

# **La comunicación de los diputados españoles a través de Internet**

Manuel Sánchez Matito  
Universidad de Sevilla



## **La comunicación de los diputados españoles a través de Internet**

### **The communication of the members of the Congress of Deputies of Spain over Internet**

**Manuel Sánchez Matito**

Universidad de Sevilla

mshmatito@yahoo.es

Recibido: 11 de diciembre de 2015

Aceptado: 30 de marzo de 2016

#### **Resumen**

Aunque Internet se presenta como un espacio que puede disminuir la distancia entre la ciudadanía y el poder político, los políticos todavía no han desarrollado de forma adecuada las posibilidades que ofrece el ciberespacio. Para comprobar esta situación hemos investigado la forma en que los diputados españoles de la décima legislatura se comunican a través de Internet, mostrando las peculiaridades que presenta la comunicación en cada una de las herramientas virtuales estudiadas y concluyendo que el grado de interacción a través de este medio es todavía bastante bajo.

**Palabras clave:** Comunicación política; Internet; Democracia digital; Filosofía política; Ciencia política.

#### **Abstract**

Although Internet appears like a space that can shorten the range between the citizenship and the political power, politicians have still not developed the possibilities that the cyberspace offers. In order to verify this situation we have investigated the form in which Spanish parliamentarians of the X legislature communicate through Internet, showing the peculiarities that the communication displays in each one of the studied virtual tools and concluding that the interaction degree that unfolds through this means is still enough low.

**Key words:** Political communication; Internet; Digital democracy; Political philosophy; Political science.

**Para citar este artículo:** Sánchez Matito, Manuel (2016). La comunicación de los diputados españoles a través de Internet. *Revista de Humanidades*, n. 28, p. 139-168. ISSN 1130-5029 (ISSN-e 2340-8995).

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Una investigación interactiva. 3. Conclusiones. 4. Bibliografía.

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde diferentes posiciones teóricas se ha constatado en las últimas décadas la enorme distancia abierta entre la ciudadanía y el poder político. El nuevo republicanismo, defendido, entre otros, por Philippe Pettit, Q. Skinner o J. Pocock<sup>1</sup>, ha subrayado la necesidad de fortalecer los canales de participación ciudadana; la ética deliberativa, de inspiración habermasiana, ha sugerido que el diálogo libre en las sociedades democráticas se encuentra obstaculizado constantemente por los instrumentos del poder económico y político, y el comunitarismo liberal, sostenido por Charles Taylor o Michael Walzer, insiste en la necesidad de comprender las diversas fuentes morales de nuestra cultura para fortalecer el espíritu democrático.

Al mismo tiempo, se ha extendido la idea de que sería posible disminuir esa distancia y acrecentar el poder ciudadano a través de los medios de interacción que ofrece el ciberespacio. Internet presenta características que hacen pensar en esta posibilidad: su naturaleza ubicua -tiene una presencia en casi todas las actividades sociales, en numerosos dispositivos, en amplios sectores sociales y en casi todos los lugares del planeta “Internet es el tejido de nuestras vidas” (Castells, 2006: 15)-, su extraordinaria libertad -a pesar de los intentos por ser dominado presenta un gran poder que escapa a los controles gubernamentales y que puede impulsar corrientes de opinión, campañas e, incluso auténticas revoluciones-, su capacidad para facilitar la transparencia (Martín Cubas, 2001: 139); su inmediatez -permite una respuesta y una actuación casi inmediata- y su carácter horizontal y dialógico: rompe con la estructura jerárquica y vertical y posibilita, en principio, las relaciones con los políticos y el diálogo constante entre los ciudadanos. Teniendo en cuenta estas características, se comprende que en los últimos años se haya difundido una tesis bastante generalizada según la cual el uso de Internet en la política podría conseguir que el diálogo entre políticos y representados fuera más intenso y activo. El autor quebequés Pierre Lévy encarna esta posición optimista al confiar en las posibilidades de una ciudadanía capaz de impulsar una ciberdemocracia planetaria en la que reine la transparencia y aparezcan nuevas formas de deliberación política (Lévy, 2004).

Sin llegar a plantear una visión tan utópica, otros autores creen que es posible utilizar el ciberespacio para realizar algunos cambios en la democracia representativa que permitan un mayor acercamiento entre los políticos y los ciudadanos. Eva Campos y José Luis Dader en su estudio sobre el Congreso de los diputados -y en otros artículos- defienden un modo de “ciberdemocracia” con el que intentan combinar algunos elementos de la democracia directa con los principios de la representativa (Campos y Dader, 2009); Stephano Rodotà defiende en su obra *Tecnopolítica*

---

1 El republicanismo contemporáneo no representa una tradición cerrada y homogénea: entre los propios republicanos encontramos importantes diferencias tanto en su forma de comprender la libertad como en la selección de los autores que consideran básicos dentro de la tradición (Villaverde, 2008: 11-18).

una forma de democracia continua en la que manteniendo los mecanismos de la democracia representativa se fomente una participación más activa (Rodotá, 2000) y Clelia Colombo en una línea similar cree que las nuevas tecnologías deberían propiciar el tránsito hacia una democracia más participativa (Colombo, 2007).

Sin embargo, esta tesis tan generalizada sobre el poder emancipador o, al menos, reformador de Internet contrasta con otra posición más escéptica acerca del papel del ciberespacio. Se extiende entre los defensores de esta segunda línea la desconfianza ante el poder de este medio para fortalecer la democracia. Algunos creen que se está sobrevalorando el papel de Internet como medio excepcional, debiendo comprenderse la interrelación que existe en la esfera pública entre la red y otros medios tradicionales de comunicación "...antes de que llegemos a ser demasiado utópicos sobre los poderes emancipatorios de la era digital" (Moyo, 2009)<sup>2</sup>. Andrew Keen en su obra *Digital vertigo* considera que un mundo dominado por Internet y las redes sociales puede conllevar un exceso de hipervisibilidad, de transparencia personal y de exhibicionismo extremo que conduce a un modo de entender al ser humano en el que no queda cabida para la intimidad, para el secreto o para la vida personal (Keen, 2012). Por otra parte, M. Hindman en su obra *The Myth of Digital Democracy* nos recuerda cómo Internet está fomentando la creación de nuevas élites (Hindman, 2008). Y no debemos olvidar el libro de E. Morozov, *The Net delusion: the dark side of Internet freedom*, en el que se describe el lado oscuro del ciberespacio al defender que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación provocarán la aparición de un mundo mucho más controlado por el poder (Morozov, 2011).

Aunque las investigaciones anteriores nos impiden adoptar una posición ingenua ante los peligros del ciberespacio, sostendremos en nuestro estudio que el uso de Internet podría contribuir a disminuir la brecha abierta entre la ciudadanía y los representantes políticos. La utilización de los diversos medios que ofrece la red está provocando importantes transformaciones en el terreno político que se manifiestan en el gran desarrollo del gobierno electrónico, en la presencia constante de los partidos y de sus líderes en el ciberespacio, en la organización de las campañas electorales o en las movilizaciones ciudadanas. Sin embargo, como constataremos en nuestro estudio, el diálogo y la interactividad que podrían propiciarse siguen siendo muy débiles<sup>3</sup>.

---

2 En una línea similar se manifiesta D. Wolton en su obra *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux média*, (Wolton, 1999).

3 El Centro Mundial para las TIC en el Parlamento destaca varias dificultades en su estudio del periodo 2010-12: la falta de recursos económicos, la inadecuada capacidad del personal, la falta de conocimientos entre los parlamentarios, la falta de compromiso de las autoridades del Parlamento y, sobre todo, la ausencia de un plan estratégico para las TIC (una carencia que no se detecta en tres ejemplos concretos: la Cámara de los Comunes del Parlamento del Reino Unido, la Cámara de diputados de Brasil y el Parlamento europeo).

Se podrían señalar algunas causas que explican el bajo nivel de interactividad entre los políticos y la ciudadanía a través de Internet. Por una parte, se podría hablar de una falta de educación cívica que fomente la ciberparticipación (Lowndes y Pratchett, 2009; Prieto Martín, 2012); por otra parte, habría que aludir a la “brecha digital”<sup>4</sup> -en Europa unos 150 millones de personas nunca han utilizado Internet y en España un 32% de los hogares no tiene acceso a este medio-<sup>5</sup>; también se podría considerar la ausencia de un diseño institucional que promueva una mayor ciberparticipación y, por último, habría que destacar la falta de una mayor voluntad política.

En este estudio nos centraremos en el análisis de esta última causa, al considerar en la línea de otros autores (Schmitter, 2011; Prieto Martín, 2012; Kimpeler et al., 2012; Wainwright, 2005; Colombo, 2007) que gran parte de los políticos desconfían de las ventajas que puede proporcionar una mayor interactividad con la ciudadanía. Sin negar la importancia de los demás factores, pensamos que la ausencia de una voluntad más decidida por parte los políticos constituye un factor muy importante, ya que alienta lo que Prieto Martín denomina el “círculo vicioso de la participación”: las autoridades no muestran un verdadero interés en hacer funcionar la participación ciudadana, se pierde la motivación entre la ciudadanía y, sobre todo, entre la masa crítica que podría influir en los políticos, y, así, el interés político por conseguir que la participación avance sigue sin desplegarse.

En nuestra investigación mostraremos cómo la falta de voluntad política para fomentar un mayor acercamiento con la ciudadanía a través de Internet se observa en la escasa interactividad mostrada por los representantes en los diversos medios que ofrece la red: correo electrónico, redes sociales o blogs. Analizaremos la falta de respuesta, “devolución” o “retorno” que se observa de forma habitual a través de estos canales y desarrollaremos nuestro análisis entre los diputados del Congreso de los diputados de España.

Sin abandonar el marco de la democracia representativa nos planteamos cómo es posible que los políticos electos se transformen en representantes más cercanos, es decir, en personas capaces de escuchar de forma constante la voz de la ciudadanía en general, y de sus electores en particular, utilizando los medios tradicionales de comunicación y aprovechando las enormes posibilidades que proporciona la red.

---

4 Pippa Norris en su obra *Digital divide* ya puso de manifiesto en el año 2001 la importancia de la brecha digital (Norris 2001) y Manuel Castells en el año 2003 consideraba que la eliminación de este problema no sólo dependía del conocimiento y de la voluntad política, sino también de factores económicos, sociales, laborales y de “la capacidad de los países y los actores sociales para adaptarse a la velocidad de Internet en este proceso de cambio” (Castells, 2003: 339).

5 Según datos del Instituto Nacional de Estadística para 2012.

Compartiendo las inquietudes básicas de los autores comunitarios y la preocupación del nuevo republicanismo por la falta de una participación mayor, mostraremos cómo la participación ciudadana y la apertura de los políticos hacia el diálogo son dos herramientas muy útiles si queremos fortalecer la convivencia democrática.

## 2. UNA INVESTIGACIÓN INTERACTIVA

Para analizar el grado de interactividad que los diputados españoles despliegan a través de las diversas herramientas que ofrece Internet hemos realizado una investigación estructurada en varias fases. Por una parte, se ha desarrollado una revisión de la bibliografía básica sobre esta materia, centrándonos principalmente en aquellos trabajos que de forma explícita habían estudiado el grado de interactividad ofrecida por los diputados españoles. Por otra parte, se ha realizado nuestra investigación directa, nuestro propio “trabajo de campo”. Esta investigación ha contado con varias etapas: en un primer momento, se recogió toda la información relevante para nuestra investigación ofrecida por la página web del Congreso; en un segundo momento, se envió un correo electrónico a todos los diputados que ofrecieron públicamente su dirección; en una tercera fase se ofreció una pregunta vía Twitter a los políticos del Congreso que utilizan este medio; en un momento posterior se desarrolló un análisis de las páginas personales o blogs de los diputados; posteriormente se llevó a cabo el estudio de las respuestas que ofrecen los diputados a través de la red social Facebook; más adelante se desarrolló un estudio sobre la influencia entre los políticos a través de Twitter de un acontecimiento con gran repercusión social, y a lo largo de todo el trabajo se plantearon diferentes cuestiones a diversos agentes relacionados con el tema de la investigación: políticos, investigadores, periodistas, etc.

### 2.1. Los datos del Congreso

La primera fase de nuestra investigación ha consistido en la recopilación de la información que ofrece la web del Congreso sobre los medios que ofrecen los diputados para comunicarse a través de Internet: correo electrónico, Twitter, Facebook y web personal<sup>6</sup>. Esta información la hemos agrupado teniendo en cuenta el partido al que pertenece cada diputado, considerando el sexo y realizando una clasificación por tramos de edad. En las tablas siguientes se presenta la información recogida que será analizada con más detalle en los epígrafes posteriores.

---

6 Puede consultarse esta información en [www.congreso.es](http://www.congreso.es).

Tabla 1: Distribución de las herramientas virtuales de comunicación por partidos políticos a partir de la información publicada en la Web del Congreso de los diputados (enero de 2013).

Partido	Total	Diputados que ofrecen su correo electrónico	Diputados con Twitter	Diputados con Facebook	Diputados que muestran blog/web
Amaiur	7	2	5	1	1
BNG	2	0	2	0	0
CC	2	2	2	1	1
CIU	16	14	14	6	7
Compromis	1	1	1	0	1
Esquerra	3	3	3	2	2
Foro	1	1	0	0	0
Geroa Bai	1	0	1	0	1
IU <sup>1</sup>	11	10	10	10	6
PNV	5	2	3	1	0
PP	185	115	55	28	22
PSOE	109	83	81	33	36
UPN-PP	2	1	1	0	0
UPyD	5	0	4	2	4
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>234 (66.85%)</b>	<b>182 (52%)</b>	<b>84 (24%)</b>	<b>81 (23.14%)</b>

<sup>1</sup> Aunque utilizamos el acrónimo de Izquierda Unida nos referimos a la coalición que se presentó a las elecciones generales y que incorporaba además a otros partidos de izquierda.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Distribución según el sexo

Sexo	Total	Diputados con correo electrónico	Diputados con Twitter	Diputados con Facebook	Diputados con blog/web
Hombres	209	139 (66.5%)	111 (53.11%)	53 (25.36%)	58 (27.75%)
Mujeres	141	95 (67.37%)	71 (50.35%)	31 (21.98%)	23 (16.31%)
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>234</b>	<b>182</b>	<b>84</b>	<b>81</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Distribución por edades

Grupo de edad	Total	Diputados con correo electrónico	Diputados con Twitter	Diputados con Facebook	Diputados con blog/web
Hasta 34 años	20	15 (75%)	16 (80%)	15 (75%)	7 (35%)
De 35 a 44	68	57 (83.82%)	47 (69.12%)	17 (25%)	17 (25%)
De 44 a 54	118	79 (66.95%)	67 (56.78%)	33 (27.97%)	29 (24.58%)
De 54 a 64	113	65 (57.22%)	44 (38.94%)	18 (15.93%)	24 (21.24%)
65 y más años	31	18 (58.06%)	8 (25.81%)	1 (3.23%)	4 (12.9%)
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>234</b>	<b>182</b>	<b>84</b>	<b>81</b>

Fuente: Elaboración propia



## 2.2. El paulatino descenso del correo electrónico

En nuestra investigación sobre el uso del correo electrónico entre los diputados españoles observaremos cómo el grado de respuesta a través de este medio ha experimentado un descenso progresivo en los últimos años. Los datos que analizaremos no convierten el caso español en una excepción. Siguiendo el informe Parlamento electrónico 2012 (Naciones Unidas, 2012a) puede observarse cómo las respuestas de los diputados de los parlamentos estudiados reflejan que el correo electrónico es usado por un número mayor de parlamentarios, pero también puede comprobarse cómo el grado de respuesta ha descendido en los últimos años, ya que ahora el 78% de los parlamentos afirma responder a los mensajes, frente al 88% que se reflejaba en 2009.

Para comprobar si los diputados españoles que han ofrecido su correo electrónico responden a las cuestiones emitidas por los ciudadanos a través de este medio, realizamos el envío de un mensaje a todos los que habían publicado su dirección de correo electrónico en la web del Congreso.

El envío de correos se realizó durante la mañana del 6 de marzo de 2013 entre las 12h30m y las 14h05m. No se realizó un envío masivo (colocando un número amplio de direcciones en el destinatario); por el contrario, se prefirió remitir los correos de forma individual a cada uno de los políticos. De esta manera se evitaba la posible acusación de *spam* (correo no deseado) y se recreaba de una forma más cercana el modo en que un ciudadano podía realizar una consulta. Aprovechando que uno de los temas de actualidad en aquellos días era la discusión sobre la nueva ley de educación, se planteó en el correo la siguiente cuestión:

“Estimado Sr. Diputado:

Aprovechando este canal de comunicación, me gustaría conocer su opinión sobre esta cuestión: ¿Cree que el objetivo principal de la educación en España debería ser “promover la competitividad”, como se indica en el preámbulo del anteproyecto de ley orgánica para la mejora de la calidad educativa?

Muchas gracias.

Manuel Sánchez”

Tras esperar un periodo de diez días, constatamos que 29 diputados habían respondido, es decir, un 12,47% de los que ofrecían su dirección de correo y un 8.29% del total.

Tabla 4: Análisis del estudio sobre el uso del correo electrónico de los diputados españoles (febrero de 2013)

Partido	Total	Diputados que ofrecen su correo electrónico	Diputados que no ofrecen su correo electrónico	Respuestas emitidas al correo electrónico	Porcentaje sobre los diputados con correo	Porcentaje sobre el total
Amaiur	7	2	5	0	0%	0%
BNG	2	0	2	0	0%	0%
CC	2	2	0	0	0%	0%
CIU	16	14	2	1	7.14%	6.25%
Compr.	1	1	0	0	0%	0%
Esquerra	3	3	0	0	0%	0%
Foro	1	1	0	0	0%	0%
Geroa Bai	1	0	1	0	0%	0%
IU	11	10	1	3	30%	27.27%
PNV	5	2	3	0	0%	0%
PP	185	115	70	8	6.96%	4.32%
PSOE	109	83	26	17	20.48%	15.6%
UPN-PP	2	1	1	0	0%	0%
UPyD	5	0	5	0	0%	0%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>234 (66.86%)</b>	<b>116 (33.14%)</b>	<b>29</b>	<b>12.47%</b>	<b>8.29%</b>

Fuente: Elaboración propia

Llama la atención, en primer lugar, el bajo porcentaje de respuesta que ofrecen los diputados a través de este medio. En un estudio similar (Dader y Campos, 2006) realizado en el año 2005 el porcentaje de respuesta era del 17.4%, es decir, se trataba de un porcentaje ligeramente superior pero que evidenciaba también un grado de respuesta muy bajo. En estudios parecidos realizados anteriormente por estos autores las cifras eran algo superiores. Por tanto, se puede observar un paulatino descenso del nivel de respuesta a través del correo electrónico desde el año 2001 que también se reflejaría en nuestro propio experimento. Los propios autores señalan dos posibles causas: que los partidos muestren una gran indiferencia ante este medio de comunicación y, por otra parte, que los políticos reciban un volumen de correos tan amplio que prefieran responder las cuestiones internas antes que los mensajes de los ciudadanos. La investigadora Victoria Bolaños, miembro de la plataforma *Qué hacen los diputados*, aludió a un motivo similar al destacar la avalancha de “mails” que recibían los diputados en situaciones puntuales.

Resulta más relevante realizar una aproximación a la calidad de las respuestas que se llevaron a cabo: doce diputados contestaron de forma muy breve y concisa sin argumentar claramente el motivo de su respuesta; ocho diputados emitieron

respuestas breves pero añadieron algún tipo de razonamiento, mientras que nueve diputados argumentaron de forma detallada su respuesta, incluyendo, en tres casos, alguna información adicional. La calidad de las respuestas pone de manifiesto otro aspecto importante: no sólo el correo electrónico parece poco utilizado por sus señorías, sino que, además, no despliega el potencial argumentativo que se le supone. El hecho de que un ciudadano reciba una respuesta por parte de un diputado ante una cuestión planteada fomenta la interactividad, pero si además esa respuesta está unida a una argumentación se está desarrollando la capacidad que posee el correo electrónico para desplegar un razonamiento difícil de exponer a través de otras herramientas de comunicación.

Por último, merece la pena destacar un aspecto muy importante: aunque el porcentaje de diputados que ofrece su correo electrónico es notablemente superior al que observamos en el resto de herramientas que vamos a estudiar (Twitter, Facebook o blogs) se observa un importante descenso en este terreno respecto a las legislaturas anteriores. Así, siguiendo los datos que proporcionan José Luis Dader y Eva Campos (Dader y Campos, 2006) podemos comprobar la evolución del número de diputados con correo electrónico desde el año 1999. De los 92 diputados que mostraban su correo aquel año a través de la web del Congreso, se pasó a los 301 diputados que lo ofrecían en el año 2001; sin embargo, como hemos señalado, en el año 2013 se manifiesta un significativo descenso ya que el número de diputados que ofrece su correo es de 234, lo que significa un 66.9%. Estos datos contrastan con los que podemos encontrar en otros parlamentos europeos en la legislatura actual: en la Asamblea Nacional de Francia el 99.8% de los diputados ofrecen públicamente alguna cuenta de correo, en la Cámara de los Comunes británica tan solo encontramos siete parlamentarios que no ofrecen su correo, lo que significa que el 98.9% de los representantes sí ofrece alguna cuenta a través de la web del Parlamento y en el caso de la Cámara de los diputados italianos observamos que en el espacio reservado a cada diputado en la web oficial existe un apartado “scrivi” que permite enviar un correo a la cuenta de cada uno de los políticos. Por tanto, en Francia, Gran Bretaña e Italia los ciudadanos tienen la posibilidad, en teoría, de enviar un correo electrónico a casi todos sus representantes.

También llama la atención la ausencia de un plan coordinado para realizar la atención a los correos electrónicos. En Gran Bretaña, por ejemplo, los parlamentarios no pueden atender, siguiendo las normas del Parlamento, los mensajes de aquellos ciudadanos que no pertenezcan a su distrito, pero, al menos, responden mediante un mensaje en el que proporcionan esta información y sugieren otros medios para establecer la comunicación.

Por tanto, el estudio sobre el correo electrónico nos ha mostrado, en primer lugar, la necesidad de una extensión mayor de esta herramienta entre los diputados españoles, el descenso en el nivel de respuestas que ofrecen los representantes y, sobre todo, la ausencia de un plan coordinado -algo que también observaremos en el resto de medios estudiados- para regular la forma en que el correo electrónico debería ser empleado por los diputados españoles.

### 2.3. Una herramienta con gran potencial político: Twitter

La red social Twitter, creada por Jack Dorsey en el año 2006, no fue diseñada con el objetivo principal de intervenir en la vida política, pero ha ejercido una importante influencia en este ámbito: ha favorecido el triunfo electoral de algunos de los principales dirigentes mundiales -ya fue utilizada en la campaña electoral de 2008 en la que Barack Obama se proclamó presidente (Olmeda, 2012: 45-46)-; ha servido para impulsar la llamada “primavera árabe” -no hay que olvidar, por ejemplo, cómo los manifestantes tunecinos utilizaron el “hashtag” #sidibouزيد para debatir y coordinar las acciones y cómo en la revolución egipcia de 2011 Twitter proporcionó la plataforma que establecía las tendencias ideológicas<sup>7</sup>(Castells, 2012)-; ha canalizado los movimientos de protesta en Islandia, en España o en Estados Unidos y, en definitiva, se ha convertido en una potente arma que permite la coordinación de la ciudadanía y su enfrentamiento o diálogo con el poder institucionalizado.

Por tanto, Twitter aparece como una red que ofrece grandes posibilidades en el terreno de la comunicación política. Una de las claves principales de su posible éxito en este ámbito la encontramos en el estudio que realizan W. J. Grant y otros autores sobre el uso de Twitter en la política australiana (Grant, Moon y Busby Grant, 2010). Los autores subrayan en su artículo el contraste entre las dos grandes redes sociales. Facebook al organizarse en torno a grupos se convierte en un espacio que, en principio, se dirige a una esfera más íntima en la que cabe una mayor ruptura de límites, una actitud más cercana al comportamiento adolescente. Twitter, sin embargo, al tener un carácter más público exige un esfuerzo por mostrar contenidos o ideas que cualquiera puede ver o leer, es decir, se convierte en un lugar más apropiado para el intercambio de ideas o para el debate político (Grant, Moon y Busby Grant, 2010: 599).

No obstante, las enormes posibilidades de interacción y diálogo que ofrece esta herramienta se ven limitadas con frecuencia por el deseo de los partidos políticos de difundir una información continua de las actividades que despliegan. El choque entre la actividad propagandística y la función interactiva a través de la red Twitter ha sido analizado por Tamara A. Small en su estudio sobre la política canadiense. La autora señala que esta red está siendo utilizada con mucha frecuencia por los políticos canadienses, pero su uso se suele encaminar a la emisión de información oficial de los partidos, más que a desarrollar el modo interactivo y colaborativo que debería caracterizar a las herramientas de la web 2.0. (Small, 2010).

Volviendo a nuestra investigación, en el Congreso de los diputados encontramos 182 políticos que ofrecen públicamente su cuenta de Twitter a través de la web oficial. Es decir, el 52% de los diputados muestra públicamente su cuenta, un porcentaje que está experimentando un ascenso (al comienzo de la legislatura el número de

---

<sup>7</sup> Según el informe de la Fundación Orange 2012 el hashtag más empleado en 2011 fue “#egypt”.

diputados tuiteros era de 152) y que supera notablemente al número de diputados que utilizan la red Facebook (24%) o disponen de algún tipo de web personal (23.14%). La red Twitter mantiene una gran aceptación entre los diputados de la mayoría de los grupos políticos, aunque encontramos una excepción muy importante: el partido que dispone de la mayoría absoluta en el Congreso, el Partido Popular, cuenta sólo con 55 diputados que ofrecen su cuenta en este canal, es decir un 29.73% de sus diputados. Esta cifra contrasta considerablemente con los otros partidos que disponen de una representación notable: en el PSOE encontramos un 74,32% de diputados con Twitter, en Izquierda Unida, un 90.9%, y en CIU un 87.5%. Por otra parte, en los partidos con menor representación también aparecen cifras que muestran el alto grado de aceptación de esta red social, de hecho hay cinco partidos en los que todos sus miembros son usuarios: BNG, Coalición Canaria, Geroa Bai, Compromis y ERC.

La diferenciación por género no es muy significativa, pero sí es relevante la edad de los diputados. El uso de esta herramienta se extiende de forma más intensa conforme se considera un grupo de edad más joven, estableciéndose un contraste extraordinario entre el 80% de los diputados de menos de 34 años que disponen de cuenta y el 25.81% de los diputados de más de 65 años que utilizan este canal.

Para comprobar el grado de respuesta de los diputados a través de esta red en nuestra propia investigación, se creó una cuenta de Twitter a través de la cual comenzamos a seguir a todos los diputados que ofrecían en la web del Congreso su dirección. A lo largo de varios días se envió un mensaje (tuit) a cada uno de los diputados planteando alguna cuestión. Las preguntas se realizaron al hilo de los propios comentarios que los políticos llevaban a cabo, es decir, se intentaba integrar la cuestión dentro de una conversación con el diputado, manteniendo una posición neutral y solicitando alguna información o alguna opinión sobre el tema que él mismo había propuesto.

Estas fueron algunas de las cuestiones planteadas:

“¿Cree que es posible que la iniciativa popular sobre los desahucios pueda salir adelante? Gracias.” “¿Cree que el sueldo de los políticos debería ser menor? Gracias.” “¿Qué instituciones debería reformar la UE para fomentar una política común? Gràcies.” “¿Cree que la política debería comunicarse con la ciudadanía mediante Twitter u otros medios? Gracias.” “¿Cree que es posible mantener el esfuerzo por la innovación en un contexto de crisis y recortes? Gracias.” “¿Debería llegar la ley de transparencia a la casa real? Gràcies.” “En su opinión, ¿habría que construir una nueva Europa o transformar las instituciones que ya existen? Gracias.” “¿Cree que el Tratado sobre armas resultará efectivo? Gracias.” “¿Qué solución podría ser mejor para Cataluña? ¿Independencia? ¿Otro marco estatal? ¿La situación actual? Gracias.” “¿No cree que además de recibir ayudas la agricultura española debería modernizarse mucho más? Gracias.”

Tabla 5: Resultados de las conversaciones vía Twitter (abril de 2013)

Partido	Total	Diputados con Twitter	Diputados que responden a la cuestión	Porcentaje de respuestas sobre los que tienen Twitter	Porcentaje sobre el total de diputados
Amaiur	7	5 (71.43%)	3	60%	42.86%
BNG	2	2 (100 %)	0	0%	0%
CC	2	2 (100 %)	2	100%	100%
CIU	16	14 (87.5%)	4	28.57%	25%
Compromis	1	1 (100%)	0	0%	0%
Esquerra	3	3 (100%)	3	100%	100%
Foro	1	0 (0%)	0	0%	0%
Geroa Bai	1	1 (100%)	0	0%	0%
IU	11	10 (90.9%)	2	20%	18.18%
PNV	5	3 (60%)	0	0%	0%
PP	185	55 (29.73%)	7	12.72%	3.78%
PSOE	109	81 (74.32%)	33	40.74%	30.27%
UPN-PP	2	1 (50%)	0	0%	0%
UPyD	5	4 (80%)	1	25%	20%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>182 (52%)</b>	<b>55</b>	<b>30.22%</b>	<b>15.71%</b>

Fuente: Elaboración propia

A partir de los resultados obtenidos podemos indicar que el grado general de respuesta de los políticos a través de esta red (30.22%) es notablemente superior a la que observamos en el caso del correo electrónico, una diferencia cercana a los 18 puntos. La participación a lo largo del espectro político está más repartida y, en general, encontramos que este medio posibilita una mayor interactividad que el correo electrónico. A través del correo se desarrollan algunas respuestas más elaboradas pero también es cierto que a través de Twitter es posible enviar varios mensajes cortos que permitan desarrollar la conversación.

Ahora bien, la capacidad de Twitter para desarrollar la interacción con la ciudadanía no puede comprobarse únicamente mediante el estudio de la dimensión conversacional de los mensajes emitidos por los políticos. Twitter se está convirtiendo en un medio con un poder extraordinario que se manifiesta en los terrenos más variados: el ámbito empresarial, la educación, los estudios demoscópicos, el análisis de los sentimientos... Las ideas, las opiniones y las preocupaciones de la ciudadanía se desplazan y se contagian a través de esta red social y pueden ser valoradas, clasificadas y medidas de maneras diferentes. Las discusiones sobre un tema particular pueden agruparse mediante los llamados “hashtags” y, además, es posible establecer qué temas son más seguidos por los usuarios en un momento determinado “trending topics”. Los políticos que deseen transmitir sus mensajes de forma eficaz

y ser receptivos a las mayores preocupaciones de la ciudadanía no deben desconocer los secretos de este canal<sup>8</sup>.

Combinando el uso de las webs *Topsy* y *Trendinalia.com*, que permiten analizar qué temas se han convertido en “trending topic”, con la herramienta T-hoarder -diseñada por Mari Luz Congosto y el Grupo de Investigación WebTlab de la Universidad Carlos III- comprobamos la relación entre un determinado “trending topic” y las opiniones de los diputados. En este caso hemos estudiado cómo el tema “Erasmus” y algunos “hashtags” asociados fueron recogidos por los políticos españoles para propiciar el cambio de actitud del gobierno que tuvo que rectificar una decisión que había tomada unos días antes.

Cuando el 4 de noviembre de 2013 se conoció la orden por la que el Ministerio de Educación suprimía las becas Erasmus a todos aquellos estudiantes a los que no se les hubiera concedido una beca general por motivos económicos, se produjo una importante reacción social que se reflejó en las redes sociales. Según la fuente *Trendinalia.com* el día 4 de noviembre el “hashtag” #ErasmusRIP y los términos Wert y Erasmus fueron “trending topic”. El día 5 de noviembre también fueron el tema más seguido en algún momento Wert, Erasmus y los “hashtags” #Erasmus, #SalvemosErasmus y #ErasmusRIP. La reacción política también fue notable: tanto la oposición como algunos grupos dentro del Partido Popular solicitaron la revisión de esta orden ministerial. Además, la Comisión Europea también criticó el carácter retroactivo de la decisión. El día 5 de noviembre el ministro de Educación tuvo que dar marcha atrás, anunciando que los alumnos Erasmus seguirían recibiendo durante este curso la misma cantidad que los precedentes.

Observamos, por tanto, cómo el tema “Erasmus” convertido en “trending topic” gracias a una presión social liderada por los estudiantes llegó al Congreso de los Diputados e influyó en el cambio de decisión del ministro. En este caso, podemos decir que las redes sociales ejercieron una importante influencia que fue recogida y desplegada, a su vez, por algunos políticos. Teniendo en cuenta los datos que hemos extraído de nuestro acercamiento a la repercusión del “caso Erasmus” en la política española comprobamos, por una parte, cómo el grado de respuesta de los diputados sigue siendo bajo, ya que el 60.7% de los diputados tuiteros no participó en la conversación sobre un tema que durante dos días se convirtió, en algunos momentos, en el más seguido a través de la red. Sin embargo, podemos constatar también cómo, aunque el número de representantes involucrados en la conversación no fue muy amplio, sí puede decirse que consiguieron desplegar algunas de las extraordinarias potencialidades interactivas que posee este medio. Por un lado, los representantes que participaron activamente en la red lograron recoger un tema fraguado en el diálogo que la ciudadanía estaba manteniendo y consiguieron acercarse a las inquietudes

---

8 Mark W. Schaefer (2012) habla del Tao del Twitter al referirse a las posibilidades que ofrece esta red social para potenciar diferentes actividades.

más importantes reflejadas en un determinado momento. Por otro lado, podemos considerar que en este caso sí se produjo una respuesta por parte de algunos políticos ya que a través de la red emitieron mensajes, algunos con una enorme difusión, que contribuyeron a extender la inquietud mostrada por la ciudadanía.

En definitiva, podemos concluir nuestro estudio sobre Twitter señalando que este canal presenta algunas importantes limitaciones, pero ofrece, al mismo tiempo, unas posibilidades de interacción con la ciudadanía que no deben desestimarse. Entre las limitaciones más importantes habría que recordar cómo los tuits enviados por los políticos siguen priorizando el uso propagandístico e informativo por encima del uso conversacional<sup>9</sup>. Además, como señalan Álvarez Sabalegui y Rodríguez Andrés (2014: 273), esta red social fomenta la comunicación interna entre los miembros del propio partido más que la interacción con la ciudadanía (un rasgo que parece disminuir cuando los diputados emplean Twitter con más frecuencia). Por otra parte, uno de los diputados más activos en las redes sociales, Alberto Garzón, subraya también una dificultad muy importante: la necesidad de simplificar y reducir el mensaje hasta presentarlo de un modo panfletario o propagandístico.<sup>10</sup> Desde el otro extremo del espectro político, el diputado del Partido Popular Gabriel Elorriaga, en respuesta a nuestros tuits, también destacó alguna de las limitaciones: “la imposibilidad real, por razones de tiempo, para atender personalmente a miles de ciudadanos”. Otro inconveniente que encontramos en Twitter y en otras redes sociales es la presencia de comentarios despectivos y, sobre todo, insultantes contra el político.

En respuesta a algunas cuestiones formuladas para la realización de este trabajo, varios investigadores han destacado importantes inconvenientes. El investigador Prieto Martín encuentra un impedimento básico, ya que considera que Twitter no ha sido diseñado para fomentar la participación ciudadana... “La mayoría de las plataformas existentes (como Facebook o Twitter) no han sido diseñadas para favorecer la participación...”. Por su parte, el profesor Javier del Rey muestra un gran escepticismo ante las posibilidades que ofrece esta red para extender el diálogo con la ciudadanía, considerando, por el contrario, que se produce un reflejo de comunicación que sirve para mantener la distancia “una mera simulación de proximidad, de acercamiento, tras la cual se consolida la lejanía entre los actores implicados”.

No obstante, a pesar de estas limitaciones, parece que Twitter se presenta como un canal en alza dentro de los instrumentos políticos de comunicación<sup>11</sup>,

---

9 Además del estudio de Tamara Small, hay que destacar el trabajo de David Álvarez Sabalegui (2013) quien clasifica la actividad tuitera de los diputados españoles en tres apartados: uso informador, uso conversacional y uso redistributivo, siendo la primera función la que tiene una mayor importancia.

10 La información se encuentra en el blog de Alberto Garzón <http://www.agarzon.net/>.

11 Tim O'Really señala cinco parámetros que hacen especial a Twitter: su simplicidad, su carácter abierto, la fácil cooperación con otras herramientas, su facilidad para trascender la web convirtiéndose en un servicio multiplataforma, accesible desde la web, el teléfono y otros medios y su rápida e imparable evolución (O'Really 2008).



contrastando su situación con el descenso paulatino que encontramos en el uso del correo electrónico. Se podrían encontrar algunas razones que expliquen la mayor interactividad encontrada a través de este medio. En primer lugar, habría que destacar la brevedad de los mensajes enviados, los famosos 140 caracteres; este rasgo representa importantes ventajas comunicativas: permite trasladar un mensaje político que puede ser recibido y leído fácilmente por los ciudadanos, se adapta bastante bien a una agenda muy cargada en la que el político encuentra poco tiempo libre y, además, puede desarrollarse con cierta facilidad en dispositivos móviles pequeños y disponibles en cualquier situación.

En segundo lugar, convendría subrayar la posibilidad de realizar una respuesta personal que, al mismo tiempo, se transforma en una conversación con diversos interlocutores. En tercer lugar, habría que considerar la extraordinaria difusión que ofrece este medio de los mensajes emitidos, algo que se reflejó claramente en la extensión de los movimientos de protesta que se produjeron a lo largo del año 2011. Además, convendría valorar la capacidad que ofrece Twitter para conectar con los temas más importantes que preocupan a la ciudadanía en un momento determinado que se reflejan, como hemos visto al tratar el caso de los Erasmus, en los “hashtags” y en los “trending topics”.

Por último, nos gustaría destacar la mayor independencia que encuentra el político en un medio que favorece la espontaneidad de los mensajes. Esta independencia permitiría que algunos políticos menos conocidos alcanzaran la confianza del electorado<sup>12</sup> a través de este medio, causando problemas a la férrea disciplina de los partidos. En este sentido, la periodista Luz Fernández señala cómo los responsables de comunicación de los partidos están preocupados por la ausencia de filtros que ofrece esta red: “Twitter puede ser una herramienta de riesgo para un político, pero su uso podría ser un instrumento para el avance democrático” (Fernández, 2011). En una línea similar se manifiestan los investigadores Jorge Conde y Francisco Moreno quienes creen que Twitter se está convirtiendo en la mejor herramienta para la democracia 2.0 gracias, entre otros motivos, a su capacidad para romper con algunos elementos anquilosados de la política tradicional “haciendo rechinar al oxidado orden político aún anclado en las prácticas de ayer...” (Conde y Moreno, 2012: 234).

#### 2.4. Facebook, una red secundaria

Facebook representa la red social con mayor implantación en España y también en el mundo donde ya se han superado los 1600 millones de usuarios; no obstante, su

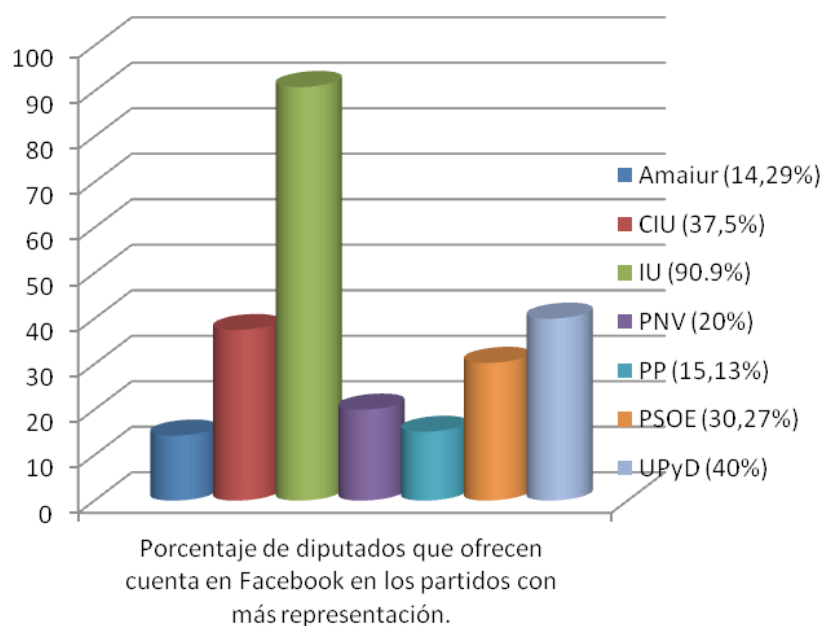
---

12 José Antonio Rodríguez Salas, alcalde de Jun, ha alcanzado una gran popularidad gracias al uso de las redes sociales. Su caso sirve, no obstante, para evidenciar el enfrentamiento que se vislumbra entre los políticos populares a través de Internet y los clásicos mecanismos de control de los partidos políticos: a pesar de la popularidad del alcalde, su candidatura no consiguió los avales necesarios para convertirse en candidato en las primarias andaluzas del PSOE. \_\_

extensión entre los diputados españoles es bastante inferior a la observada en la red Twitter. Siguiendo la información ofrecida en la web del Congreso, encontramos 84 políticos (el 24%) que utilizan este medio de comunicación. Hay cierta inclinación de los hombres por este canal de comunicación -el 25.36% de los diputados frente al 21.98% de las diputadas- y, de nuevo, encontramos una significativa preferencia de los jóvenes frente a los diputados de mayor edad.

Considerando la ideología de sus señorías, vuelve a destacar la coalición que lidera Izquierda Unida con un porcentaje muy elevado, el 90.9% de sus miembros está presente en Facebook y, de nuevo, el Partido Popular presenta una escasa presencia ya que sólo el 15.13% de sus miembros se encuentra en esta red social. A diferencia de lo que observamos al analizar la red Twitter, no encontramos entre las fuerzas con menor representación una extensión muy amplia, por el contrario, nos llama la atención cómo son varios los partidos cuyos diputados no están presentes en este canal: BNG, Compromis, Foro, Geroa Bai y UPyD.

Gráfico 5: Porcentaje de diputados españoles que ofrecen cuenta en Facebook en los partidos con mayor representación (enero de 2013)



Fuente: Elaboración propia

Para comprobar el grado de interactividad que ofrecen los diputados a través de Facebook decidimos llevar a cabo un seguimiento de la actividad desarrollada en su perfil de Facebook. Al acercarnos con más detalle a las cuentas de Facebook que ofrecen los diputados en la web del Congreso nos llaman la atención varios aspectos: siete enlaces aparecen rotos, eliminados o presentan acceso únicamente a la página principal de Facebook; dos diputados sólo comparten la información que

publican con sus amigos<sup>13</sup> y trece políticos no han actualizado la información en todo el año 2013. Hay que considerar, además, que en el periodo en que hemos decidido desarrollar nuestro estudio hay quince representantes que no han ejercido ninguna actividad.

Al realizar nuestro estudio hemos tenido en cuenta diferentes aspectos (número de amigos o “me gusta” que recibe la página, formato...) pero hemos centrado nuestra atención en cuatro categorías diferentes: número de informaciones ofrecidas de forma directa por el diputado en el periodo considerado, número de “me gusta” que han recibido estas entradas, comentarios recibidos y respuestas emitidas por los políticos ante los comentarios enviados por los ciudadanos.

Teniendo en cuenta los resultados de este estudio podemos señalar tres conclusiones principales: el bajo nivel de respuesta de los diputados a los ciudadanos que ofrecen sus comentarios a través de la red Facebook (llama la atención la escasa presencia del político en un canal que suele presentarse como un medio de diálogo y de acercamiento a la ciudadanía); la transformación de esta red en un medio que tiene como función principal la propaganda y la difusión de informaciones del político o del partido correspondiente, y por último, su conversión en un medio secundario dentro del ciberespacio: su función en muchos casos consiste en redistribuir una información que ha sido previamente generada en la web personal del diputado o en su cuenta de Twitter.

## 2.5. El uso de los blogs o páginas personales

En la última década se ha producido la extensión de la llamada web 2.0<sup>14</sup>, es decir, se ha extendido el uso de algunas herramientas a través del ciberespacio que no sólo permiten la recuperación de información sino que acentúan la interactividad entre los distintos usuarios<sup>15</sup>. En este contexto ha surgido el desarrollo de las redes sociales y de los blogs. Como nos recuerda Ramón Cotarelo en su obra *La política en la era de Internet*, los blogs pueden tener un papel muy importante en la política, pero para ello se requiere un cuidado constante por parte de su autor, una actualización frecuente y un diseño que permita la interactividad y la fácil navegación (Cotarelo, 2010: 18-19).

---

13 Aunque la red social Facebook suele emplearse con restricciones, permitiendo el acceso sólo a los amigos aceptados, sin embargo la mayoría de los diputados españoles permiten un acceso libre a los contenidos publicados.

14 El término web 2.0 es utilizado por primera vez en el año 2004 cuando la empresa O'Reilly Media planificaba una conferencia sobre la economía en Internet.

15 Una definición de la web 2.0 podemos encontrarla en la obra *Digital cultures*: “Este concepto de web 2.0 es distinto del web 1.0 ya que sus websites permiten a los usuarios hacer más que únicamente recuperar información; incluye un elemento social donde los usuarios generan y distribuyen contenido, a menudo con libertad para compartir y reutilizar.” (Creeber y Martin, 2009: 3)

El citado autor considera que sería deseable que todos los diputados contaran con algún blog o web personal, ya que “es el medio más eficaz para estar en contacto con los electores”, sin embargo en su estudio referido al año 2010 constata cómo solamente un 25% de los diputados dispone de una web personal. Además, tampoco se produce una actualización constante de estas bitácoras “se actualizan diariamente un 5,7% por ciento; con frecuencia (entendiendo por tal, al menos una vez por semana) el 44,8% por ciento y muy ocasionalmente, el 36,7%.” (Cotarelo, 2010: 49,50)

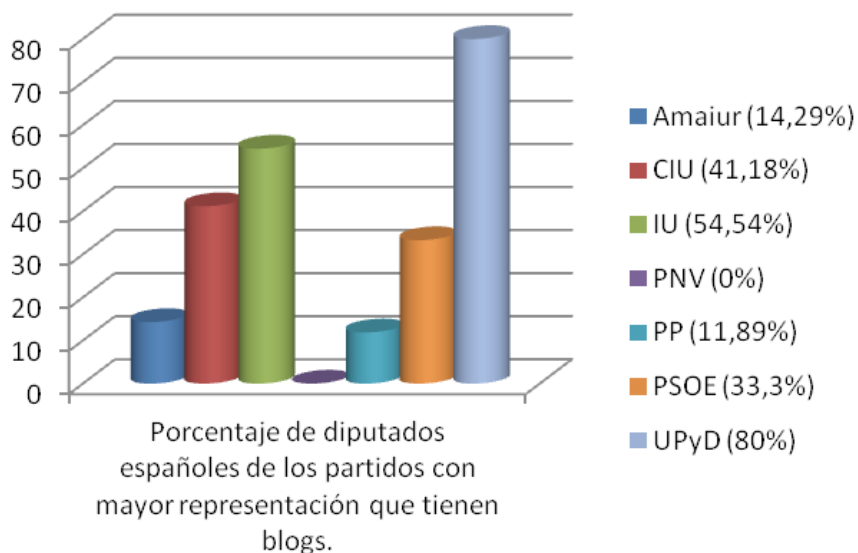
En el año 2013 el deseo de que todos los diputados españoles dispongan de una web de personal no se ha visto cumplido. En nuestro análisis de los blogs o páginas personales de los diputados españoles comprobamos que la cifra de blogs ha descendido respecto a la legislatura anterior: en la actualidad hay 81 políticos que disponen de este medio de comunicación, es decir, un 23,14% de los diputados españoles. Se trata de una cifra inferior al porcentaje de políticos que ofrecen su web en otros parlamentos europeos: 64,8% en la Asamblea francesa, 89,8% en la Cámara de los comunes de Gran Bretaña y 39% en la Cámara de los diputados de Italia. Además, como nos recuerdan Álvarez Sabalegui y Rodríguez Andrés (2014: 243), representa una situación muy alejada a la observada en Estados Unidos, un país en el que la interacción con los ciudadanos es mucho más frecuente a través de Internet y en el que en el año 2005 casi todos los senadores y congresistas disponían ya de una página personal.

Entre los representantes españoles que ofrecen su web, 58 son hombres (el 27,75%) y 23 son mujeres, el 16,31%, de esta manera se mantiene una tendencia que ya existía en la legislatura anterior y que muestra un mayor uso de los blogs por parte de los diputados varones. Al considerar la edad, volvemos a comprobar cómo el grupo de menor edad es el más propenso a emplear esta herramienta, no obstante la diferencia respecto a los siguientes grupos de edad no es tan significativa en este caso<sup>16</sup>. En cuanto a la ideología, hay que destacar entre los grupos que tienen más representación a Izquierda Unida con un 54,5% de diputados blogueros, mientras que el Partido Popular vuelve a mostrar un bajo nivel, alcanzando únicamente un 11.9%. Por su parte, el Partido Socialista se sitúa en una posición intermedia entre las fuerzas anteriores con un 33.03% de diputados que muestran alguna web personal.

---

16 Como sugieren Álvarez Sabalegui y Rodríguez Andrés (2014: 250), los diputados mayores no son “completamente ajenos a este fenómeno” ya que la presencia en los diversos medios que ofrece Internet de los mayores que superan los 60 años es cercana al 35%.

Gráfico 9: Porcentaje de los diputados españoles de los partidos con más representación que ofrecen su blog o página web<sup>17</sup>.



Fuente: Elaboración propia

Al realizar nuestro propio análisis sobre la actividad desarrollada en estas bitácoras tendremos que descartar 17 de ellas por diferentes motivos: no se han actualizado desde hace más de un año, ofrecen únicamente información general del partido sin presentar reflexiones del propio diputado e, incluso, encontramos una web que sólo expone la actividad académica del diputado y otra que sólo permite el acceso a lectores invitados. Por tanto, nuestro estudio se realiza sobre 64 páginas personales, centrándonos en el periodo que se inicia con la campaña electoral en noviembre de 2011 y que alcanza hasta finales de abril de 2012.

La actualización de los blogs en este periodo nos ofrece cifras inferiores a las que se observaban en el año 2010. En esta ocasión, las páginas que se actualizan diariamente son sólo dos -correspondientes a los diputados Jesús Yuste y Luis Delgado (PP)-, es decir, el 3.12%; por otra parte, encontramos 16 blogs, el 25%, que se actualizan con frecuencia, al menos una vez por semana, y, por último, 46 blogs que se actualizan muy ocasionalmente, lo que representa el 71.87% de las webs consideradas.

Para valorar el grado de interactividad que los diputados desarrollan a través de este medio de comunicación hemos analizado, por una parte, el formato que presentan las bitácoras y, por otra, hemos estudiado la actividad desplegada por los

<sup>17</sup> En este gráfico hemos considerado sólo los partidos que tienen una representación mayor.

diputados, considerando las entradas ofrecidas por los políticos, los comentarios vertidos por los ciudadanos en el blog y las respuestas emitidas por los políticos.

Desde el punto de vista formal, podemos señalar que la mayoría de los blogs ofrece herramientas que podrían hacer posible una interacción constante con el electorado, sin embargo, conviene destacar que el grado de implantación de estas herramientas de la web 2.0 es bastante mejorable. En este sentido, hay un número importante de blogs (40, un 62.5%) que permiten enlazar con diferentes redes sociales (Twitter, Facebook, ambas o alguna diferente), pero sigue siendo notable el número de webs (24, es decir, el 38.5% restante) que aún no han establecido ninguna relación de este tipo. Por otra parte, llama la atención que algo más del 50% de los blogs carece de un enlace a la cuenta de correo del diputado correspondiente. La habilitación de los comentarios, por el contrario, sí está bastante generalizada en los blogs de los diputados. Además de estos mecanismos, algunos políticos ofrecen otras herramientas virtuales (“sugerencias”, “preguntas”, “coméntame, te escucho”, “participa”, “Escríbeme”, “contacta”...) para hacer posible el diálogo con la ciudadanía; no obstante, su uso real está muy por debajo de las expectativas.

Por otra parte, llama la atención cómo la mayoría de los blogs alterna reflexiones, intervenciones parlamentarias, artículos ofrecidos en otros medios y diversas actividades desarrolladas por el diputado. Algunos, sin embargo, prefieren diferenciar la información relativa a la actividad del parlamentario de sus reflexiones personales, ofreciendo un diseño que parece más adecuado para entablar un contacto dialogante con la ciudadanía.

Además de ofrecer información o reflexiones, las webs tienen la posibilidad de generar un debate entre los electores sobre los asuntos políticos más relevantes. En este medio el debate puede comprobarse a través de los comentarios recibidos que, en ocasiones, representan cuestiones planteadas al diputado pero que, con frecuencia, sirven para provocar un diálogo entre los propios seguidores del blog. En este terreno encontramos un gran contraste entre los tres blogs que reciben más comentarios, superando la frecuencia de un comentario al día, y los 21 blogs que no han recibido ningún comentario. En el centro observamos siete blogs con una frecuencia de al menos uno a la semana y 34 que reciben menos de un comentario a la semana.

Por último, nos gustaría añadir algo sobre el grado de respuesta ofrecido por los diputados ante los comentarios realizados. En este terreno habría que subrayar el bajo grado de respuesta que ofrece la mayoría de los diputados en sus blogs: un promedio del 2% de los comentarios reciben respuesta. De las webs estudiadas hay 43 -el 67.18%- que no ofrecen ningún tipo de respuesta. En un segundo nivel encontramos 10 blogs que ofrecen un grado bajo de respuesta (se responde menos del 10% de los comentarios). Por último, hay que destacar 11 blogs que desarrollan una interactividad mayor a través de este medio, respondiendo a más del 10% de los comentarios.

El bajo grado de respuesta de los políticos a los comentarios vertidos en los blogs no puede considerarse un factor definitivo para establecer la escasa interactividad de una web personal. Hay que tener en cuenta que algunos blogs son asediados por comentarios negativos procedentes de los simpatizantes del partido rival o hay que considerar la posibilidad de que el diputado haya preferido canalizar su comunicación con sus representados mediante un medio diferente. No obstante, el mínimo grado de respuesta unido a otros factores -el bajo nivel de actualización o la ineficacia de las herramientas aportadas para desarrollar el diálogo con la ciudadanía- sirven para manifestar el contraste entre las intenciones que suelen mostrar los autores del blog en el momento de su creación y la función real que despliegan posteriormente.

### 3. CONCLUSIONES

A través de nuestra investigación nos hemos acercado al modo en que los diputados españoles realizan su trabajo de representantes y se aproximan a la ciudadanía. En este sentido, hemos podido detectar algunos aspectos que revelan el alejamiento denunciado por diversos planteamientos filosóficos contemporáneos: la presencia de un sistema político demasiado cerrado que tiene dificultades para adaptarse a la libertad que reina en el mundo de Internet; la ausencia de una cultura más participativa, o el escaso desarrollo de la búsqueda del entendimiento a través de las deliberaciones en el terreno de la política.

Desde un punto de vista más concreto, queríamos mostrar cómo la distancia entre los políticos y la ciudadanía reflejaba una falta de voluntad que se manifestaba en la escasa interactividad desarrollada por los políticos, es decir, en su bajo nivel de respuesta ante los mensajes o comentarios ofrecidos por la ciudadanía en los diferentes medios presentes en la web 2.0: correo electrónico, redes sociales y páginas personales. A partir del estudio realizado y de otras investigaciones similares podemos establecer algunas conclusiones.

En primer lugar, podemos concluir que el grado de interactividad mostrado por los diputados españoles de la X legislatura a través de Internet es bastante bajo<sup>18</sup>. En este sentido, la situación española no representa un caso excepcional -el Informe sobre los Parlamentos del mundo nos recuerda los importantes retos que todavía quedan por resolver (Naciones Unidas, 2012a)- pero sí ofrece algunas peculiaridades que debemos considerar.

Al analizar el bajo grado de interactividad detectado convendría diferenciar entre la extensión de los medios puestos a disposición de la ciudadanía y la capacidad de respuesta mostrada en esos medios. En el primer caso podemos señalar que la extensión es bastante mejorable, sobre todo en la publicación de la cuenta de

---

<sup>18</sup> Convendría repetir la investigación en posteriores legislaturas para poder establecer series históricas.

correo y en el uso de una web personal. Una herramienta tan básica como el correo electrónico ni siquiera es publicada por el conjunto de los diputados; la utilización de blogs o páginas personales sólo es desarrollada por un 23% y las redes sociales tienen un seguimiento desigual: Facebook es utilizada por el 25% y la red Twitter por el 52% de los diputados. En este punto habría que recordar cómo en otros países considerados (Gran Bretaña, Francia, Italia y, sobre todo, Estados Unidos) la implantación de los nuevos medios de comunicación es más elevada que en el caso español. Por otra parte, se echa en falta una estrategia común, un plan -algo que también fue denunciado de manera general, como vimos en la introducción, por el Informe de las Naciones Unidas- que establezca una regulación mínima sobre el modo en el que los parlamentarios deben utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para interactuar con sus representados<sup>19</sup>.

Dejando a un lado el aspecto formal de la comunicación con la ciudadanía y centrándonos en el uso de los medios, podemos constatar cómo la capacidad de respuesta observada en nuestro trabajo ha resultado bastante baja. El porcentaje de diputados que respondieron a nuestro correo electrónico fue el 12.47%, una cifra inferior a la mostrada en estudios realizados en legislaturas anteriores; el porcentaje de políticos que participaron en nuestra conversación a través de Twitter fue el 30.22%; en la red Facebook sólo fueron contestados el 2.1% de los comentarios emitidos por la ciudadanía en el periodo de estudio que consideramos y, por último, en nuestro estudio sobre los blogs también observamos un nivel de respuesta muy bajo a los comentarios emitidos y una deficiente utilización de los mecanismos establecidos para permitir el diálogo con la ciudadanía.

En segundo lugar, nos gustaría destacar el descenso que está experimentando el correo electrónico entre los medios de comunicación virtual. Hemos observado que en esta legislatura el número de diputados que ofrecen su cuenta es inferior y también hemos comprobado que el nivel de respuesta a través de este medio no es muy elevado. Algunas causas se han apuntado: la proliferación de mensajes, las campañas de protesta o la extensión de las redes sociales y de otros servicios de mensajería instantánea que compiten con el correo electrónico. No obstante, parece deseable una mayor extensión de este medio entre los diputados españoles, una regulación del modo en que deben ser atendidos los mensajes de los representados y un uso más activo, ya que se trata de un canal que presenta algunas peculiaridades que se están perdiendo en otros medios: permite un acercamiento más personal y un debate más argumentado.

Dentro de las redes sociales hay que hacer una mención especial a Twitter. Esta red se presenta como el canal que ha ofrecido una interactividad mayor, superando

---

19 En esta línea, ya en el año 2002 el Comité de información de la Cámara de los Comunes elaboró un documento en el que se establecían algunos puntos básicos para el uso de las nuevas tecnologías (Ferguson y Miller, 2007).



al correo electrónico y muy por encima de Facebook. Ya señalamos algunos de los motivos que la convertían en un medio con grandes posibilidades dentro de la comunicación política: su simplicidad, la brevedad de los mensajes, la fácil utilización en los distintos dispositivos, la capacidad que ofrece para combinar la elaboración personal y reflexiva de los argumentos con el carácter inevitablemente público de las conversaciones que se despliegan y, además, la conexión que permite establecer a través de los “hashtags” y “trending topics” con los temas más seguidos por la ciudadanía en un momento dado. En nuestra investigación nos hemos acercado a las enormes posibilidades que ofrece esta red social, pero también hemos constatado cómo aún falta mucho para que los políticos españoles comprendan y desarrollen de un modo más intenso el extraordinario potencial de este medio.

Sobre las páginas personales o blogs de los parlamentarios habría que señalar varios aspectos. En primer lugar, constatamos el escaso número de páginas que ofrecen nuestros diputados; por otra parte, observamos que los blogs se utilizan preferentemente como medios de información y propaganda más que como un canal interactivo que fomente la conversación, y, por último, valoramos la necesidad de que los blogs ofrezcan un diseño más claro y atractivo en el que puedan distinguirse espacios de propaganda y lugares de reflexión y participación.

Nos llama la atención también cómo a pesar del avance de las tecnologías de la información y la comunicación, puede decirse que la X legislatura ha sido menos interactiva en algunos aspectos significativos que la anterior: menor número de cuentas de correo electrónico entre los diputados y menor número de blogs. No obstante, el uso de Twitter sí ha cobrado una fuerza y una extensión mayor en los últimos años.

Otro aspecto que debe subrayarse a la luz de los resultados es la escasa interactividad que ofrece el Partido Popular en los diferentes medios que ofrece Internet. Una posible explicación la ofrecen Álvarez Sabalegui y Rodríguez Andrés al sugerir que los partidos de izquierda y, sobre todo, los minoritarios suelen mostrar una interacción mayor a través de estas herramientas gratuitas debido a la “menor disponibilidad de fondos que tienen para contratar otros canales de comunicación” (2014: 273-274).

Por último, nos gustaría subrayar la falta de preparación de los políticos para adaptarse a las características de la comunicación en el ciberespacio y, en concreto, a través de las redes sociales. Como hemos observado sigue predominando el uso propagandístico frente al dialógico, a pesar de que Internet se caracteriza, como comentamos al comienzo, por la horizontalidad, la libertad, la transparencia o la inmediatez. Los políticos deben adaptar su discurso cerrado a un medio que está lleno de situaciones inesperadas, que puede ser peligroso, pero también muy enriquecedor. Como sostiene Elena Barrios “muchos de los políticos españoles, en vez de confiar en estos medios como canales eficaces para estar más cerca de los ciudadanos, desconfían de sus bondades y se alejan aún más de los intereses de sus votantes al no

querer escucharlo y ni siquiera aprender su lenguaje” (Barrios, 2012: 107). En este sentido, sería conveniente que los representantes desplegaran una estrategia que les permitiera abordar las vicisitudes que se presentan en los diferentes canales que ofrece la web 2.0. Andy Williamson, autor de las “Directrices para el uso de los medios sociales de comunicación en los parlamentos” y de otros artículos sobre este tema, sostiene la necesidad de desarrollar una estrategia de interactividad que establezca de qué modo los parlamentos y los políticos van a responder a los interlocutores, a través de qué medios, cuándo..., recomendando no utilizar un canal si no se está preparado y no hay seguridad de mantener la presencia en él (Williamson, 2013), y aconsejando, en el caso del uso del correo electrónico, que los políticos muestren públicamente la dirección y utilicen respuestas automáticas, sobre todo, cuando no se pretende responder de forma inmediata (Williamson, 2009).

Hemos intentado mostrar cómo los políticos pueden mostrar una mayor preocupación por el diálogo y por la interrelación con sus representados sin necesidad de convertir la participación en un imperativo legal. En el ámbito español esto significaría corregir algunas de las deficiencias que hemos encontrado en nuestro trabajo y, tal vez, llevar a la práctica un plan coordinado que permitiera a todos los diputados disponer de las herramientas básicas para establecer la comunicación con la ciudadanía y seguir unas reglas mínimas sobre la forma en que debe realizarse el diálogo con los representados. Se trataría de desplegar estrategias interactivas -como sostiene A. Williamson- que en un cierto nivel pueden ser elaboradas por el Parlamento (por ejemplo, intentando que todos los representantes ofrezcan públicamente su correo electrónico, regulando el modo en que los diputados pueden emplear este canal o desarrollando en su propia web algún proyecto de participación ciudadana) y en otros aspectos deberían ser elaboradas por los partidos o por los propios representantes. Estas estrategias podrían minimizar los riesgos de basar la interactividad en la buena o mala voluntad de los representantes, ya que, como hemos comprobado, ya sea por falta de preparación, por inercia o por temor, la voluntad política no ha conseguido todavía desplegar el potencial que ofrece Internet para establecer una comunicación más fluida con los representados.

Situados en el escenario de lo que Bernard Manin definió como “democracia de audiencia” (Manin, 1998: 267-287) nos encontramos ante una nueva versión de la democracia representativa en la que los políticos pueden resultar más cercanos a sus electores gracias a los nuevos medios de comunicación, donde la confianza personal que despiertan los representantes vuelve a desempeñar un papel muy importante y en la que los políticos mantienen una cierta autonomía al seleccionar los mensajes que se presentan al público. Las posibilidades abiertas por el ciberespacio debieran ser aprovechadas por los representantes para adaptar sus mensajes a un sinuoso medio lleno de situaciones imprevistas. No se trata sólo de deliberar -la deliberación es un elemento importante en algunos aspectos de la política, pero no el único ni el más

decisivo como nos recuerda Michael Walzer (2004)<sup>20</sup> - pero sí se trata de interactuar, es decir, de defender con pasión las ideas básicas del mensaje que se transmite, manteniendo, al mismo tiempo, la sensibilidad suficiente para escuchar las opiniones de los ciudadanos, sus comentarios razonados o sus emociones más profundas.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Sabalegui, D. (2013) "Twitter, en el congreso" disponible en: <http://sesiondecontrol.com/actualidad/nacional/twitter-se-queda-en-el-congreso/> (consultado el 2 de Julio de 2013)
- Álvarez Sabalegui, D. y Rodríguez Andrés, R. (2014). Parlamentarios 2.0: presencia y actividad de diputados y senadores españoles en las redes sociales. En: Rubio Núñez, R. (coord.) (2014). *Parlamentos abiertos. Tecnología y redes para la democracia*. Madrid: Congreso de los Diputados.
- Barrios, E. (2012). Políticos españoles en redes sociales. ¿Es posible la conversación?. En: Cotarelo, R. y Crespo, I. (comp.) (2012). *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid: Catarata.
- Campos Domínguez, E. (2009). El desarrollo de la ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados: la comunicación e interacción entre ciudadanos y parlamentarios a través de Internet (2004-2008). Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Castells, M. (2003). *La galaxia Internet*, Barcelona: De bolsillo
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*, Madrid: Alianza Editorial.
- Colombo Villarrasa, C. (2007). *e-Participación. Las TIC al servicio de la innovación democrática*. Barcelona: Editorial UOC.
- Conde, J. y Moreno Rey, F. (2012). De las ideas políticas a Twitter: el desbordamiento de la campaña electoral en la democracia 2.0. En: Cotarelo, R. y Crespo, I. (comp.). *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid: Catarata.
- Cotarelo, R. (2010). *La política en la era de Internet*, Valencia: Tirant lo Blanch.
- Cotarelo, R. y Crespo, I. (comp.) (2012). *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid: Catarata.

---

20 En la segunda de las conferencias que aparece en la obra *Razón, política y pasión. Tres defectos del liberalismo*, Walzer lanza una importante crítica contra la llamada *democracia deliberativa*, esto es, la versión desarrollada en el ámbito anglosajón de la teoría del discurso habermasiana. El autor cree que la cultura deliberativa juega un papel importante dentro de las prácticas que se llevan a cabo dentro de la política democrática, pero no cree que pueda hablarse de una deliberación pura que haya de ser considerada como el núcleo de dicha política.

- Dader, J. L. (2009). Ciberpolítica en los websites de partidos políticos: La experiencia de las Elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales. *Revista de Sociología e Política* (Brasil), monográfico sobre “Internet y Política”, v. 17. n. 34.
- Dader, J. L. y Campos Domínguez, E. (2006). Internet parlamentario en España (1999-2005): los recursos para el contacto ciudadano y su uso, con una comparación europea. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*. Universidad del País Vasco, v. 11:20, Mayo, p. 135-162.
- Ferguson, R y Miller, L. (2007). *Parliament for the future, Forecasting the form of a digitally-enabled Parliament*”, *Hansard Society Report*, August 2007. Disponible en: <http://hansardsociety.org.uk/files/folders/692/download.aspx>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
- Fernández, L. (2011). ¿Por qué temen los políticos a Twitter?. Disponible en: <http://blogs.lainformacion.com/twitter-blog/2011/05/06/%c2%bfpor-que-temen-los-politicos-a-twitter> [consultado el 3 de Marzo de 2013].
- Fundación Orange (2012). *eEspaña 2012. Informe anual 2012 sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*. Madrid: Fundación Orange.
- Grant, Will J., Moon, B. y Busby Grant, J. (2010). Digital Dialogue? Australian Politicians’ use of the Social Network Tool Twitter. *Australian Journal of Political Science*, 45: 4, 579-604.
- Greeber, G. y Martin, R. (eds.) (2009)., *Digital cultures*. Maidenhead: MacGraw Hill Education.
- Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Keen, A. (2012). *Digital vertigo*. Londres: Constable.
- Kimpeler, S. et al. (2012). Supporting young people’s political participation through distributed discussion-lessons obtained from an EU pilot. IPSA Conference, Panel “e-Democracy and Deliberation: Political Parties and Civil Society. Madrid, 8-12 Julio.
- Lévy, P. (2004). *Ciberdemocracia*, Barcelona: Editorial UOC.
- Lévy, P. (2011). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*, Barcelona: Anthropos.
- Lowndes, V. y Pratchett, L. (2009). Factores que explican la participación: comparando los recursos, relaciones y normas en cinco países europeos. En: Parés, M (coord.) *Participación y calidad democrática*. Barcelona: Ariel.
- Manin, B. (1998). Metamorfosis del gobierno representativo: parlamentarismo, democracia de partidos, democracia de audiencia. En: Bernard Manin. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.
- Martín Cubas, J. (2001). *Democracia e Internet*. Valencia: UNED.
- Morozov, E. (2011). *The Net delusion: the dark side of Internet freedom*. New York: Public Affairs.

- Moyo, L. (2009). Digital democracy: enhancing the public sphere. En: Greeber, G. y Martin, R. (eds.). *Digital cultures*. Maidenhead: MacGraw Hill Education.
- Naciones Unidas (2012a). *Informe Mundial de 2012 sobre el Parlamento electrónico*, Centro Mundial para las TIC en el Parlamento. Disponible en: <http://www.ictparliament.org/WePReport2012-ES> [consultado el 27 de Noviembre de 2013].
- Naciones Unidas (2012b). *UN Public Administration Programme. United Nations E-Government Development Database*. Disponible en: <http://unpan3.un.org/egovkb/datacenter/countryview.aspx> [consultado el 19 de Noviembre de 2013].
- Norris, P. (2001). *Digital divide. Civic engagement, information, poverty and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Olmeda, J. A. (2012). Internet y campañas electorales: la victoria de Obama. En: Cotarelo, R. y Crespo, I. (comp.). *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid: Catarata, p. 29-48.
- O'Really, T. (2008). Why I love Twitter. Disponible en: [radar.oreilly.com/2008/11/why-i-like-twitter.html](http://radar.oreilly.com/2008/11/why-i-like-twitter.html) [consultado el 2 de Julio de 2013].
- Prieto Martín, P. (2012). Creando la 'Ciudad Simbiótica': una propuesta para el diseño participativo interdisciplinar y la construcción colaborativa de sistemas de software cívico. Tesis doctoral. Madrid: Universidad de Alcalá.
- Rodotá, S. (2000). *Tecnopolítica: la democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Buenos Aires: Losada.
- Rodríguez Andrés, R. y Ureña Uceda, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y pluralismo*, n. 10, p. 89-116.
- Schaefer, M. W. (2012). *The Tao of Twitter: Changing Your Life and Business 140 Characters at a Time*. New York: Mac Graw Hill.
- Small, Tamara A. (2010). Canadian Politics in 140 characters: Party Politics in the Twitterverse. *Canadian Parliamentary Review*, 39-45.
- Schmitter, P. C. (2011). *Information and communication technology: yet another revolution in "real-existing democracy"?*. Buenos Aires: Universidad de San Andrés.
- Villaverde Rico, M. J. (2008). *La ilusión republicana. Ideales y mitos*. Tecnos: Madrid.
- Wainwright, H. (2005). Construyendo la democracia participativa desde los movimientos sociales. En: *Participatory Democracy: Political actors and Social Movements*. Barcelona: Centre per a la Participació Ciutadana.
- Walzer, M. (2004). *Razón, política y pasión. 3 defectos del liberalismo*. Madrid: La Balsa de la Medusa.
- Williamson, A. (2009). *MPs online connecting with constituents. A study into how MPs use digital media to communicate with their constituents*. Londres: Hansard Society,. Disponible en: <http://www.hansardsociety.org.uk/wp-content/uploads/2012/10/>

MPs-Online-Connecting-with-Constituents-2009.pdf [consultado el 13 de Enero de 2014].

Wolton, D. (1999). *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux média*. París: Flammarion.