fijadas al día para responder a los correos o actualizar su perfil en las redes sociales, y define su actividad como una «interactividad» constante. Explica que, mientras mantiene la conversación con el investigador, se encuentra respondiendo a un correo electrónico y sostiene que el teléfono móvil con conexión a internet ha revolucionado su actividad porque les permite estar conectados permanentemente.

### Conclusiones de la primera oleada

- La primera oleada de correos electrónicos muestra un escaso porcentaje de respuestas del 14 por ciento. Sólo contestaron 6 de los 42 diputados que hacen pública su dirección electrónica a través de la ficha personal del sitio parlamentario. En líneas generales, los porcentajes apuntan que los diputados de las Cortes Valencianas no están utilizando el correo electrónico para mantener una relación política permanente con los ciudadanos.

- Tres de las seis respuestas obtenidas (el 50 por ciento) provienen de los diputados del grupo minoritario Compromís, que ofrece una tasa de respuesta del 75 por ciento (contestan tres de los cuatro integrantes del grupo parlamentario). Asimismo, los tres diputados que atienden el correo muestran un elevado interés por intentar resolver las dudas del remitente y ponerse a su disposición para futuras consultas. Sus respuestas son argumentadas, responden a lo que les pide el

remitente y no dudan en exponer el estado de la cuestión acerca de aquello por lo que se les ha interpelado. La calidad de sus mensajes apunta que los grupos minoritarios de la Cámara son los que hacen un uso más intensivo del correo electrónico como herramienta de comunicación directa con el electorado. De hecho, de los cinco diputados pertenecientes a grupos minoritarios en la Cámara (Compromís y No adscritos) han respondido tres, con una tasa de respuesta del 60 por ciento. Su actitud contrasta con la mostrada por los grupos mayoritarios (PP y PSPV), que apenas han alcanzado el 4 por ciento y el 14 por ciento respectivamente.

· A pesar de la escasez en el número de respuestas, la mayoría de los que han contestado lo han hecho respondiendo a aquello que se les pedía. No se ha registrado ninguna respuesta generada de forma automática por un contestador, y cuatro de los seis e-mails recibidos (el 66,6 por ciento) se han considerado como respuestas argumentadas en las que el diputado ha resuelto la duda o cuestión que le planteaba el ciudadano, además de ponerse a su disposición para futuras consultas. Tres de esas cuatro respuestas argumentadas, como ya se ha señalado, pertenecen a los diputados del grupo Compromís, el más activo e implicado en la relación interactiva con la ciudadanía a través del correo electrónico. Esto demuestra que, a pesar de que son muy pocos los diputados que contestan, los que lo hacen muestran un considerable grado de implicación e interés por atender las cuestiones que le plantea la ciudadanía.

· Sólo uno de los ocho diputados con responsabilidad política fuera del Parlamento ha contestado en esta primera oleada, y lo ha hecho a través de su asesor personal. El escaso porcentaje confirma lo que apuntaron varios diputados durante las entrevistas, según los cuales la excesiva carga de trabajo que llevan algunos diputados les impide atender el correo electrónico. Ante esta situación, explican, algunos portavoces parlamentarios y consellers cuentan con equipos auxiliares que, entre otras tareas, les ayudan a gestionar y responder su correo electrónico.

### 5.3.2. Análisis de la segunda oleada del trabajo de campo

En esta segunda oleada, tal como se explica en los apartados dedicados a la metodología y al trabajo de campo, cada diputado ha recibido un correo dirigido expresamente a él. En esta ocasión, se han personalizado todavía más los envíos respecto a la primera oleada. Así, se han buscado referencias en prensa y medios de comunicación respecto a declaraciones o intervenciones parlamentarias del diputado en cuestión. En otros casos, para preparar los envíos, se han consultado artículos publicados por el propio parlamentario en blogs o páginas de internet para incluir referencias expresas. Es decir, cada correo contiene elementos inequívocos que identifican al diputado como destinatario único de esa comunicación.

Los resultados de esta segunda oleada de envíos se pueden consultar de forma resumida en el cuadro 21. Al igual que sucedía en la oleada anterior, destaca

el bajo porcentaje de respuestas recibidas. En esta ocasión es incluso inferior: contestan sólo 4 de los 42 diputados (es decir, un 9,5 por ciento) que facilitan su dirección de correo electrónico en su ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas. En términos absolutos sólo ha sido posible establecer comunicación directa a través del correo electrónico con el 4 por ciento de los diputados del Parlamento regional. Es decir, sólo 4 de los 99 diputados han sido accesibles a través de las herramientas que ofrece internet.

**Cuadro 21. Diputad@s que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas y que responden a la segunda oleada de correos electrónicos**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que responden a la segunda oleada de correos electrónicos	Total Parlamentarios
PP	23	0	54
PSPV	14	2	38
Compromís	4	2	4
No adscritos	1	0	3
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>4 (9,5%)</b>	<b>99</b>

En esta oleada se repite el caso de los siete diputados que tenían la dirección de correo fuera de servicio. Se deduce que, bien los diputados afectados no consultan asiduamente el correo, bien no le prestan ninguna clase de atención. En este sentido, esta supuesta desatención sería más sorprendente todavía, ya que el e-mail es la única vía de contacto electrónico que esos parlamentarios ofrecen a la ciudadanía. Conviene recordar que no incluyen en su ficha ningún enlace a blogs o páginas personales, como sí hacían algunos representantes del Congreso de los Diputados o del Parlamento Europeo.

El grupo Compromís sigue siendo el más activo en las respuestas. Dos de las cuatro contestaciones obtenidas en esta segunda oleada (el 50 por ciento) corresponden a diputados de su formación, si bien su tasa de respuesta ha bajado del 75 al 50 por ciento en este tramo del trabajo de campo. Ahora han respondido dos de sus cuatro integrantes. El PSPV se mantiene con una tasa de respuesta del 14,2 por ciento. Contestan dos de los 14 diputados que hacen pública su dirección de contacto, mientras que el PP, formación mayoritaria en la Cámara, ofrece un nivel de respuestas nulo. Ninguno de sus 23 diputados con e-mail público ha contestado.

La implicación de los grupos minoritarios (Compromís y No adscritos) en cuanto a la atención que dedican al e-mail para responder a las consultas o sugerencias de la ciudadanía sigue superando con creces a la que ofrecen los grupos mayo-

ritarios (PP y PSPV). Su tasa de respuesta es del 40 por ciento porque responden dos de los cinco diputados con correo público. En el caso del PP esa tasa es del 0 por ciento, mientras que para el PSPV se coloca en el 14,2 por ciento.

Sobre este punto, el diputado número 10 asegura que el uso intensivo que hacen del correo electrónico para atender las quejas y reivindicaciones de la ciudadanía no tiene una finalidad electoralista, aunque sí reconoce que les puede ayudar a captar algún voto. «Yo creo que electoralmente es positivo. No lo haces con una intención electoral, pero me da la impresión de que la gente a la cual le prestas un servicio político después valora tu opción a la hora de concretar el voto». El entrevistado número 7, en cambio, sí que observa una traducción electoral en el uso intensivo del e-mail o las redes sociales por parte de los diputados en lo que se refiere a su relación con los ciudadanos. «Yo creo que sí, pero por una sencilla razón: es como si estuvieses todo el día hablando con la gente. Si tú estás todo el día en tu despacho gestionas muy bien, pero pierdes el contacto con la gente y eso, después, el ciudadano lo sanciona en términos de voto».

Al igual que sucedía en la primera oleada, el escaso volumen de respuestas no se corresponde con su calidad en cuanto al compromiso de los diputados para atender y responder a lo que se les pedía en los correos. Las cuatro respuestas recibidas tienen carácter personal y todas ellas responden al indicador de respuesta argumentada.

En esta segunda oleada, uno de los remitentes era una ciudadana que prestaba labores de voluntariado en un centro de atención a mujeres víctimas de la violencia doméstica. Su correo iba dirigido a uno de los miembros de la comisión de violencia doméstica en las Cortes, al cual se le interpelaba sobre las medidas que incluía el texto de la Ley contra la Violencia de Género en el que estaba trabajando la Cámara Autonómica. El diputado manifestaba que «hay previstas 42 comparecencias de especialistas en la materia» y, frente una de las dudas más reiteradas de la remitente, señalaba: «Tenga la seguridad de que apoyamos totalmente buscar fórmulas que faciliten viviendas a las mujeres víctimas de los malos tratos, pues de lo contrario, muchas de ellas, prefieren convivir con un maltratador antes de carecer de una vivienda».

Uno de sus compañeros de grupo parlamentario había recibido un e-mail de un vecino preocupado por la demora en las listas de espera. Llevaba trece meses aguardando una operación de rodilla y reclamaba una solución al diputado en cuestión. En su contestación, el parlamentario explicaba las iniciativas que sus compañeros habían presentado para agilizar el funcionamiento del sistema sanitario y le mostraba comprensión ante la situación. Sin ningún interés por erigirse en el salvador de su problema, el diputado finalizaba el correo invitando al remitente a una reunión para intercambiar impresiones. «Si usted quiere que hablemos del tema, remítame a través del correo su teléfono, le llamaré en tal caso la próxima semana y cambiaremos opiniones, un saludo». El correo se recibió el día 23 de abril

de 2010, cuatro días después del envío inicial. Curiosamente, una semana después, el 2 de mayo de 2010, el remitente recibió un nuevo e-mail del diputado en el que le recordaba que seguía dispuesto a mantener esa reunión personal para tratar las consecuencias de la demora de las listas de espera en su operación de rodilla. «Estimado Pedro, la semana pasada le contesté a su correo, en el sentido de las diversas preguntas, proposiciones y alternativas que hemos presentado en relación con las listas de espera. Asimismo, le indicaba que si usted me remitía a través del correo su teléfono me pondría en contacto con usted, dado que no me ha contestado insisto por si tiene interés en que mantengamos una charla por teléfono. Un saludo». Su actitud, y el hecho de tratarse de un segundo intento de mantener una reunión con un ciudadano con problemas, denotan su grado de responsabilidad como parlamentario. El diputado no sólo contesta a la pregunta del remitente, sino que se muestra dispuesto a ir más allá y a mantener una relación más prolongada en el tiempo. No obstante, este aparente compromiso con el correo electrónico como vía de contacto con la ciudadanía queda atenuado si se tienen en cuenta los resultados del resto de oleadas. El diputado al que nos referimos no ha respondido a los correos que se le enviaron en la primera y en la tercera oleada.

Otro de sus compañeros de escaño recibió un e-mail de un agricultor temeroso ante la oleada de robos que estaban padeciendo las explotaciones agrícolas de su comarca. Le pedía al diputado una actuación urgente en las Cortes Valencianas para buscar un endurecimiento del Código Penal en esa clase de delitos. El parlamentario contestaba dando cuenta del estado de las negociaciones parlamentarias para castigar los delitos de robo en el campo y adjuntaba en formato PDF la Proposición No de Ley presentada por su grupo parlamentario en la Comisión de Agricultura. Sin ninguna intención de rehuir el debate iniciado por su interlocutor, el diputado aportaba su visión personal sobre el estado de la agricultura local. «A falta d'un pressupost adient de la Conselleria d'Agricultura es suma l'eterna consideració per part del Govern estatal (siga del color polític que siga) de que només som una moneda de canvi per a poder aconseguir avantatges per a altres zones, com ha sigut el recent acord preferencial de la UE amb el Marroc, assumit totalment pel Govern socialista. Aquest acord amplia els continguts d'importació dels contingents de tomata i clementines a canvi d'augmentar les exportacions de cereals i llet». («A la falta de un presupuesto adecuado de la Consejería de Agricultura se suma la eterna consideración por parte del Gobierno Estatal (sea del color político que sea) de que sólo somos moneda de cambio para poder conseguir ventajas para otras zonas, como ha sido el reciente acuerdo preferencial de la UE con Marruecos, asumido en su totalidad por el Gobierno socialista. Este acuerdo amplia los contenidos de importación de los contingentes de tomates y clementinas a cambio de aumentar las exportaciones de cereales i leche»). A pesar de que el diputado utiliza este mensaje para hacer apología de las tesis de su partido y criticar a sus rivales, no se puede negar su intención de aportar información acerca de la consulta de su interlocutor y su deseo de entrar en un debate más profundo.

Otro diputado que comparte escaño con el anterior recibió un correo de un camionero esperanzado ante las noticias sobre la posible implantación de la gratuidad en algunos tramos de la autopista de peaje AP-7. El ciudadano le preguntaba al diputado acerca del estado de las negociaciones, ante lo que el diputado respondió: «El president Camps va dir públicament que estava d'acord. Hem presentat un projecte de Llei que ara t'enviaré. El PP ha presentat un altre projecte. Espere que podrem pactar una posició valenciana i aconseguir l'objectiu». («El presidente Camps dijo públicamente que estaba de acuerdo. Hemos presentado un proyecto de Ley que ahora te enviaré. El PP ha presentado otro proyecto. Espero que podamos pactar una posición valenciana y conseguir el objetivo»). Horas después, el diputado cumplió su palabra y su asesor de prensa remitió un segundo correo con la Proposición de Ley que su partido había presentado en las Cortes. El asesor incluía su teléfono móvil y su dirección de correo electrónico para aclarar posibles dudas.

En cuanto al horizonte temporal en el cual fueron recibidas las contestaciones, tres de ellas llegaron inmediatamente después del envío inicial. Sólo una de ellas se ha considerado como demorada en el tiempo porque fue recibida cuatro días después del envío inicial. Este hecho denota, tal como señalaba el diputado número 9 durante las entrevistas personales, una muestra de compromiso para dar respuesta lo más rápidamente posible a las consultas ciudadanas para evitar que se acumulen e impedir que el exceso de volumen se traduzca en un olvido definitivo.

Del análisis de contenido se desprende el compromiso de los diputados de ir más allá de una simple contestación fugaz y lacónica en cuanto a argumentos y reflexiones. En su contenido también se aprecia el deseo implícito de los diputados de exponer claramente las tesis de su partido y recordar lo que su grupo ha planteado acerca de ese tema en concreto. No obstante, todos responden con claridad y no dudan, tal como se observa en los fragmentos extraídos, en aportar argumentos y reflexiones que serían un buen punto de partida para iniciar un debate.

En las entrevistas personales los diputados admitieron la existencia de una falta de implicación por parte de la ciudadanía para dirigirse a los políticos a través de las nuevas tecnologías de la información. Sólo el diputado número 2, que dice recibir entre 70 y 80 e-mails diarios en su cuenta de correo de las Cortes, mantiene una opinión contraria a la de sus compañeros. «Te escriben muchísimos ciudadanos a título individual. Te dicen que han encontrado tu mail a través de la web y te trasladan su queja sobre algún aspecto en concreto. Hay mucha gente a nivel personal». El resto aseguran recibir entre 20 y 70 correos diarios, aunque, según matizan, entre ellos hay muy pocos que lleguen de parte de ciudadanos anónimos preocupados por algún asunto. De la totalidad de mails diarios que reciben, aseguran que la mayoría proviene de asociaciones o colectivos ciudadanos que han agregado la dirección de los diputados a su lista de correo. Otro volumen importante es información administrativa que remiten las propias Cortes Valencianas a sus integrantes. Algunos incluyen dentro de ese cómputo general los

correos que genera Facebook, que les avisa cada vez que alguien ha comentado su publicación en el muro.

El entrevistado número 9 resume su correspondencia de la siguiente manera: «Un 10 por ciento serían ciudadanos que me escriben, me dicen, me aportan. Un 40 por ciento es información parlamentaria, otro 40 por ciento es del partido-coalicción y otro 10 por ciento es un tipo de información muy variada que proviene de sindicatos, de asociaciones, de convocatorias».

El diputado número 1 es mucho más contundente cuando se le plantea la pregunta de cuántos correos recibe por parte de la ciudadanía. «Poquíssimos. Los correos puros y duros del correo de las Cortes son las convocatorias de plenos, y de aquí de la biblioteca, del archivo y de las convocatorias. Es decir, órdenes del día. Y punto». Para ella las razones de esta falta de implicación de la ciudadanía pasan por el desconocimiento de la herramienta. «Si no hablas con la gente, si no le ofreces esa herramienta, la gente piensa que no se puede hacer [...] Tienen que ser los partidos políticos los que lo publiciten: oye, que os vamos a hacer caso, si tenéis algún problema, alguna sugerencia, alguna queja...».

Otros diputados, en cambio, mantienen posturas distintas. Así lo señala el diputado número 5, que apunta: «Yo creo que hoy son una minoría, pero porque los preocupados por la cosa pública no son mayoría». Otro entrevistado, en este caso el número 10, busca una justificación en la historia reciente de España y en la cultura de la represión que instaló el Franquismo. «No tenemos una cultura democrática potente. Hemos llegado tarde a la democracia. Los 40 años de Franquismo se notan. Mucha gente ve los partidos, y eso lo notas cuando vas a hablar con ellos, con una distancia enorme». El diputado número 3 también lo atribuye a la falta de cultura participativa, aunque asegura que la escasa implicación de la ciudadanía con la política en general está relacionada directamente con la falta de confianza y el descrédito en que ha caído la clase política. En este sentido, muestra su confianza en las nuevas tecnologías como vía para recuperar la cercanía y el contacto entre políticos y ciudadanos. «Yo creo que las nuevas tecnologías pueden servir para recuperar el debate político [...] Si las nuevas tecnologías, que yo creo que ya lo están consiguiendo, hacen que haya un debate entre la gente que las está utilizando, que pueda decir, aunque sea de una forma anónima, que no estoy de acuerdo con lo que tú estabas diciendo, pero sin llegar a cortar la discusión ni a enfrentamientos personales, yo pienso que esa es una de las grandes aportaciones».

Todos los diputados con los que se ha conversado sostienen que les gustaría recibir una mayor interacción de la ciudadanía a través del correo electrónico. De hecho, puestos a imaginar un futuro hipotético planteado por el entrevistador, todos afirman que les encantaría contar con un equipo auxiliar de comunicación si el volumen de correos se desbordara en cuanto a cifras en el medio plazo. En otras palabras, si se incrementa notablemente el número de ciudadanos que les

interpelan a través del correo electrónico, escenario que ahora no se produce, insisten en que les gustaría disponer de una especie de ayudante para gestionar y responder a todo ese volumen de trabajo. El diputado número 6 afirma que «sería importante que no hubiera ninguno de esos correos que se dejara sin contestar», mientras que el entrevistado número 8 asegura que tiene capacidad de responder a los correos de los ciudadanos porque su volumen es muy reducido. «Es un segmento de población muy minoritario. Gracias a eso podemos contestarlo todo porque si los 9.000 (se refiere al número de habitantes de la localidad de la que es alcalde) empiezan a escribir mensajes, pues imagínatelo».

### Conclusiones de la segunda oleada

· La segunda oleada de envíos revela que sólo el 9,5 por ciento de los diputados que hacen pública su cuenta de correo electrónico en la web de las Cortes responden a los e-mails enviados por la ciudadanía. Sólo cuatro de los 42 diputados disponibles contestan a las sugerencias, quejas o peticiones de información efectuadas por ciudadanos anónimos, un porcentaje escaso que demuestra que los diputados de las Cortes no están utilizando el correo electrónico para mantener una relación interactiva con el electorado.

· Los diputados de los grupos parlamentarios minoritarios son los más implicados en la utilización del correo electrónico como vía de comunicación directa con la ciudadanía. Dos de las cuatro respuestas recibidas (el 50 por ciento) corresponde a representantes del grupo Compromís, que obtiene una tasa de respuesta del 50 por ciento (contestan dos de sus cuatro integrantes). Si se suman los dos grupos minoritarios en la Cámara (Compromís y No adscritos) se obtiene una tasa de respuesta del 40 por ciento. Responden dos de los cinco diputados con dirección de correo pública. Su porcentaje se sitúa muy por encima de los que arrojan PP (no contesta ninguno de sus representantes) y PSPV (contestan dos de los 14 diputados que dan a conocer su cuenta de correo electrónico, con una tasa de respuesta del 14,2 por ciento).

· A pesar de la escasez en el volumen de respuestas de esta segunda oleada, las que se han recibido denotan el interés de los diputados por responder y dar cobertura a las cuestiones de los remitentes. No existe ninguna respuesta generada de forma automática por un contestador electrónico, sino más bien todo lo contrario. Las cuatro contestaciones recibidas por parte de los diputados son argumentadas en el sentido en el que resuelven la pregunta planteada por el interlocutor. Además, no dudan en aportar ideas y posturas que permiten iniciar un debate con sus remitentes. Uno de los diputados envió un segundo correo a su interlocutor recordándole que seguía dispuesto a mantener una conversación personal sobre el tema que le había planteado, y dos de sus compañeros de escaño adjuntaron textos con Proposiciones de Ley que se habían defendido en la Cámara con la intención de profundizar sobre el tema.



### 5.3.3. Análisis de la tercera oleada del trabajo de campo

En esta tercera oleada, tal como se explica en los apartados dedicados a la metodología y al trabajo de campo, cada diputado volvió a recibir un correo personalizado de parte de un ciudadano anónimo que le planteaba una cuestión. A diferencia de las dos oleadas anteriores, las cuestiones no tenían nada que ver con la actualidad política, social o económica de la Comunidad Valenciana o de España. Tampoco estaban relacionadas con la responsabilidad o cometido específico del diputado dentro del Parlamento. Se trataba de cuestiones simples, sencillas y directas sobre el funcionamiento ordinario de la Cámara. Es decir, qué hay que hacer para acceder a la biblioteca de las Cortes, desde dónde se pueden seguir las retransmisiones de los plenos a través de internet o cómo se puede concertar una visita guiada al Parlamento. Se decidió poner a los diputados ante una situación diferente para ver cuál era su comportamiento ante preguntas que requerían un esfuerzo de lectura y respuesta mucho menor. Para hacerlo efectivo se redactaron cuestiones muy concisas, de apenas cuatro o cinco líneas de extensión, que distaban mucho del estilo plasmado en los correos de las dos primeras oleadas. En aquellas ocasiones los e-mails eran mucho más extensos, con preguntas que requerían una mayor dedicación en su contestación. En otras palabras, las cuestiones que se les formularon en esta tercera oleada no invitaban a exponer su postura política acerca del asunto. Tampoco dejaban espacio para que se explayasen en reflexiones personales, ni para que adjuntasen una proposición de ley. Se trataba de preguntas muy concretas que podían responder con una simple aclaración, y que exigían una menor dedicación de tiempo e intelecto por su parte. Asimismo, se podían leer en lapso de tiempo muy corto, ya que apenas ocupaban cuatro o cinco líneas de texto.

En este sentido, los objetivos eran los mismos que se habían planteado en las dos oleadas anteriores: comprobar cuántos diputados de las Cortes responden a los correos que les envían los ciudadanos y analizar qué tipo de respuesta ofrecen. Por ello, el análisis de contenido se efectuó a partir de las mismas categorías que se habían aplicado en las dos oleadas anteriores.

Los resultados de esta tercera oleada de envíos se pueden consultar de forma resumida en el cuadro 22. En ellos se aprecia que los porcentajes de respuesta apenas varían si se comparan con las dos oleadas anteriores. Responden 5 de los 42 diputados (un 11,9 por ciento) que publican su dirección de correo en la ficha personal del sitio web parlamentario. En términos absolutos los porcentajes son todavía menores: sólo ha sido posible establecer comunicación directa a través del e-mail con 5 de los 99 diputados de las Cortes Valencianas (poco más del 5 por ciento). Los datos confirman la hipótesis inicial según la cual los diputados de las Cortes Valencianas no están utilizando el correo electrónico para comunicarse de manera directa con la ciudadanía.

Los resultados de esta tercera oleada apuntan que los niveles de respuesta no se incrementan cuando las cuestiones que se plantean son más sencillas, o

**Cuadro 22. Diputad@s que publican su dirección de correo electrónico en la ficha personal de la página web de las Cortes Valencianas y que responden a la tercera oleada de correos electrónicos**

Grupo parlamentario	Diputados que publican su dirección de correo electrónico	Diputados que responden a la tercera oleada de correos electrónicos	Total Parlamentarios
PP	23	0	54
PSPV	14	2	38
Compromís	4	2	4
No adscritos	1	1	3
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>5 (11,9%)</b>	<b>99</b>

cuando requieren una dedicación de tiempo menor por parte de los diputados para leer los e-mails y elaborar la posterior respuesta. De hecho, los porcentajes de respuesta de la tercera oleada (11,9 por ciento) son incluso inferiores a los que se registraron en la primera oleada (14,2 por ciento) en la que, conviene recordar, las preguntas que planteaban los ciudadanos eran mucho más extensas y reclamaban una mayor implicación de los parlamentarios en cuanto al tiempo de lectura. Es decir, los diputados de las Cortes no responden más cuando los correos de los ciudadanos son concisos y rápidos de leer para ellos. Tampoco cuando las cuestiones que les plantean se pueden despachar de forma rápida y sencilla, como ocurre en esta tercera oleada. A pesar de que dos diputados que no habían contestado en ninguna de las dos oleadas anteriores sí lo hacen en la tercera, existe otro parlamentario que actúa de forma totalmente contraria en esta tercera oleada. Es decir, no responde ante una cuestión sencilla, rápida de leer y contestar por su parte, mientras que sí lo había hecho en las dos primeras oleadas, cuando se le interpelaba a través de correos mucho más extensos y que requerían de una mayor implicación por su parte.

De nuevo, los diputados del grupo parlamentario Compromís se convierten en los más activos e implicados a la hora de responder a los correos de la ciudadanía. Dos de las cinco respuestas recibidas (el 40 por ciento) provienen de diputados de sus filas, que muestran una tasa de respuesta del 50 por ciento (contestan dos de los cuatro representantes del grupo). Los datos indican que los diputados de los grupos minoritarios en la Cámara sí están utilizando el correo electrónico para mantener una relación interactiva con la ciudadanía, en comparación con los representantes de los grupos mayoritarios. De hecho, el porcentaje de respuesta de los diputados de los grupos minoritarios (Compromís y No adscritos) en esta tercera oleada es del 60 por ciento. Responden tres de los cinco que hacen pública su dirección de correo. Muy lejos de ellos se sitúan el grupo popular, con un porcentaje de respuesta inexistente, y el grupo del PSPV, que arroja un porcentaje de respuesta del 14,2 por ciento.

El escaso volumen de respuestas no se corresponde con la atención y la implicación que apuntan los diputados que sí hacen uso del correo electrónico. Todas las respuestas han sido redactadas personalmente por parte de los parlamentarios. Asimismo, el 100 por cien de las contestaciones se han considerado como respuestas argumentadas, ya que cumplían con la condición de contestar a la cuestión formulada por el interlocutor.

Uno de esos interlocutores era un joven que recientemente había empezado a trabajar en un despacho de abogados de Valencia. Le preguntaba a uno de los diputados por la manera de estar al corriente de toda la actividad legislativa generada por las Cortes, a lo que éste contestaba: «La web corporativa de las Cortes es <[www.cortsvalencianes.es](http://www.cortsvalencianes.es)>. Ahí puedes acceder al Boletín, al video de los planos, a los diarios de sesiones, etc... Desconozco si hay algún newsletter, pero intentaré averiguarlo». El diputado ya no se volvió a poner en contacto con el ciudadano para trasladarle esa averiguación, pero su contestación resolvía la duda planteada por su interlocutor.

Otro de los miembros electos respondía así a la petición de información de una ciudadana que quería organizar una visita a las Cortes para un colectivo de personas sordas: «Lo que sí te puedo asegurar es que todas las sesiones plenarias se traducen al lenguaje de signos, desde un circuito interno para las televisiones de cortes, que se puede ver desde una sala de invitados que habilitan cuando no hay suficiente espacio en el pleno, con lo que debo suponer que, en el caso de que demandéis una visita, será la opción que os ofrezcan». La diputada terminaba mostrando su disponibilidad para resolver cualquier duda acerca de ese asunto. De su respuesta se desprende no sólo el deseo de responder a la pregunta de su interlocutor, sino también la determinación para explicar el funcionamiento de una parte de la estructura organizativa de las Cortes.

Las posibilidades de los estudiantes universitarios para acceder a la biblioteca oficial de las Cortes fue la cuestión planteada a un diputado por uno de los interlocutores. En su contestación el diputado señalaba que «es posible realizar cualquier tipo de consulta directamente en la biblioteca de las Cortes sin ningún problema». Lacónico pero suficiente para aclarar las dudas de un ciudadano trasladadas a través de un correo igualmente sucinto. Otra compañera de escaño contestó a un profesor que le interpellaba sobre las actividades organizadas por las Cortes para acercar la actividad de la Cámara a los escolares. En su respuesta señalaba que «muchas veces vienen a Les Corts grupos de alumnos y alumnas de colegios e institutos, visitan el edificio y se les explica cómo funcionan, los partidos que hay, el sistema de debate y votación... imagino que se gestiona llamando directamente a Les Corts, pero de todas formas intentaré averiguar lo que tú necesitas». La diputada no volvió a ponerse en contacto con el ciudadano, pero su respuesta es suficiente para dejar claro que una de las actividades para acercar la institución a los colegios son las visitas presenciales, y que se pueden concertar llamando directamente a las Cortes.

Un poco más explícito fue otro de los diputados que respondió a un estudiante de Derecho interesado en conocer los trámites para poder presenciar en directo uno de los plenos de las Cortes. El diputado advirtió, en una primera respuesta, que iba a pasar el tema a una de las administrativas de su grupo parlamentario para que ésta tramitase su petición. Minutos después, la citada administrativa respondió lo siguiente: «Nosotros podemos pedir invitaciones para asistir a un pleno (unas cuantas). Pero si lo que queréis es como grupo de estudiantes y el tema de intercambio de opiniones con los diputados tenéis que contactar con el servicio de Protocolo de las Cortes. El teléfono es 96 387 61 00 y tenéis que preguntar por Protocolo».

Esta última respuesta confirma lo que ya apuntaba el diputado número 2 durante la entrevista personal que mantuvo con el investigador. Señalaba que habían adoptado una organización del trabajo que pretendía no dejar sin respuesta ninguno de los correos de los ciudadanos. Si el diputado no podía responder personalmente porque no conocía los pormenores de la cuestión, o porque no tenía tiempo suficiente, rebotaba el correo a uno de los asesores o miembros auxiliares del equipo para que se hiciera cargo. «Depende de la información que nos pidan –apuntaba–. Si es una propuesta o enlace para estudiar tenemos asesores a los que rebotamos el mail». En este sentido, el entrevistado destacaba la importancia de no dejar pasar excesivo tiempo entre la recepción del correo y su contestación posterior, especialmente para que el interlocutor no lo interpretase como un signo de desidia o desatención. Sobre este punto, cabe destacar que las cinco respuestas obtenidas en la tercera oleada se consideran inmediatas ya que llegaron dentro de los tres días posteriores al envío inicial.

Sobre la clase de la interacción que se establece entre los ciudadanos y los políticos a través de internet, el entrevistado número 7 plantea una reflexión interesante cuando apunta que esta interacción debe dar un paso hacia la calidad. Para él, no sirve de nada disponer de una especie de oficina ciudadana virtual en la que el diputado se dedica únicamente a responder y atender todas las sugerencias y consultas que le llegan a través del correo electrónico. En su opinión, sería necesario cambiar de estrategia e intentar convertir internet en un espacio para la reflexión y el debate entre políticos y ciudadanos. «Internet al final tiene que ir evolucionando hacia la calidad. Lo está usando mucha gente como mecanismo de lanzadera, de información, de bombardeo informativo. Pero en mi opinión, lo que hay que hacer es entrar en el diálogo, que es lo que dota de calidad una relación personal». Preguntado sobre cómo se entra en el diálogo volvía a insistir: «abriendo grupos de debate, hablando con la gente, contestando a la gente. Y no solamente utilizando los grupos para emitir mensajes».

Para el entrevistado número 4, lo más importante es que esa interacción electrónica va a servir para hacer a los ciudadanos más «corresponsables» frente a un sistema democrático que sólo les llama a participar una vez cada cuatro años. Es decir, abrir la política, y su día a día, a la participación ciudadana a través de las

herramientas que ofrecen las tecnologías de la información. El diputado número 1 también se muestra convencido de las posibilidades de la participación electrónica para que los ciudadanos puedan dejar constancia de sus quejas y reivindicaciones. Lo compara con un canal que proporciona acceso directo a los diputados y que impide que la voz de la ciudadanía anónima se quede sin ser escuchada. Además, señala que se trata de un tipo de interacción que también beneficia a los propios diputados, en el sentido en el que «todas las sugerencias que te hagan llegar desde los grupos, desde las personas, desde los colectivos se pueden ver trasladados en forma de iniciativas parlamentarias». Se trata, en palabras del entrevistado número 8, de una «auditoría permanente», es decir, la posibilidad de disponer de una muestra de ciudadanos, a través del correo electrónico o de las redes sociales, mediante la cual el diputado puede obtener un conjunto de opiniones directas acerca del sentido en el que se deben abordar determinadas cuestiones.

Sobre este punto, y sin negar ninguno de los beneficios que aporta la interacción electrónica, el diputado número 6 alerta de los peligros de deshumanizar las relaciones entre políticos y ciudadanos. «Hay una vertiente que es la deshumanización, o sea que probablemente nos estamos cerrando un poco demasiado en la máquina todo el día y, a lo mejor, faltaría... no sé. Yo creo que al final acabaremos haciendo sesiones del pleno de las Cortes por videoconferencia». Ese mismo parlamentario apunta que las tecnologías de la información nunca serán capaces de cerrar la distancia que separa a los ciudadanos de las instituciones políticas. Para él, la razón principal reside en el funcionamiento del sistema electoral que impone listas cerradas y bloqueadas a la toma de decisiones por parte de la ciudadanía. «A lo mejor, si las listas fuesen abiertas al estilo anglosajón, en el que cada distrito tiene su diputado, la gente tendría mayor cercanía». En esta misma línea, el entrevistado número 5 señala que el sistema electoral español impide a los ciudadanos mostrar sus preferencias en la elaboración de listas de un partido. En ese sentido, apunta a un déficit inicial en la participación ciudadana que internet no puede solventar. «Todo está relacionado con el sistema electoral. A todos nos parecen apasionantes las campañas muy personalizadas (se refiere a las elecciones norteamericanas) [...] pero mientras el sistema electoral fomenta las listas cerradas y bloqueadas no será tan determinante».

### Conclusiones de la tercera oleada

· Los resultados de la tercera oleada confirman que los diputados de las Cortes Valencianas no están utilizando el correo electrónico para establecer una relación directa con la ciudadanía. Sólo han contestado cinco de los 42 diputados (el 11,9 por ciento) que hacen pública una dirección de correo en su ficha personal del sitio parlamentario.

· La concreción y la sencillez en las cuestiones planteadas por la ciudadanía no se traducen en una tasa de respuestas mayor por parte de los diputados. Así ha

sucedido en esta tercera oleada, en la que la decisión de remitir correos sucintos (con una extensión de cuatro o cinco líneas), y de respuesta muy fácil y rápida por parte de los diputados, no ha incrementado los porcentajes de respuesta. Más bien se ha producido el efecto contrario. La tasa de respuestas de la tercera oleada (11,9 por ciento) es incluso inferior a la de la primera oleada (14,2 por ciento).

· Los diputados de los grupos minoritarios (Compromís y No adscritos) siguen siendo los más atentos e implicados a la hora de responder los correos de los ciudadanos. Su tasa de respuesta es del 60 por ciento (contestan tres de los cinco diputados con dirección de correo publicada). Mención especial merecen los diputados de Compromís porque de nuevo vuelven a ser el grupo parlamentario más implicado con esta herramienta. Dos de las cinco respuestas recibidas (el 40 por ciento) provienen de integrantes de su bancada, que obtienen la tasa de respuesta más elevada: 50 por ciento. Responden dos de los cuatro diputados que forman el grupo. Su distancia respecto a los grupos mayoritarios es más que considerable. Ninguno de los 23 diputados del PP con dirección de correo accesible ha contestado a los correos remitidos por parte de los ciudadanos anónimos, mientras que sólo dos de los 14 parlamentarios del PSPV que disponen de e-mail (es decir, un 14,2 por ciento) han atendido a las peticiones electrónicas de la ciudadanía. Los resultados revelan la desatención de los grupos mayoritarios del correo electrónico como herramienta de comunicación directa con la ciudadanía.

· A pesar del bajo volumen de interacciones registrado, las respuestas de los diputados denotan atención e implicación para resolver las cuestiones planteadas por sus interlocutores. El 100 por cien de las respuestas registradas habían sido redactadas por los propios diputados de forma personal. Además, respondían claramente a las dudas elevadas por la ciudadanía. Sólo uno de los diputados traslada la cuestión a uno de los miembros de su equipo, que contesta inmediatamente ofreciendo la información solicitada por el remitente.

## 6. CONCLUSIONES





Las conclusiones de este trabajo de investigación deben ser interpretadas en el escenario adecuado y en su justo término. Aquello que aporta el trabajo es una fotografía puntual tomada durante un período de seis meses a lo largo del año 2010. Esa fotografía demuestra que los diputados valencianos no están utilizando el correo electrónico para mantener una relación directa e interactiva con el ciudadano, pero no pretende convertirse en una afirmación dogmatizante. Es decir, no hay nada que indique que, tomada en otro eje temporal, la fotografía no pueda demostrar la existencia de una relación más intensa entre ciudadanos y diputados a través del e-mail. Asimismo, lo que el presente trabajo de investigación está midiendo es el grado de actividad de los diputados valencianos para relacionarse con los ciudadanos a través del correo electrónico. El hecho de que se hayan registrado porcentajes de respuesta tan bajos no significa falta de atención de los diputados respecto a los problemas de la gente, sino un bajo grado de modernidad para comunicarse con la ciudadanía a través del e-mail. Realizada esta puntualización, pasamos a desarrollar las conclusiones que arroja el presente trabajo de investigación:

- Internet y las tecnologías de la información no son la solución definitiva, pero sí disponen de potencial suficiente para dar un impulso práctico en la revitalización del proceso democrático. Internet articula los mecanismos para hacer posible una relación política permanente entre la militancia y los representantes políticos en un camino que conduce a la participación ciudadana en los asuntos públicos. A través de la interactividad que ofrecen las herramientas de la red es posible mantener una interpelación constante que dé lugar a un debate enriquecido de propuestas, reflexiones y argumentos entre ambas partes.

- Internet abre un espacio para la transparencia en la gestión, así como para una mayor implicación individual y colectiva en la política. El movimiento se postula como una alternativa frente a la falta de confianza de los ciudadanos en la política, capaz de acabar con el alejamiento de los ciudadanos hacia las instituciones públicas que se ha venido observando en los últimos años. Paralelamente, se articulan nuevos cauces de participación en la democracia, superando así la clásica insuficiencia del sistema democrático que sólo llama a la movilización de los ciudadanos en período electoral.

- A pesar de todas las alternativas que aporta esta «democracia interpelativa» o «ciberdemocracia» en aras de la revitalización del proceso, su realización afronta

una serie de obstáculos que deben ser tomados en cuenta (DADER, J. L. y CAMPOS, E. 2005: 121-122). En primer lugar, existe una brecha digital por la cual ciertos sectores de la población no tienen acceso a las nuevas tecnologías. En segundo lugar, la participación en el proceso democrático exige unas capacidades y una formación que no poseen todos los ciudadanos. En otras palabras, a pesar de que internet democratiza la participación, no todos están capacitados para tomar parte de ese proceso. Tal como señala Sartori, no se pueden repartir permisos de conducir «sin preguntar si las personas saben conducir» (SARTORI, G. 1998: 128-129).

· Internet también ofrece dudas sobre la calidad del debate democrático que se desarrolla en la red. Sus características apuntan hacia la inmediatez y la rapidez, mientras que el debate en democracia exige pausa y reflexión para escuchar las opiniones, en la forma de réplicas y contrarréplicas, de todos los implicados. Asimismo, el uso que los partidos políticos están haciendo de las tecnologías de la comunicación apunta, mayoritariamente, hacia su articulación como un canal de comunicación más. Es decir, una especie de «tablón de anuncios» donde domina la «comunicación unidireccional de masas» (SEY, A. y CASTELLS, M. 2006: 448-456; DOMINGO, D. 2008: 310-311). A través de él hacen llegar sus titulares, opiniones y reflexiones hasta la ciudadanía y los medios de comunicación, pero los blogs, perfiles en redes sociales o páginas personales en internet gestionadas por los políticos no se articulan como espacios de interacción para el debate y la comunicación entre las dos partes.

· La falta de actividad de los políticos a la hora de emplear las tecnologías de la información como espacios de interacción y de intercambio de opiniones con los ciudadanos se observa en el caso particular de las Cortes Valencianas. Los diputados del Parlamento Autonómico muestran una baja disponibilidad para facilitar su dirección de correo electrónico en su ficha personal de la web de la institución. Sólo ofrecen esta vía de contacto 42 de los 99 diputados de la Cámara (un 42,4 por ciento). Se sitúan muy lejos de los porcentajes que ofrecen parlamentos como el de Galicia donde, a pesar de ser la región española con la penetración más baja de internet, el 90,3 por ciento de los diputados facilita esta vía de contacto de forma pública. A nivel nacional e internacional, instituciones de referencia como el Senado o el Parlamento Europeo arrojan porcentajes todavía superiores que se ubican en el 93 y 99 por ciento, respectivamente.

· Los diputados de las Cortes Valencianas no facilitan el diálogo interactivo con la ciudadanía a través de la herramienta más utilizada por parte de los internautas. El e-mail es el servicio de internet más empleado por sus usuarios. Hacen uso de él diariamente el 86,5 por ciento de los internautas (AIMC, 2011b). Asimismo, disponen de él el 72 por ciento de los internautas mayores de 15 años (MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, 2009b: 9 y 35). A la vista de estos porcentajes, y volviendo la mirada de nuevo al caso de las Cortes Valencianas, cabe decir que el 57,6 por ciento de sus diputados se convierten en inalcanzables para el conjunto de la ciudadanía valenciana. Utilizamos la palabra inalcanzable

porque esos 57 diputados pasan a ser unidades aisladas en el escenario interactivo de internet. Además de no facilitar una cuenta de correo electrónico, tampoco incluyen otro tipo de enlace a través del cual poder contactar con ellos (blog, twitter o página persona en el internet), como sí ocurre con diputados de otras instituciones como el Parlamento Catalán, el Congreso de los Diputados o el Parlamento Europeo.

- La pertenencia a un grupo minoritario en las Cortes Valencianas se revela como un factor decisivo en la decisión de sus integrantes de hacer pública su dirección de correo electrónico. El 71 por ciento de los diputados pertenecientes a uno de estos grupos en la Cámara (Compromís y No adscritos) incluyen este enlace en su ficha personal, frente al 40 por ciento de los integrantes de los grupos mayoritarios (PP y PSPV). El correo electrónico se convierte en una herramienta económica y eficaz para establecer una relación directa con el electorado. Les permite superar las dificultades derivadas de la menor cobertura informativa que reciben por parte de los medios de comunicación de masas tradicionales.

- Los diputados de los grupos minoritarios (Compromís y No adscritos) son los únicos que están utilizando el correo electrónico para mantener una relación interactiva con los ciudadanos. Obtienen las mayores tasas de respuesta en cada una de las tres oleadas (66 por ciento en la primera; 40 por ciento en la segunda y 60 por ciento en la tercera). Sus porcentajes se sitúan muy lejos de los que ofrecen los grupos mayoritarios. En el caso del PP la mayor tasa de respuesta se registra en la primera oleada, en la que contesta sólo uno de los 23 diputados con cuenta de e-mail pública (4 por ciento). En el resto de oleadas no se obtiene ninguna respuesta por parte de los integrantes del grupo mayoritario en la Cámara. Cabe pensar que el hecho de contar con una holgada mayoría absoluta en el Parlamento, así como la sólida presencia que mantienen en los medios de comunicación de masas, con amplia cobertura de todas las noticias que giran en torno al grupo, tanto positivas como negativas, les lleva a descuidar la herramienta del correo electrónico en su relación con la ciudadanía.

- En el caso del principal grupo de la oposición la situación apenas varía. El PSPV se mantiene con tasas de respuesta del 14 por ciento en cada una de las tres oleadas (responden dos de sus 14 parlamentarios con cuenta de correo). Los datos revelan la falta de atención hacia el correo electrónico por parte del principal grupo de la oposición. Cabría hablar del escaso aprovechamiento de la cercanía ciudadana que le facilita, en su labor de oposición, una herramienta como el e-mail para llevar hasta el hemicycle las quejas, sugerencias o propuestas que llegan de parte de la ciudadanía. En general, y a la vista de los resultados, se observa una desatención de los grupos mayoritarios hacia el correo electrónico como vía de contacto y comunicación permanente con la gente.

- Mención especial merecen los integrantes del grupo parlamentario Compromís. Sus diputados son los más activos e implicados en la atención del correo electrónico. Su tasa de respuesta ha sido la mayor de todos los grupos parlamen-

tarios en cada una de las tres oleadas. Han respondido, como mínimo, dos de sus cuatro integrantes (50 por ciento) excepto en la primera oleada, donde la tasa de respuesta dentro del grupo asciende hasta el 75 por ciento (contestan tres de los cuatro diputados). Se observa un aprovechamiento de la cercanía ciudadana que ofrece esta herramienta para atender las peticiones de los ciudadanos y colocarse a su servicio. El correo se convierte para ellos en una herramienta a través de la cual demostrar la eficacia de su trabajo como servidores del bien público. Es una plataforma de comunicación barata y directa para paliar, en parte, sus limitaciones de acceso a los medios de comunicación de masas, y las dificultades que eso conlleva para hacer llegar sus propuestas a la ciudadanía.

· A pesar de la implicación demostrada por los diputados de los grupos minoritarios, la impresión general es que los diputados de las Cortes Valencianas no están utilizando el correo electrónico para acercarse a los ciudadanos a través de una relación directa. Tal como muestra el cuadro 23 las tres oleadas arrojan porcentajes de respuesta muy bajos, que no han llegado a superar el 14 por ciento en ninguno de los casos. La oleada con mayor nivel de respuestas ha sido la primera en la que contestan sólo seis de los 42 diputados que facilitan su e-mail (el 14,2 por ciento). En términos generales, y sumando las tres oleadas, se enviaron un total de 126 correos electrónicos. De las 126 respuestas que se podían haber obtenido, sólo llegaron 15 (un 11,9 por ciento). Estos resultados se producen tras la campaña electoral, y posterior victoria en los comicios presidenciales norteamericanos, del candidato demócrata Barack Obama. Su campaña marca un momento de explosión de las tecnologías de la información vinculadas al ejercicio de la política en su relación con la comunidad. En consecuencia, los resultados del presente trabajo de investigación, interpretados en su justo contexto temporal y argumental, deberían servir de acicate y estímulo para avanzar hacia un mayor grado de actividad de los parlamentarios valencianos en su relación con la ciudadanía a través del e-mail. Ese avance debería producirse, en primer lugar, en la consecución de mayores porcentajes de facilitación de las direcciones electrónicas a través de las fichas personales en la web de la institución.

**Cuadro 23. Porcentajes de respuestas por grupo parlamentario en cada una de las tres oleadas.**

Grupo Parlamentario (G.P)	1ª oleada		2ª oleada		3ª oleada	
	Facilitan @	Respuestas	Facilitan @	Respuestas	Facilitan @	Respuestas
G.P Popular	23	1 (4,3%)	23	0 (0%)	23	0 (0%)
G.P Socialista	14	2 (14,2%)	14	2 (14,2%)	14	2 (14,2%)
G.P Compromís	4	3 (75%)	4	2 (50%)	4	2 (50%)
G.P.No adscritos	1	0 (0%)	1	0 (0%)	1	1 (33,3%)
Total	42 (42,4%)	6 (14,2%)	42 (42,4%)	4 (9,5%)	42 (42,4%)	5 (11,9%)

· Los porcentajes de respuesta del Parlamento Valenciano no muestran ninguna evolución respecto a la investigación realizada por José Luis Dader en el Congreso y el Senado español en los años 1999, 2001 y 2005. El autor, cuyos resultados se han referenciado en el presente trabajo, obtuvo una tasa de respuesta del 6,3 por ciento en la investigación de 1999; del 21,7 por ciento en 2001; y del 17,4 por ciento en 2005. Como se puede observar, los porcentajes de respuesta para las Cortes Valencianas en 2010 sólo son superiores a los niveles que obtuvo Dader en 1999. Incluso en el año 2001, los diputados de las Cortes Españolas (Congreso de los Diputados y Senado) ofrecieron tasas de respuesta más elevadas en comparación con los diputados valencianos en 2010. Es decir, nueve años después, y contando con el desarrollo y la penetración que han experimentado las tecnologías de la información entre la población española en todo ese tiempo, los diputados valencianos no sólo no superan, sino que empeoran los registros obtenidos en una investigación con características similares. Los datos revelan la escasa adaptación por parte de los parlamentarios autonómicos a las oportunidades de interacción y comunicación directa que ofrecen las tecnologías de la información a lo largo de la presente década.

· A pesar del escaso volumen de correos obtenidos por parte de los diputados valencianos, aquellos que han llegado denotan el interés y la implicación de los diputados a la hora de responderlos. Ninguno de los diputados hace uso de sistemas que ofrecen una respuesta automática para confirmar la recepción del correo. Todas las respuestas recibidas han sido redactadas personalmente por los diputados. Asimismo, 13 de los 15 correos obtenidos (el 86,7 por ciento) contenían respuestas argumentadas que respondían ampliamente a la cuestión que había planteado el interlocutor. Además de responder a las preguntas, los diputados no dudaban en aportar ideas y reflexiones que daban pie al inicio de un debate. Algunos llegaron a adjuntar documentos de propuestas formales presentadas en las Cortes e invitaron a su interlocutor a una lectura de las mismas para seguir profundizando en el tema. Otros no dudaron en mostrarse dispuestos a futuras interacciones, incluso a través de la vía telefónica o presencial. Este hecho demuestra la capacidad integradora de las nuevas tecnologías en el campo de la política y su poder para que los ciudadanos recuperen la confianza en las instituciones y vuelvan a acercarse a ella. Estamos hablando de ciudadanos que, ante un problema, han recibido la atención y el interés de los representantes públicos con los que se han puesto en contacto. Es evidente que la interacción continuada y sin interrupciones es imposible por la existencia de una serie de desequilibrios insalvables en este momento. Nos encontramos ante un Parlamento de 99 diputados para legislar sobre una comunidad autónoma de cinco millones de habitantes. La capacidad de respuesta de los que están a un lado quedaría desbordada si todos los que están en el otro extremo de la cadena desearan comunicarse con ellos al mismo tiempo. Sin embargo, y a pesar de los desequilibrios existentes, la implicación y el grado de atención que han demostrado los diputados valencianos en sus respuestas denotan su pleno compromiso con el correo electrónico como vía de comunicación directa con el ciudadano.

· La responsabilidad política de los diputados fuera del Parlamento se convierte en un factor determinante en la gestión que realizan de su correo electrónico. De los 24 correos que se enviaron en cada una de las tres oleadas a los diputados con este perfil, sólo se obtuvo la respuesta de un diputado que contestó a través de su asesor personal. Este dato confirma las opiniones formuladas por los diputados durante las entrevistas personales. En ellas señalaban que tener un excesivo volumen de trabajo parlamentario representaba una dificultad añadida para atender el correo electrónico. Por ello apuntaban la importancia de contar con equipos auxiliares capaces de filtrar y gestionar parte de los correos electrónicos, una reivindicación que hacían extensiva a todos los diputados de la Cámara ante un hipotético escenario futuro con un volumen de interacciones electrónicas mucho mayor al que se registra en estos momentos.

En consecuencia, y a partir de las conclusiones obtenidas del análisis de resultados, queda confirmada la hipótesis planteada al inicio del trabajo de investigación.

1. Los diputados de las Cortes Valencianas no están utilizando el correo electrónico para mantener una relación directa e interactiva con los ciudadanos, si bien los representantes de los grupos minoritarios son más activos e implicados en la utilización de esta herramienta para establecer una comunicación directa con los ciudadanos. Sólo los integrantes en la Cámara de estos grupos están aprovechando la cercanía ciudadana que les proporciona el e-mail en un intento de superar las limitaciones de acceso a los medios de masas para hacer llegar sus propuestas a la ciudadanía.

## BIBLIOGRAFÍA





ÁLVAREZ, ÁNGELS y RAMÍREZ, ANUNCIACIÓN. (2006): «Políticos valencianos en la blogosfera. La bitácora: entre la expresión personal y la comunicación de partido». Comunicación presentada al *I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo*. Valencia, octubre de 2006.

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. AIMC (2010): «Audiencia de internet. Abril/Mayo 2010», *EGM*. (Fecha de consulta: 03/09/2010) (en línea) <<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>>.

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. AIMC (2011a): «AIMC. Abril de 2011 a Marzo de 2011. Resumen general». *EGM*. (Fecha de consulta: 17/06/2011) (en línea) <<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>>.

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. AIMC (2011b): «AIMC. Febrero – Marzo 2011. Audiencia en Internet», *EGM*. (Fecha de consulta: 17/06/2011) (en línea) <<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>>.

BADILLO, A. y MARENGHI, P. (2001): «De la democracia mediática a la democracia electrónica», *Cuadernos de información y comunicación*, N.º 6: 39-61.

BARBER, BENJAMIN (1998): «The new telecommunications technology: endless frontier or the end of democracy?», en *A communications cornucopia*, editors. Roger Noll y Monroe Price, Washington DC: Brookings Institutions.

BARDIN, LAURENCE (1986): *Análisis de contenido*, Madrid: Akal Universitaria.

BERROCAL, SALOMÉ (2003): «La personalización en la política», en *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, coord. Salomé Berrocal, Barcelona: Ariel Comunicación.

BORGE, ROSA (2007): «Nuevas tecnologías y regeneración de la democracia», en *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías*, coord. Lorenzo Cotino, Granada: Editorial Comares.

BORGE, ROSA (2005): «La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación». *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*. N.º 1. UOC:1-15 (Fecha de consulta: 21/11/2009) (en línea) <<http://www.uoc.edu/idp/1/dt/esp/borge.pdf>>.

- BRUGUÉ, JOAQUIM (1999): «Participación en el ámbito local privado», en *La participación ciudadana en la vida de las ciudades*, Fernando Pindado, Barcelona: Ediciones del Serbal.
- BRUGUÉ, JOAQUIM (2001): «Consejos consultivos en Barcelona: un balance», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- BRUGUÉ, JOAQUIM y GALLEGU, RAQUEL (2001): «¿Una administración pública democrática?», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- BRUGUÉ, JOAQUIM; DONALDSON, M. y MARTÍ, S. (2003): *Democratizar la democracia. Reptes i mecanismes de participació en l'àmbit local*. Barcelona: Fundació Catalunya Segle XXI.
- CALVINO, ITALO (1974): *La especulación inmobiliaria. La jornada del escrutador. La nube smog*, Madrid: Alianza Editorial.
- CARRACEDO, JOSÉ DAVID (2002): «Jerarquías y desigualdades en la sociedad de la información: la estratificación digital en relación con la democracia digital», en *Democracia digital. Límites y oportunidades*, Heriberto Cairo, Madrid: Trotta.
- CARRACEDO, JOSÉ DAVID (2005): «Explorando la estratificación digital (digital divide). 7.05. Jerarquías y desigualdades en las sociedades de la información y software libre». *Observatorio para la Democracia Digital y los Derechos de Ciudadanía en Internet*. Universidad Complutense de Madrid: 1-32. (Fecha de consulta: 27/10/2009) (en línea) <[http://www.fiap.org.es/colabora\\_6htm](http://www.fiap.org.es/colabora_6htm)>.
- CASTELLS, MANUEL (2001): *La galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*, Barcelona: Areté.
- CASTELLS, MANUEL (2003): *La era de la información. El poder de la identidad*, Madrid: Alianza Editorial.
- CASTELLS, MANUEL y OLLÉ, ESTEVE (2004): *El model Barcelona II: L'Ajuntament de Barcelona a la societat xarxa*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. (en línea) <<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/pic5.html>>.
- CASTELLS, MANUEL EN RODRÍGUEZ, DELIA (2011): «Twitterrevolución», *El País Semanal*. 13/03/2011: 44.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2002): «Ciudadanía y participación democrática. Estudio 2450.» (Fecha de consulta: 17/05/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2440\\_2459/2450/e245000.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2440_2459/2450/e245000.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2004): «Ciudadanía y participación. Estudio 2575.» (Fecha de consulta: 17/05/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2560\\_2579/2575/e257500.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2560_2579/2575/e257500.html)>.

- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2005): «Representación y participación política en España. Estudio 2558.» (Fecha de consulta: 17/05/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2580\\_2599/2588/e258800.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2580_2599/2588/e258800.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2006a): «Ciudadanía y participación. Estudio 2632.» (Fecha de consulta: 17/05/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2620\\_2639/e263200.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2620_2639/e263200.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2006b): «Barómetro enero 2006. Estudio 2633.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2620\\_2639/2633/e263300.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2620_2639/2633/e263300.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2007a): «Internet y participación política. Estudio 2736.» (Fecha de consulta: 17/05/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2720\\_2739/2736/e273600.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2720_2739/2736/e273600.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2007b): «Barómetro enero 2007. Estudio 2672.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2660\\_2679/2672/e267200.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2660_2679/2672/e267200.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2008): «Barómetro enero 2008. Estudio 2749.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2740\\_2759/2749/e274900.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2740_2759/2749/e274900.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2009): «Barómetro enero 2009. Estudio 2782.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2780\\_2799/2782/e278200.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2780_2799/2782/e278200.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2009): «Barómetro junio 2009. Estudio 2806.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2800\\_2819/2806/e280600.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2800_2819/2806/e280600.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2009): «Barómetro diciembre 2009. Estudio 2824.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820\\_2839/2824/e282400.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2824/e282400.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro enero 2010. Estudio 2828.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820\\_2839/2828/e282800.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2828/e282800.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro febrero 2010. Estudio 2830.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820\\_2839/2830/e283000.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2830/e283000.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro marzo 2010. Estudio 2831.» (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820\\_2839/2831/e283100.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2831/e283100.html)>.

- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro abril 2010. Estudio 2834». (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820\\_2839/2834/e283400.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2834/e283400.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro mayo 2010. Estudio 2836». (Fecha de consulta: 10/07/2010) (en línea) <[http://datos.cis.es/pdf/Es2836mar\\_A.pdf](http://datos.cis.es/pdf/Es2836mar_A.pdf)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro junio 2010. Estudio 2838». (Fecha de consulta: 05/08/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820\\_2839/2838/e283800.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2838/e283800.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2010): «Barómetro julio 2010. Estudio 2843». (Fecha de consulta: 05/08/2010) (en línea) <[http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2840\\_2859/2843/e284300.html](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2840_2859/2843/e284300.html)>.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS (2011): «Barómetro mayo 2011. Estudio 2888». (Fecha de consulta: 17/06/2011) (en línea) <[http://datos.cis.es/pdf/Es2888mar\\_Apdf](http://datos.cis.es/pdf/Es2888mar_Apdf)>.
- CLEAVER, HARRY (1995): «The zapatistas and the electronic fabric of struggle». University of Texas. (Fecha de consulta: 20/12/2009) (en línea) <<http://www.eco.utexas.edu/facstaff/Cleaver/zaps.html>>.
- 24
- 234
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2004): «Informe de l'audiovisual de Catalunya 2003», *Quaderns del CAC*: 209-219. (Fecha de consulta: 06/05/2010) (en línea) <<http://www.audiovisualcat.net/publicacions/inf03annex5.pdf>>.
- CONTRERAS, FERNANDO R. (2001): «Internet en España», en *Sphera Publica. Extra año 2001. España 2000. Procesos electorales y nuevas tecnologías*.. Universidad Católica San Antonio de Murcia: 13-34.
- COTARELO, RAMÓN (2002): «¿Democracia electrónica vs. Democracia deliberativa?», en *Democracia digital. Límites y oportunidades*, Heriberto Cairo, Madrid: Trotta.
- DADER, JOSÉ LUIS (2003): «Ciberdemocracia y comunicación política virtual: el futuro de la ciudadanía electrónica tras la era de la televisión», en *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, coord. Salomé Berrocal, Barcelona: Ariel Comunicación.
- DADER, JOSÉ LUIS y CAMPOS, EVA (2005): «Internet parlamentario en España (1999-2005): los recursos para el contacto y su uso, con una comparación europea». *ZER*, N.º 20: 105-132 (Fecha de consulta: 13/11/2009) (en línea) <[http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20\\_10\\_dader.pdf](http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_10_dader.pdf)>.
- DELAP, CLARE (2007): «Jurados ciudadanos en el Reino Unido», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.

- DEL REY, JAVIER (1996a): *Comunicación política, internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocracia*, Madrid: Tecnos.
- DEL REY, JAVIER (1996b): *Democracia y postmodernidad. Teoría general de la Comunicación*, Madrid: Complutense.
- DEL REY, JAVIER DEL (1996): «¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?», *ZER*, N.º 1 diciembre, (Fecha de consulta: 02/06/2010) (en línea) <<http://www.ehu.es/zer/3artrey.htm>>.
- DE VEGA GARCÍA, PEDRO (1996): «La crisis de la democracia representativa», en *La democracia post-liberal*, ed. José Félix Tezano, Madrid: Editorial Sistema. Colección Politeia.
- DEWEY, JHON (2004): *La opinión pública y sus problemas*, Madrid: Ediciones Morata.
- DEWEY, JHON (1995): *Democracia y educación*, Madrid: Ediciones Morata.
- DOMINGO, DAVID (2008): «Irrupción de internet en el panorama electoral», en *Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas electorales*, Pere Oriol Costa, Barcelona: Paidós Comunicación.
- DOVAL, MONTSERRAT (2006): «La revolución de internet en España: comunicación, política y legislación (1996-2005)», en *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005). Prensa, radio y televisión. Internet y grupos de comunicación*», coord. María Arroyo y Marta Roel, Madrid: Fragua.
- DUVERGER, MAURICE (1981): *Métodos de las ciencias sociales*, Barcelona: Editorial Ariel.
- ELSTER, JOHN (2001): «Introducción», en *La democracia deliberativa*, compilador John Elster, Barcelona: Gedisa Editorial.
- ELSTER, JOHN (2001): «La deliberación y los procesos de creación constitucional», en *La democracia deliberativa*, compilador John Elster, Barcelona: Gedisa Editorial.
- European Commission (2010): «Europe's digital competitiveness report. ICT country profiles. Vol. II», *Digital Agenda*: 56-58. (Fecha de consulta: 12/06/2010) (en línea) <[http://ec.europa.eu/information\\_society/digital-agenda/documents/countryprofiles.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/documents/countryprofiles.pdf)>.
- FALLOWS, JAMES (1996): *Breaking the news: how the media undermine American democracy*, New York: Pantheon.
- FARRÉ, JORDI (1999): «Esfera pública, comunicación política y prensa diaria. La escenificación periodística de la campaña de las elecciones al Parlamento», *ZER*, N.º 7 diciembre, (Fecha de consulta: 02/06/2010) (en línea) <<http://ehu.es/zer/farre68.htm>>.
- FEMENÍA, SANDRA y ÁLVAREZ, ÁNGELS (2009): «Obama: el antes y el después del marketing político. El candidato hiperconectado», *Comunicación y Realidad*. CIRC 2009: 821-833.

- FISHKIN, JOHN (1995): *Democracia y deliberación. Nuevas perspectivas para la reforma democrática*. Barcelona: Ariel.
- FONT, NURIA y SUBIRATS, JOAN (2001): «La participación pública en los procesos de agenda 21 local», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- Fundació Jaume Bofill (2004): «La participació ciutadana a través de los noves tecnologies. Estratègies per a la utilització de Consensus», *Finestra Oberta*, N.º42: 3-48
- Fundación Orange (2010): «e-España 2010. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España». Madrid: 7-29 (Fecha de consulta: 28/08/2010) (en línea) <<http://www.informeespana.es/docs/eE2010.pdf>>.
- Fundación BBVA (2008): «Segundo estudio sobre internet en España», Departamento de Estudios Sociales. Fundación BBVA. (Fecha de consulta: 20/05/2010) (en línea) <[http://www.fbbva.es/TLFU/dat/Estudio\\_Internet\\_2008.pdf](http://www.fbbva.es/TLFU/dat/Estudio_Internet_2008.pdf)>.
- GALLEGO, RAQUEL y BRUGUÉ, JOAQUIM (2001): «¿Una administración pública democrática?», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- GARCÍA COSTA, FRANCISCO MANUEL (2007): «Participación y democracia en el Estado Representativo», en *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías*, coord. Lorenzo Cotino, Granada: Editorial Comares.
- GOLDING, PETER y MONK, WENDY (1995): «La comunicación política y la ciudadanía», en *Comunicación política*, eds. Alejandro Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir, Madrid: Editorial Universitas.
- GOMÀ, RICARD y FONT, JOAN (2001): «La democracia local: un mapa de experiencias participativas», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- GÓMEZ FERNÁNDEZ, PEDRO (1999): «El marketing político como producto de la democracia mediática», en *Democracia mediática y campañas electorales*, eds. Alejandro Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir, Barcelona: Ariel Comunicación.
- HARFOUSH, RAHAF (2010): *Yes we did. Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales*, Barcelona: Gestión 2000.
- Instituto de la Juventud en España. Injuve. (2008): «Informe juventud en España 2008», Ministerio de igualdad: 4-75 (Fecha de consulta: 8/08/2010) (en línea) <<http://www.injuve.migualdad.es/injuve/contenidos.downloadatt.action?id=725387112>>.
- JOVE, MATÍAS y RUBIO, RAFAEL (2006): «Una nueva revolución electoral». *Cuadernos de pensamiento político*, N.º9, (Fecha de consulta: 10/10/2009) (en línea) <[http://documentos.fundacionfaes.org/record\\_file/file\\_name/419/00062-11\\_-\\_una\\_nueva\\_revolucion\\_electoral.pdf](http://documentos.fundacionfaes.org/record_file/file_name/419/00062-11_-_una_nueva_revolucion_electoral.pdf)>.

- JOHNSON, JAMES (2001): «Argumentos a favor de la deliberación. Algunas consideraciones escépticas», en *La democracia deliberativa*, compilador John Elster, Barcelona: Gedisa Editorial.
- JURIS, JEFFREY S. (2006): «Movimientos sociales en red. Movimientos globales por una justicia global», en *La sociedad red. Una visión global*, ed. Manuel Castells, Madrid: Alianza Editorial.
- KALNES, OYVIND (2009): «Political Parties on the Web 2.0: The Norwegian case». *Paper for the 5<sup>th</sup> ECPR General Conference. Potsdam, 10-12 September 2009*: 1-26. (Fecha de consulta: 01/04/2011) (en línea) <<http://internet-politics.cies.iscte.pt/spip.php?article262>>
- LARRAÑA, ENRIQUE (1999): *La construcción de los movimientos sociales*, Madrid: Alianza Editorial.
- LIPPMANN, WALTER (2003): *La opinión pública*, Madrid: Langre
- LÓPEZ GARCÍA, GUILLERMO (2004): «El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis», Comunicación presentada en el *II Congreso on line del Observatorio para la Cibersociedad*, Noviembre de 2004. (Fecha de consulta: 14/05/2010) (en línea) <[http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?grup=89&id=227&idioma=es](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=89&id=227&idioma=es)>.
- MARAVALL, JOAQUÍN (2003): *El control de los políticos*, Madrid: Taurus.
- MARTÍ I MASFERRER, PEP (1999): «Notas en torno a la participación ciudadana. Reflexiones sobre algunos condicionantes», en *La participación ciudadana en la vida de las ciudades*, Fernando Pindado, Barcelona: Ediciones del Serbal.
- MAZZOLENI, GIANPIETRO (2001): «La revolución simbólica de internet», *Cuadernos de información y comunicación (CIC)*. N.º 6: 33-38. (Fecha de consulta: 03/03/2010) (en línea) <<http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0101110033A.PDF>>.
- MEDINA, LUCÍA y FONT, JOAN (2001): «Consejos ciudadanos en España: ¿un despilfarro europeo?», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2009a): «Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE 2009», *Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*: 1-28. (Fecha de consulta: 01/06/2010) (en línea) <<http://www.red.es/media/registrados/2010-02/1265626441325.pdf?acceptacion=40398b696106fac29ac22091035flee4>>.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2009b): «Las TIC en los hogares españoles. Encuesta panel 26ª oleada. IV Trimestre 2009 Octubre-Diciembre».

*Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*: 1-40. (Fecha de consulta: 13/06/2010) (en línea) <<http://www.red.es/media/registrados/2010-05/1273478687469.pdf?acceptacion=7bf9931df0d20217e0a3d5e55c9fe915>>.

MUÑOZ ALONSO, ALEJANDRO (1995): «Opinión pública y parlamento. Las transformaciones del régimen parlamentario», en *Comunicación política*, eds. Alejandro Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir, Madrid: Editorial Universitas.

MUÑOZ ALONSO, ALEJANDRO (1999): «La democracia mediática», en *Democracia mediática y campañas electorales*, eds. Alejandro Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir, Barcelona: Ariel Comunicación.

NAVARRO, CLEMENTE J. (2001): «Límites y contingencia de la democracia asociativa. Gobierno municipal y asociaciones cívicas en Italia y España (1960-1995)», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.

NEWTON, KENETH y NORRIS, PIPPA (2000): «Confidence in public institutions: faith, culture or performance?», en *Disaffected democracies. What's troubling with trilateral countries?*, eds. Susan J. Pharr y Robert D. Putnam, Princeton: Princeton University Press.

NORRIS, PIPPA (2000): *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*, Cambridge: Cambridge University Press.

NORRIS, PIPPA (2001): *Digital divide? Civic engagement, information poverty and the internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press. (Fecha de consulta: 01/06/2010) (en línea) <[www.pippanorris.com](http://www.pippanorris.com)>.

ORTEGA Y GASSET, JOSÉ (1983): *La rebelión de las masas. Obras completas. Tomo IV*, Madrid: Alianza Editorial – Revista de Occidente.

PALLARÉS, ESTHER (2004): «Candidatos online: marketing electoral en las elecciones generales 2004», *Baquía.com*, (Fecha de consulta: 10/05/2010) (en línea) <<http://baquia.com/com/20040303/art00004.html>>.

PÉREZ, DAVID (2003): *Técnicas de comunicación política. El lenguaje de los partidos*, Madrid: Tecnos.

PÉREZ-DÍAZ, VÍCTOR (2003): «De la guerra civil a la sociedad civil: el capital social en España entre los años 30 y los años 90 del S. XX», en *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y en sentido comunitario*, ed. Robert D. Putnam, Barcelona: Galaxia Gutemberg.

PINDADO, FERNANDO (1999): *La participación ciudadana en la vida de las ciudades*, Barcelona: Ediciones del Serbal.

POSTMAN, NEIL (2001): *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show business*, Barcelona: Ediciones de la Tempestad.



- PRIETO, PEDRO (2007): «Sistemas avanzados para la participación electrónica municipal: ejes conceptuales para su diseño», en *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías*», coord. Lorenzo Cotino, Granada: Editorial Comares.
- PRIETO, PEDRO (2004): «Participación ciudadana y TICs en el ámbito municipal: el caso consensus en Cataluña», *Universidad Oberta de Catalunya*. Barcelona: 1-34. (Fecha de consulta: 13 de marzo de 2010) (en línea) <[http://www.comunitats.localret.cat/consensus/files/images/consensus/PCyTIC\\_Consensus.pdf](http://www.comunitats.localret.cat/consensus/files/images/consensus/PCyTIC_Consensus.pdf)>
- PUTAM, ROBERT (2003): «Conclusiones», en *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y en sentido comunitario*, ed. Robert Putnam, Barcelona: Galaxia Gutemberg.
- RAMILO, MARI CARMEN (2007): «Ciudadanía y participación digital. Un estudio sobre los mecanismos de participación ciudadana basados en internet en los ayuntamientos vascos», en *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías*», coord. Lorenzo Cotino, Granada: Editorial Comares.
- REBOLLO, ÓSCAR y GOMÁ, RICARD (2001): «Democracia local y ciudadanía activa: reflexiones en torno a los presupuestos participativos», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- ROCAMORA, JOSÉ (2001): «Banda ancha, banda estrecha, comportamientos electorales de las formaciones mayoritarias en el sistema de partidos españoles», en *Sphera Publica. Extra año 2001. España 2000. Procesos electorales y nuevas tecnologías*. Universidad Católica San Antonio de Murcia: 89-105.
- RODRÍGUEZ, I. (2002): «El efecto de las TIC en la organización de la acción colectiva: la virtualización de los movimientos sociales», UOC.edu, (Fecha de consulta: 10/04/2010) (en línea) <<http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/irodriguez0602/irodriguez0602.html>>.
- RODRÍGUEZ ÁLVAREZ, J. M. (2002): «La participación de los ciudadanos en la vida pública local. Recomendaciones del Comité de Ministros del Consejo de Europa e informe explicativo». Barcelona: Fundació Carles Pi i Sunyer d'Estudis Autonòmics i Locals. (en línea) <<http://www.pisunyer.org/pdf/documents19.pdf>>.
- RODRÍGUEZ VIRGILI, JORDI; GUTIÉRREZ, ELENA y CODINA, MÓNICA (2009): «De los públicos a los ciudadanos: gestión del compromiso en la campaña de Barak Obama», *Comunicación y Realidad*. CIRC 2009: 911-919.
- RODRÍGUEZ GÓMEZ, GREGORIO; GIL, JAVIER y GARCÍA JIMÉNEZ, EDUARDO (1999): *Metodología de la investigación cualitativa*, Málaga: Ediciones Aljibe.
- ROSPIR, JUAN IGNACIO (1999): «La globalización de las campañas electorales», en *Democracia mediática y campañas electorales*, eds. Alejandro Muñoz Alonso y Juan Antonio Rospir, Barcelona: Ariel Comunicación.

- RUBIO, RAFAEL (2007): «El protagonismo de las nuevas tecnologías en los nuevos movimientos sociales», en *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías*, coord. Lorenzo Cotino, Granada: Editorial Comares.
- RUBIO, RAFAEL (2009): «Quiero ser como Obama (me pido una red social)», *Cuadernos de pensamiento político* (enero-marzo, 2009) N.º 21: 123-154.
- RUBIO, RAFAEL (2000): «Internet en la participación política», *Revista de estudios políticos (Nueva Época)*, N.º19. Julio-septiembre 2000: 285-302.
- RUIZ OLABUÉNAGA, JOSÉ IGNACIO (1999): *Metodología de investigación cualitativa*, Bilbao: Universidad de Deusto.
- SAMPEDRO, VÍCTOR (2000): *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*, Madrid: Ediciones Istmo.
- SAMPEDRO, VÍCTOR; TUCHO, FERNANDO y VIZCAÍNO-LAORGA, RICARDO (2008): «Las webs de los partidos: virtualidad y propaganda, censura y desinformación», en Sampedro, Víctor (ed.) *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y las otras campañas*: 202-233 (Fecha de consulta: 10/03/2011) (en línea) <<http://www.ciberdemocracia.net/victorsampedro/>>.
- SÁNCHEZ, JORDI (2001): «Internet como instrumento de participación», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- SAN NICOLÁS, CÉSAR (2001): «Publicidad política en soportes convencionales y publicidad política en la red», en *Sphera Publica. Extra año 2001. España 2000. Procesos electorales y nuevas tecnologías*. Universidad Católica San Antonio de Murcia: 35-66.
- SANMARTÍ, JOSÉ MARÍA (2003): «Los nuevos agentes políticos en la comunicación televisiva», en *Comunicación política y nuevos medios*, coord. Salomé Berrocal, Barcelona: Ariel Comunicación.
- SARTORI, GIOVANNI (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.
- SERRA GIMÉNEZ, FRANCISCO (2002): «Problemas políticos y jurídicos de la democracia electrónica», en *Democracia digital. Límites y oportunidades*, Heriberto Cairo, Madrid: Trotta.
- SEY, ARABA y CASTELLS, MANUEL (2006): «De la política en los medios a la política en red: internet y el proceso político», en *La sociedad red. Una visión global*, ed. Manuel Castells, Madrid: Alianza Editorial.
- SMITH, COLIN F. y GRAY, PAUL (1999): «The Scottish Parliament: (Re-) Shaping Parliamentary Democracy in the Information Age», en *Parliament in the age of the internet*, eds. Stephen Coleman, John Taylor y Wim Van de Donk, New York: Oxford University Press.

- STEWART, JOHN (2001): «De la innovación democrática a la democracia deliberativa», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- STOKES, SUSAN C. (2001): «Patologías de la deliberación», en *La democracia deliberativa*, compilador John Elster, Barcelona: Gedisa Editorial.
- SUBIRATS, JOAN (2001): «Nuevos mecanismos participativos y democracia: promesas y amenazas», en *Ciudadanos y decisiones públicas*, coord. Joan Font, Barcelona: Ariel.
- SUBIRATS, J; BLANCO, I; BRUGUÉ, J. *et al.* (2001): *Experiències de participació ciutadana en els municipis catalans*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- SUBIRATS, JOAN (2002) «Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación». Universidad Autónoma de Barcelona. (Fecha de consulta: 24/05/2010) (en línea) <<http://www.democraciaweb.org/subirats.PDF>>.
- SWANSON, DAVID L. (1995): «El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios», en *Comunicación política*, eds. Alejandro Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir, Madrid: Editorial Universitat.
- TAYLOR, J. A. y BURT, ELEANOR (1999): «Parliaments on the web: learning through innovation», en *Parliament in the age of the internet*, eds. Stephen Coleman, John Taylor y Wim Van de Donk, New York: Oxford University Press.
- TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. (1987): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Barcelona: Paidós Básica.
- TRIPPI, JOE (2008): *The revolution will not be televised. Democracy, internet and the overthrow of everything*, New York: Harper Collins.
- Unión Interparlamentaria Internacional (2009): «Directrices para sitios web parlamentarios». Ginebra: 7-32 (Fecha de consulta: 10/06/2010) (en línea) <<http://ipu.org/PDF/publications/web-s.pdf>>.
- Universidad de Zaragoza. Instituto Universitario de Investigación, Biocomputación y Física de los Sistemas Complejos (2011): «Interacciones entre usuarios 15-M». (Fecha de consulta: 17/06/2011) (en línea) <<http://15m.bifi.es/index.php>>.
- VALLES, MIGUEL S. (2002): *Cuadernos metodológicos. Entrevistas cualitativas*, Madrid: Centro de investigaciones Sociológicas.
- WILHELM, ANTHONY G. (2000): *Democracy in the digital age: challenges to political life in cyberspace*, New York: Routledge.
- WUTHNOW, ROBERT (2003): «El carácter cambiante del capital social», en *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y en sentido comunitario*, ed. Robert Putnam, Barcelona: Galaxia Gutemberg.

## ENLACES DE INTERNET CONSULTADOS

Ministerio del Interior. <[www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm](http://www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm)>. Fecha de consulta: 12/07/2010.

INE. Información Estadística. Cultura y ocio. Deportes. <<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t12/a115/a01/l0/&file=o20013.px&type=pcaxis&L=0>>. Fecha de consulta: 12/07/2010.

Senado. <<http://www.senado.es/legis9/senadores/index.html>>. Fecha de consulta: 04/09/2010.

Congreso de los Diputados. <<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/GruPar>>. Fecha de consulta: 12/09/2010.

Parlamento Europeo. <<http://www.europarl.europa.eu/members/expert/groupAndCountry.do?language=ES>>. Fecha de consulta: 09/09/2010.

Asamblea de Madrid. <<http://www.asambleamadrid.es/AsambleaDeMadrid/ES/QueEsLaAsamblea/ComposicionAsamblea/RelacionDiputados/RelacionAlfabeticaDiputados.htm>>. Fecha de consulta: 18/09/2010.

Corts Valencianes. <[http://www.cortsvalencianes.es/Diputados?id\\_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F](http://www.cortsvalencianes.es/Diputados?id_nodo=4012&accion=1&orden=1&&keyword=&auditoria=F)>. Fecha de consulta: 14/02/2010 y 15/04/2010.

Parlament de Catalunya. <<http://www.parlament.cat/web/composicio/grups-parlamentaris>>. Fecha de consulta: 16/09/2010.

Parlamento de Galicia. <[http://www.parlamentodegalicia.com/sites/ParlamentoGalicia/Contenidogal/pargal\\_btc\\_directorio.aspx](http://www.parlamentodegalicia.com/sites/ParlamentoGalicia/Contenidogal/pargal_btc_directorio.aspx)>. Fecha de consulta: 17/09/2010.

Junta General del Principado de Asturias. <<http://www.jgpa.es/tratarBuscadorDiputado.do?idLegislatura=7&texto=&paginaActual=1&grupoParlamentarioTexto=&idGrupoParlamentario=0&ordenacion=ASC>>. Fecha de consulta: 11/09/2010.

Democraciaweb <<http://www.democraciaweb.org/parlcartes.htm>>. Fecha de consulta: 23/07/2010.

Cadena SER. <[http://www.cadenaser.com/espana/audios/entrevista-completa-pa-txi-lopez-hoy-hoy/csrsrpor/20100115csrsrcsnac\\_2/Aes/](http://www.cadenaser.com/espana/audios/entrevista-completa-pa-txi-lopez-hoy-hoy/csrsrpor/20100115csrsrcsnac_2/Aes/)>. Fecha de consulta: 20/01/2010.

## ARTÍCULOS DE PRENSA CONSULTADOS

- ANDREU, JERÓNIMO (2010): «Así de mal funciona el DNI-e», *El País*. 14/02/2010: 38.
- A. M. (2009): «Cientos de personas protestan contra la corrupción en Palma», *El País*. 12/12/2009: 18.
- GALAZ, MÁBEL (2010): «El rey hace pública su agenda», *El País*. 21/02/2010: 22.
- HIGUERAS, GEORGINA (2011): «Las justicia amenaza a Mubarak y su fabulosa fortuna», *El País*. 13/02/2011: 3.
- MORA, MIGUEL (2009): «Internet se moviliza contra Berlusconi», *El País*. 06/12/2009: 8.
- PAÑOS, J. V. (2010): «Cientos de personas salen a la calle para apoyar al juez Garzón», *Levante – emv*. 25/04/2010: 31.
- TESÓN, NÚRIA (2011): «Así son los jóvenes que acabaron con el faraón», *El País*. 13/02/2011: 4-5.
- Elmundo.es (2008): «Gaspi, el alter ego más ácido y políticamente incorrecto de Llamazares», *El Mundo*. 28/01/2008. <<http://www.elmundo.es/navegante/2008/01/28/tecnologia/1201527081.html>>. Fecha de consulta: 27/07/2010.
- Elmundo.es (2010): «El PP prepara una cibercampaña con un perfil en Facebook y un blog de opiniones ciudadanas», *El Mundo*. 03/10/2010. <<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/03/valencia/1286117880.html>>. Fecha de consulta: 05/10/2010.
- Europa Press (2011): «La preocupación por el paro y los políticos marcan récords históricos», *Europa Press*. 09/06/2011. <<http://www.europapress.es/nacional/noticia-preocupacion-paro-alcanza-mayores-cotas-decada-20110609130140.html>>. Fecha de consulta: 17/06/2011.
- 3cat24.cat (2010): «CiU llança una xarxa social pròpia i forma centenars d'activistes», *Televisió de Catalunya*. 23/01/2010. <<http://www.3cat24.cat/noticia/487785/ciencia/CiU-llanca-una-xarxa-social-propia-i-forma-centenars-de-ciberactivistes>>. Fecha de consulta: 12/05/2010.
- 20minutos.es (2008): «Mariano Rajoy te llama al móvil para que comentes tus propuestas», *20minutos.es*. 01/02/2008. <<http://www.20minutos.es/noticia/342955>>. Fecha de consulta: 27/07/2010.
- Lavozdeg Galicia.es (2008): «Un Llamazares virtual contesta a las preguntas de los internautas», *La voz de Galicia*. 31/01/2008. <[http://www.lavozdegalicia.es/espana/2008/01/30/0003\\_6524149.htm](http://www.lavozdegalicia.es/espana/2008/01/30/0003_6524149.htm)>. Fecha de consulta: 28/07/2010.
- Larazon.es (2010): «Las actividades de diputados y senadores se publican por primera vez en internet», *La Razón*. 28/02/2010. <<http://www.larazon.es/>>

noticia/4004-las-actividades-de-diputados-y-senadores-se-publican-por-primera-vez-en-internet>. Fecha de consulta: 01/10/2010.

Público.es (2009): «Una nueva ventana para la política en la red», *Público*. 20/02/2009. <<http://www.publico.es/ciencias/202489/una-nueva-ventana-para-la-politica-en-la-red>>. Fecha de consulta: 12/08/2010.













**FRANCISCO JAVIER PUCHADES ARCE** (Valencia, 1982) es Licenciado en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU-Cardenal Herrera. Es Premio Extraordinario Fin de Carrera en ambas licenciaturas. Como periodista ha trabajado en diferentes medios de comunicación de la Comunidad Valenciana. Su faceta como investigador está vinculada a la Universidad CEU-Cardenal Herrera, donde desarrolla sus estudios de Tesis Doctoral.

