

DIÁLOGO DIGITAL Y CONSENSO EN LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA DE PARTIDOS POLÍTICOS FUERA DE CAMPAÑA

Ariana Gómez Company
Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)
ariana.gcompany@gmail.com

Resumen

Las tecnologías de la información se presentan como herramientas de cambio para mejorar versiones estereotipadas de lo que se ha denominado *diálogo* entre élites políticas y ciudadanos. El objetivo general de este estudio se centra en la observación de las conversaciones que surgen en las redes sociales de Internet como parte de la estrategia on line de partidos para establecer parámetros comparativos entre prácticas de formaciones ya consolidadas frente a las de nueva creación.

Los objetivos específicos que se persiguen son 1) reforzar el marco teórico de la ciberdemocracia sobre la idea de participación ciudadana como eje fundamental para la búsqueda de consenso en los procesos de toma de decisiones; 2) analizar el uso de aplicaciones que favorezcan nuevas vías para el diálogo entre ciudadanos y políticos; 3) plantear una metodología adecuada para el estudio de herramientas online que permita observar las prácticas dialógicas y la oportunidad de consenso; 4) definir el modelo de ciudadanía que surge como consecuencia de la incorporación de las TIC a la comunicación política.

El marco temporal incluye un periodo político no analizado hasta el momento en el contexto de la ciberdemocracia y que se limita al periodo de inactividad electoral o de la denominada *campaña permanente*. La metodología propuesta nace a partir de una revisión teórica de estos conceptos e incluye a) la técnica cuantitativa del análisis de contenido, centrado en la plataforma Twitter y b) la aplicación de un método Delphi como técnica cualitativa.

Palabras clave: ciberdemocracia, participación ciudadana, consenso, redes sociales

1. Introducción

Internet es el máximo exponente de una revolución en el ámbito de la comunicación política que sugiere un nuevo papel para la democracia representativa, desfavorecida por una crisis de identidad que ha puesto en el punto de mira la calidad y eficacia de la gestión gubernamental. En este escenario se originan unas protestas ciudadanas o “campañas ciudadanas” (Sampedro y Sánchez, 2011) que adquieren un protagonismo mayor aún que las prácticas electorales.

La pérdida de credibilidad hacia partidos y gobernantes se une a las potencialidades de la red, lo que provoca el surgimiento de nuevas formas de acción política que están teniendo repercusiones a escala mundial; es el caso del Movimiento 15M que ha

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

abierto un extenso debate sobre la situación política en España y el sistema de representación democrática resumido en el derecho a voto.

Este comportamiento de la red puede asociarse a la sucesión de reivindicaciones, quejas o sugerencias de la opinión pública hacia el poder político debido, principalmente, a una transformación del espacio mediático y a la aparición de las plataformas sociales online.

La participación ciudadana se ha involucrado en los procesos de toma de decisiones y el ciudadano se presenta como marca inequívoca del discurso político; sin embargo, cabe preguntarse si el ciudadano es el target real del producto *política efectiva* o, por el contrario, de una *política mediática*.

La comunicación política en Internet y el desarrollo e implantación de las tecnologías de la información han propiciado el desenvolvimiento de toda una red de recursos al servicio de la ciudadanía. La inmediatez para el intercambio de información, reciprocidad e interacción, delatan determinados aspectos sobre la rápida difusión de acciones que cuestionan la gestión política de los dirigentes.

La lógica de la interconexión en red es fundamental para aproximarnos al entramado comunicativo de este fenómeno, gestado en reivindicaciones tales como el “No a la Guerra”, el 13-M de 2004 o “Con V de Vivienda”, por citar algunos ejemplos, y alimentado por reacciones populares más recientes como la oposición a la Ley Sinde o el caso de WikiLeaks (Sampedro y Sánchez, 2011; Sampedro, 2012).

Las enormes posibilidades que presenta la comunicación política en Internet habilitan una vía para la interacción y para el diálogo y es en esta nueva etapa donde las movilizaciones sociales parecen haber alcanzado una autoría que repercute en los procesos de toma de decisiones. Debido a que las críticas a la *política mediática* apuntada por Castells (2008) se hacen cada vez más notables en la sociedad actual, pretendemos ahondar en las peculiaridades de la “infraestructura cívica digital” a la que se refiere Morozov (Beas, 2011: 192) para conocer las nuevas estructuras sobre las que se asienta la comunicación social.

No podemos olvidar el escenario esbozado por los medios de comunicación cuyo poder sobre las diferentes esferas de la comunicación política es consecuencia de una cultura mediática global que establece un nuevo marco de interacción (Silverstone, 2004: 229). Determinados investigadores (Zamora y Álvarez, 2006) identifican la calidad de la democracia en función de la calidad del tratamiento de la política en los medios de comunicación, lo que pone de manifiesto una participación de los ciudadanos en los procesos democráticos, una cuestión clave para entender el contexto político actual de nuestras sociedades.

La aparición del *espíritu ciudadano* ha reconvertido las reglas del juego político, lo que quizá haya acelerado el proceso de creación de nuevos partidos políticos que concurren a las elecciones generales de 2011 –como es el caso de Equo, un partido reciente que basa su acción política en la democracia participativa-.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

La idea de que se ha revalorizado el concepto de información en las sociedades modernas debido a una reformulación de los procesos de gobierno “más abiertos y eficaces” (Beas, 2011: 196) es un planteamiento que incluye una reflexión sobre el Estado y la democracia representativa que no ha encontrado aún las vías adecuadas para expresarse en términos de satisfacción ciudadana. Señala Morozov (Bagilet, 2011) que las tecnologías de la comunicación son herramientas versátiles que permiten múltiples propósitos pero cuyo aumento exponencial no conduce necesariamente a una democratización política, ya que el hecho de que existan múltiples canales o herramientas para la interpelación no asegura la interacción real entre políticos y ciudadanos.

Esta cuestión recupera el debate planteado sobre los mecanismos de representación democrática y sobre los canales que se están desarrollando a favor de la interacción comunicativa por lo que sería adecuado conocer, tal y como propone José Luis Orihuela (2012), con qué fines se utilizan dichos canales, debido a que “las conversaciones se han trasladado a los medios sociales” (online).

Ahondando en estas cuestiones, la Web 2.0 está redefiniendo el orden político establecido donde se persigue un clima de supervivencia que practique un intercambio de información “precisa, fiable, contrastada y a la mano en la toma de decisiones” (Beas, 2011: 198). La funcionalidad del sistema de redes como fenómeno de interacción se pone de manifiesto en la utilización de las tecnologías de la información porque éstas facilitan la construcción de una identidad individual donde Internet es el causante de una relación de cierta distancia entre los seres humanos (Flichy, 2006) porque los espacios físicos de interacción se convierten en espacios abiertos que acogen a una comunidad virtual.

Las tendencias sociales –globalización, informacionalización, democracia representativa y dominio de la política simbólica- constituyen pautas para medir el valor discursivo que otorgan importancia a los movimientos sociales (Castells, 2003: 101). El ser humano, debido a la apertura del ciberespacio que posibilita una expansión de las fórmulas económicas y sociales centrada en la inteligencia colectiva (Lévy, 2004) ha adquirido una nueva dimensión de valor, estableciéndose un vínculo social novedoso asociado al carácter político.

En este sentido podemos hacer referencia a la ubicuidad de la comunicación, ya que las nuevas formas de relacionarse generan otro modelo de sociedad. Así, el planteamiento de Evgeny Morozov (2011) sobre esta cuestión se basa en la idea de que los ciudadanos son agentes responsables que pueden lograr que Internet se perciba como un ente cívico, alejado de censuras. Por tanto, la actuación de las instituciones políticas en este contexto es crucial para describir unas herramientas 2.0 alejadas de la percepción actual que avancen hacia la lógica de la red.

2. Objetivos, hipótesis y preguntas de la investigación

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

La presente comunicación constituye una propuesta metodológica para el estudio de la interacción de los partidos políticos españoles en las redes sociales fuera del periodo oficial de campaña electoral. El objetivo general se centra en la observación de un diálogo digital con el fin de descubrir cuáles son los modelos de interacción de la estrategia en red de partidos y establecer parámetros comparativos entre las prácticas de formaciones ya consolidadas frente a las de nueva creación.

El desarrollo de esta propuesta se divide en dos bloques: una primera parte, centrada en una contextualización teórica sobre la ciberdemocracia elaborada a partir de una revisión conceptual; y una segunda, que incluye una propuesta metodológica para el análisis de las estrategias de comunicación de partidos españoles en Internet que marca el posterior trabajo de campo.

Los objetivos específicos que se persiguen son los siguientes: 1) reforzar el marco teórico de la ciberdemocracia sobre la idea de participación ciudadana como eje fundamental para la búsqueda de consenso en los procesos de toma de decisiones; 2) analizar el uso de aplicaciones que favorezcan nuevas vías para el diálogo entre ciudadanos y políticos; 3) plantear una metodología adecuada para el estudio de herramientas online que permita observar las prácticas dialógicas y la oportunidad de consenso; 4) definir el nuevo modelo de ciudadanía que surge como consecuencia de la incorporación de las TIC a la comunicación política.

El marco temporal incluye un periodo político no analizado hasta el momento en el contexto de la ciberdemocracia y que se limita al diálogo digital que se produce en un periodo de inactividad electoral o de la denominada *campaña permanente*, lo que imprime carácter innovador a la investigación.

Este planteamiento forma parte de una tesis doctoral en curso que considera necesario medir, por una parte, a) las posibilidades de las aplicaciones online y la utilización de redes sociales como nuevas vías de interacción; b) identificar las características de la sociedad digital que subyace de la conversación entre partidos/políticos/ciudadanos y su posicionamiento en la búsqueda de consenso y, por último, c) establecer conclusiones que permitan argumentar la aparición de nuevos partidos en la escena política.

La hipótesis central de esta investigación considera que los partidos *nativos* de la Red han aplicado las características de la Web 2.0 a su estrategia comunicativa, mientras que los partidos *tradicionales* muestran una mayor dificultad para alcanzar el consenso comunicativo en las plataformas online debido a unas prácticas dialógicas centradas en ocupar el espacio mediático en Internet.

Consideramos que los partidos *nativos* de la Red son aquellos que han basado su estrategia de comunicación electoral en la red durante la campaña de 2011; es el caso de Equo, que realizó una “excelente campaña electoral en las redes sociales cuyo impacto en número de seguidores, amigos o visitantes superó con creces el de los demás partidos, sin embargo, su resultado electoral fue nulo” (Deltell, 2012). De forma

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

paradójica, el caso de este partido contradice las conclusiones de otros estudios que establecen una relación entre el número de seguidores en las plataformas sociales on line y los resultados en las urnas.

Las cualidades que convierten a Equo en un caso de estudio se basan principalmente en las siguientes cuestiones (Deltell, 2012): “a) se trata de una organización de nueva creación (sin base social previa); b) carece de presupuesto para su campaña electoral y no realizó una campaña publicitaria en medios (televisión, radio o prensa); c) no se le concedieron espacios gratuitos ni en la radio ni en televisiones públicas; d) ninguno de los medios privados le ofreció cobertura significativa”.

Por otra parte, los partidos *tradicionales* son aquellos que han utilizado hasta la fecha los medios de comunicación de masas (radio, prensa y televisión) para su estrategia electoral y que se van adaptando al nuevo ámbito de la comunicación política en red.

El desarrollo de este estudio se realizará teniendo en cuenta las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo se genera conversación en las redes sociales? ¿Contribuyen las tecnologías de la información y de la comunicación al sostenimiento y consolidación de gobiernos democráticos? Las plataformas sociales online, ¿abren nuevas vías para el diálogo entre ciudadanos y dirigentes? ¿Los partidos *nativos* de la red han tenido en cuenta las potencialidades de la red? ¿Son los partidos *tradicionales* competentes en materia de interacción comunicativa en las plataformas online? ¿Nos encontramos ante una nueva sociedad digital que debe ser tenida en cuenta en los procesos electorales? ¿Constituyen las redes sociales herramientas fundamentales para alcanzar el consenso comunicativo? ¿Superan estos partidos la transitoriedad de la campaña en la red? ¿Tienden a ser transparentes y a evitar la propaganda? ¿Favorecen el diálogo y debate abierto? ¿Cuáles son los principales temas que tratan? ¿Estas herramientas están provistas de elementos para alcanzar el consenso?

3. Marco teórico: esbozo de la ciberdemocracia en España

El desapego del sentido estricto de la democracia es analizado junto a las tendencias de los medios de comunicación de mostrar una paulatina pérdida de fe hacia el discurso de los dirigentes (Zamora y Álvarez, 2006: 20-24), poniéndose de manifiesto el reto de la democracia contemporánea que apuesta por la utilización de las TIC para establecer nuevas formas de “reinventar la política al reinventar la comunicación”.

Las redes de contacto entre ciudadanos y políticos, así como las centradas en recursos online de la administración, medios digitales o canales audiovisuales, comienzan a ser utilizadas como mecanismos para la comunicación política. Estas “redes de intercambio político directo” que denomina Dader (2002), organizadas en torno a su naturaleza –instituciones gubernamentales, partidos políticos, correo electrónico de acceso directo a candidatos, foros o tertulias electrónicas (chat)- registraron en sus inicios un escaso éxito de participación dada la poca implicación de los ciudadanos. Esta realidad evidencia que el acceso a Internet no es condición de equidad para todas las esferas sociales.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Determinadas investigaciones (Dader, 2002) han abordado las peculiaridades de la campaña electoral del 12 de marzo de 2000 en la que partidos políticos y candidatos se sumaron a la campaña de la red. Este atisbo de cibercampaña electoral no obtuvo el éxito esperado debido a la saturación de canales y el escaso número de usuarios que utilizó la red con fines informativos electorales. Surge la necesidad de plantear estrategias para el desarrollo de la comunicación política en Internet, un hecho que propició que, casi al tiempo, los medios de comunicación se adaptaran a nuevas maneras para comunicar la información política.

Posteriormente, las elecciones generales de 14 de marzo de 2004 se centraron más en la creación de páginas web de los candidatos que en favorecer las relaciones entre gobernantes y gobernados. Esta falta de interacción comunicativa plena (Zamora y Álvarez, 2006: 36) provocó que las siguientes estrategias optaran por la búsqueda de la participación ciudadana en los procesos democráticos como un factor indispensable para alcanzar un modelo “inclusivo, plural y democrático” (Sampedro, 2011).

La cibercampaña de 2004 estuvo plagada de prácticas propagandísticas que no explotaron las ventajas de la tecnología y se centraron en instrucciones y protocolos de los partidos a los cibervoluntarios. Apreciaciones como ésta se exponen en el estudio de las elecciones generales de 2008 realizado por Víctor Sampedro (2011) que concluye que “TICs y democracia no guardan una relación directa”. No sólo la participación e implicación de los ciudadanos en los procesos democráticos es una cuestión determinante para hablar de *Ciberdemocracia* —expone el autor— ya que también ha de producirse una interactividad político- ciudadano que se pone de manifiesto en la “necesidad de un tercer mensaje, no de una única respuesta”.

Los principales factores que caracterizan a las Elecciones Generales de 2004 y 2008 en consideración de este autor reflejan una escasez de recursos apropiados para la tecnopolítica, un control jerárquico alejado de la interacción real entre candidatos, partidos y ciudadanía, una ruptura de vínculos que señalan el oportunismo electoral y una autonomía social relacionada con la implicación del usuario en los procesos de toma de decisiones. Lo que interesa plantear es el potencial democratizador de Internet, donde términos como *Cibercampaña* y *Ciberperiodismo* deben su popularidad a un interés (de partidos, de políticos, de gobiernos y de periodistas) por dotar de legitimación a la comunicación que emana de todos estos estadios de representación poniendo en duda la existencia de una verdadera Ciberdemocracia en la actualidad.

La definición que Sampedro (2011) aporta sobre este término incluye la suma de ambos conceptos a una administración- Gobierno electrónicos favoreciendo una comunicación continua de este órgano con los ciudadanos:

“Ciberdemocracia sería entonces el modelo que, respetando la autonomía relativa de quienes ejercen cargos remunerados de representación política, periodística y gestión administrativa, confiere a los votantes, públicos y gobernados, canales de participación y deliberación. De modo que los ciudadanos, a través de las TIC, pueden tomar un papel activo en la propuesta,

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

debate, decisión e implementación de las políticas públicas y la comunicación política”.

El investigador señala una falta de prácticas interactivas que aúnen unos recursos y contenidos que satisfagan las expectativas de los cibernautas, donde se gesticione una desarticulación latente que hace necesario pensar en herramientas y contenidos, descartando las prácticas obsoletas de las elecciones de 2008. Además, sostiene una vaguedad por la innovación por parte de los partidos que no permite elogiar las acciones electorales en red y que genera una controversia en los ‘cibernautas electorales’, un nuevo tipo de votantes a tener en cuenta.

Se cuestionan unas prácticas que desvelan características propias de un modelo comunicativo obsoleto, “publicitario, jerárquico y unidireccional” (Sampedro, 2011). Este autor aboga por un mayor uso de dispositivos para la deliberación y participación en un sistema comunicativo mucho más abierto.

Las ‘plataformas visibles’ (Dader, 2002) permitirían crear nuevos canales para el intercambio de información otorgando una mayor visibilidad pública a los temas planteados por los ciudadanos que asumen un papel más activo en el desarrollo de la comunicación política. Pero las prácticas interactivas con escasos recursos y contenidos se convierten en las características principales de la nueva tecnopolítica. Por tanto no son necesarias únicamente las herramientas digitales para favorecer la interacción sino también que se dote a estos canales de contenidos de calidad que no respondan a intereses únicamente propagandísticos.

Propone Dader (2002) una democracia continua o deliberativa favorecida además por una interacción real y constante y la existencia de un interés ciudadano que alimente un clima de debate democrático. Además de la sencillez y rapidez de gestión que solicita a las adormecidas instituciones administrativas, sus ideas promueven una amplificación mediática en la red y la existencia de un marco reclamativo frente a los poderes públicos.

El escenario de la ciberdemocracia debe completarse para Dader (2002) con una transparencia de las esferas públicas y un diálogo digital favorecido por las tecnologías de la información. Una red abierta y horizontal, que camine hacia una pretendida interactividad a través del intercambio de mensajes directos donde la interacción no esté supeditada únicamente a la acción de voto y se establezca un mensaje marcado por su continuidad a través de plataformas visibles y de fácil acceso para todos.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

3.1. El debate sobre la democratización de la Red

La insistencia en la cuestión de la democratización se centra en los ámbitos de la participación, la descentralización y la lucha contra el poder (Mattelart, 2006). Las repercusiones de las nuevas tecnologías en este escenario son consecuencia de una cristalización de las relaciones de poder que merman las estructuras tecnológicas de la sociedad. Esta situación requiere una madurez de la configuración política porque los problemas de la comunicación han comenzado a afectar a la democracia.

Los nuevos códigos informacionales reflejan un sistema basado en redes de comunicación que comienzan a constituirse mediante una lógica dominante en la sociedad red orientada al contexto institucional y cultural de cada organización. Castells (2005: 463) aborda la cuestión del lugar que ocupa el poder en esta nueva estructura de la sociedad.

La política en la actualidad se decide también en las redes sociales, unas plataformas que permiten un mayor acercamiento a los ciudadanos. El riesgo que supone esta actividad es la “imposibilidad de escalar conversaciones: no se puede conversar todo el tiempo con todo el mundo” (Orihuela, 2011).

La campaña de Barack Obama a la presidencia de los Estados Unidos es considerada por determinados autores como un ejemplo de comunicación política eficaz. Algún investigador (Orihuela, 2011) establece que el análisis de esta cuestión debe contemplar una serie de factores históricos, sociales y tecnológicos de los Estados Unidos respecto de España y de otros países. Zamora (2001: 139-149) analiza el proceso de comunicación política en España desde un marco de referencia territorial donde el sistema político español ha adoptado prácticas que son características del sistema americano en lo que denomina “americanización”. Así, esta adopción de prácticas políticas importadas de los Estados Unidos pone de relieve una “tendencia globalizadora e integradora”.

La cuestión de la globalización en los procesos políticos conlleva a considerar la existencia de “un modelo global de campaña” que incluye el fenómeno de la americanización (Zamora, 2001: 142). Los cambios tecnológicos ligados al conjunto de valores que se dan en una sociedad provoca la evolución de los mecanismos de comunicación política, sobre todo en el periodo de campaña electoral.

La imagen en este proceso se sitúa como elemento más importante en el desarrollo de las campañas, lo que Castells (2008) denomina “política de la personalización”. La visibilidad del protagonista se impone en este modelo y la preocupación por la transmisión de ideas queda relegada a un segundo plano. La televisión resulta el medio de comunicación política más importante con un mensaje que se dirige a influenciar a los votantes.

Televisión y marketing político son los dos referentes que constituyen el proceso de americanización. Volviendo la vista atrás, el ejemplo de campaña electoral del año 2000 se define entre la nueva tendencia y el apego a la cultura clásica española. A

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

pesar de la presencia de estos modelos políticos en las campañas españolas, los partidos políticos siguen confiando en la capacidad de influencia de los medios tradicionales con un predominio de la evolución de la tecnología que se ha abierto camino en las instituciones políticas.

Las TIC no se emplearon para fomentar debates sociales en la campaña de 2008 (Sampedro, 2011); tampoco para destacar una aproximación de los candidatos o partidos a los votantes. La cuestión de la democratización se centró nuevamente en la acción de voto y la autonomía del usuario se puso de relieve en las aportaciones de cibernautas que se mostraron críticos con las instituciones políticas que no desplegaron estrategias novedosas.

4. Un escenario mediático “viral”

La utilización y desarrollo exponencial de los medios digitales abre un debate sobre el papel que éstos desempeñan en actuaciones de naturaleza viral. La red tejida en torno al 13-M de 2004 que tomó forma de cibermultitudes (Sampedro, 2005) sentó las bases de posteriores movimientos como “V de Vivienda”: “auto convocatorias descentralizadas del tejido social más movilizado” (Sampedro, 2011). Algún autor (Ugarte, 2004: 27) asocia esta cuestión a la “emergencia de una nueva realidad, la nación red”.

El 13-M marca un punto de inflexión en el desarrollo de las redes sociales en España (Ugarte, 2004: 63); un cambio en las formas de control políticas que observan una dificultad manifiesta en cortar movilizaciones multitudinarias. Este ciberactivismo social puso de manifiesto en la campaña de 2008 las potencialidades de las redes sociales online que exigían una revisión de las estructuras de los sistemas político y económico. Finalmente estas prácticas quedaron reducidas a voces que alteraban la esfera pública digital.

Las protestas que se han sucedido en las ciudades árabes o las sublevaciones simultáneas que se extendieron rápidamente en Túnez y Egipto a través de múltiples canales de información han puesto de relieve los usos de las tecnologías de la información (Postill, 2011). Este escenario es descrito por el sociólogo Zeynep Tufeky (2011) como una nueva “ecología de medios” que surge debido a tres factores fundamentales: la politización de la red de televisión (Al Jazeera), las aplicaciones de los dispositivos móviles de última generación y el rápido crecimiento de redes como Facebook y YouTube.

Las actividades de protesta también se han puesto de relieve como un medio para implantar el cambio político en Chile. Los investigadores Valenzuela, Arraigada y Sánchez (2012) analizan el uso de Facebook como herramienta fundamental en las acciones de protesta.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Los contenidos virales también se están imponiendo en procesos políticos de los países democráticos. En los Estados Unidos se está abriendo un debate sobre su capacidad para condicionar la agenda de los medios.

El #15M, gestado en la plataforma de microblogging Twitter, muestra las potencialidades de las tecnologías digitales, donde Internet ha sido considerado por algún autor (Sampedro, 2011) como el motor impulsor de modos de interacción cívica. Esta reacción popular ha derivado en una serie de plataformas que promueven la democracia, caracterizada por su “horizontalidad, dinamismo y ausencia de liderazgo” (Sampedro, 2011).

La naturaleza de este movimiento responde a las formas de difusión del mensaje en red: 1) lentamente hasta alcanzar a la masa crítica y 2) propagándose rápidamente (Ugarte, 2004: 36). Este movimiento anida en el principio de participación ciudadana que caracteriza a las democracias contemporáneas y que genera una serie de interrogantes sobre la creación de partidos políticos de nuevo cuño. Es el caso de Equo, una formación política fundamentada en la defensa de la sostenibilidad, la democracia participativa y los Derechos Humanos. Su irrupción en la sociedad constituye una de las premisas de este estudio.

Las tecnologías de la información y de la comunicación resultan mecanismos de contrapoder en el contexto de la comunicación global ya que permiten movilizaciones a gran escala a través de la red (Haro y Sampedro, 2011). El investigador Howard Rheingold (2001: 55 y ss.) destaca la capacidad de auto-organización de las comunidades virtuales que se organizan y estructuran en torno a la Web 2.0. Según el autor, una comunidad tendrá éxito si existe un principio de afinidad entre sus miembros.

5. Reflexiones sobre el concepto de participación ciudadana

Determinados estudios sobre la emergencia de las redes sociales y su impacto en la gobernanza revelan algunas claves para el futuro de las instituciones, que intentan alejarse de las estructuras de poder verticales para aproximarse a un modelo en forma de diamante “que surge de la rendición de cuentas recíproca” (Gardels, 2012).

Las redes sociales han desempeñado en este escenario un papel conciliador, permitiendo a las instituciones promover una supuesta interacción con los ciudadanos; una cercanía que se recrea en el ciberespacio. También permiten cuestionar a las élites en un sistema caracterizado por un aumento constante de participantes, una mayor complejidad y un incremento de las posibilidades de retroalimentación.

Se apuesta por una democracia deliberativa capaz de producir decisiones colectivas inteligentes. Entre los rasgos de este nuevo contexto que identifican los expertos (Gardels, 2012) se observa que “los medios sociales como Twitter y Facebook son buenos para una movilización de corto alcance, pero no para desarrollar los procesos de negociación y consenso que precisa una toma de decisiones inteligente”.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

La democracia deliberativa ahonda en la cuestión de la participación al plantear la necesidad de convertir a la “multitud boba” en una “multitud inteligente” mediante mecanismos de calidad para la gestión de la información. El reto para alcanzar el consenso requiere contrastar la información, despolitizar a los ciudadanos. Se trata de lograr una “deliberación razonada” que afiance en términos de transparencia la democracia deliberativa.

El concepto de participación presenta una amplia naturaleza que lo dota de cierta ambigüedad. En el ámbito del poder y la política, las connotaciones del término sugieren un compromiso, una invitación a la participación para que exista un sentimiento de pertenencia (Carpentier y Dahlgren, 2011: 7).

6. Una propuesta metodológica

La metodología de la investigación en curso es el resultado de un estudio teórico elaborado a partir de una revisión conceptual sobre el marco de la ciberdemocracia para cuyo diseño se han incluido técnicas de análisis cuantitativo como el análisis de contenido y técnicas cualitativas como el método Delphi.

6.1. El análisis de contenido

Hemos tomado como referencia principal el estudio de Requejo y Herrera (2011) sobre el uso de Twitter por parte de los medios de comunicación. Teniendo en cuenta factores como la explotación de contenidos y su difusión, así como las posibilidades de esta herramienta para crear comunidad, se ha trasladado este análisis al uso que los partidos políticos hacen de la plataforma. Para analizar las características del mensaje se analizarán aspectos que definan el enfoque y equilibrio de los contenidos aportados por partidos políticos y sus seguidores.

La observación se centra en los perfiles de Twitter de aquellos partidos políticos que han obtenido representación parlamentaria en las Elecciones Generales de 2011, así como en el perfil de su cabeza de lista: Partido Popular (186 escaños); Partido Socialista Obrero Español (110 escaños); CiU (16 diputados) e Izquierda Unida (11 diputados). Por otra parte, también se analizará el Grupo Mixto formado por ocho agrupaciones políticas: Amaiur (7 escaños); EAJ-PNV (5 diputados); ERC (3 escaños); BNG (2 diputados); CC (2 escaños); Compromís- Equo, Geroa Bai y Foro Ciudadanos (con 1 escaño cada uno). El caso de Equo será estudiado con detenimiento tal y como hemos argumentado anteriormente por constituir un partido *nativo* de la red.

Con objeto de acotar la muestra, el marco temporal objeto de análisis corresponde a un periodo que no incluye campaña electoral por lo que se ha fijado en una primera propuesta el espacio comprendido entre el 15 de mayo y el 15 de junio de 2013 para el estudio de la muestra aleatoria. Durante esos 30 días se analizará el contenido de

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

cada tweet emitido por la cuenta oficial de Twitter de cada partido político y el de su principal cabeza de lista. Asimismo se reflejarán todos aquellos tweet emitidos por ciudadanos que hagan referencia a dichas entidades a través de los siguientes elementos: *hashtag*, *mention*, *reply*, *retweets* o *timeline*.

Se establecerán unidades de análisis que contemplen variables de perfil, (número de seguidores, imagen corporativa); variables de interacción (tipos básicos de tuits, número de enlaces, etiquetas, otros); análisis de las etiquetas de temas, eventos, memes, destino y contexto; análisis de tuits por categorías (eventos de campaña, declaraciones de partido, sondeos, debates); variables de canalización de propuestas (índice de respuesta y conversación: respuesta de los usuarios a comentarios, comentarios de titulares de cuenta); variables de participación (autonomía del usuario, presencia de proyectos colaborativos); variables de información (frecuencia y ritmo de actualización, procedencia de los contenidos) y variables de recursos tecnológicos (enlaces).

6.2. El método Delphi

Se trata de una técnica cualitativa basada en obtener la opinión de un grupo de expertos en torno al objeto de estudio. A través de la aplicación de esta técnica podremos realizar previsiones de futuro sobre las tendencias dialógicas en las redes sociales, sobre las vías de interacción entre ciudadanos y políticos, detectar escenarios alternativos, evaluar acontecimientos pasados, detectar factores de influencia o describir realidades poco conocidas. Se trata de un método iterativo basado en un cuestionario anónimo a expertos en varias rondas que nos permite un feedback controlado así como obtener una respuesta estadística. Las preguntas del cuestionario serán abiertas y cerradas.

La investigación, todavía en curso, propone a grandes rasgos una metodología para el estudio de la interacción comunicativa entre políticos y ciudadanos en las redes sociales.

7. Bibliografía y referencias metodológicas

BAGILET, A. (2011): "La desilusión de la Red (The Net Delusion) por Evgeny Morozov" [en línea]. <http://es.scribd.com/doc/56672272/La-Desilusion-de-la-Red-The-net-delusion> [acc.16/03/2013].

BARDIN, L. (1996): *Análisis de contenido*, Madrid, Akal.

BEAS, D. (2011): *La reinención de la política. Obama, Internet y la nueva esfera pública*. Barcelona: Península.

CARPENTIER, N. y DAHLGREN, P. (2011): "Interrogating audiences: Theoretical horizons of participation". *CM Communication Management Quarterly* 21, pp. 7-12.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

CASTELLS, M. (2003): *La era de la información (vol. 2). El poder de la información*, Madrid, Alianza Editorial.

- (2005): "Internet y la sociedad red" en De Morales, D. (coord.) (2005): *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*, Icaria Comunicación, Barcelona, pp. 203-228.
- (2008): "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los nuevos espacios de comunicación (I)". *Telos* 74, enero-marzo.

DADER, J.L. (2002): "La ciberdemocracia posible: reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España", en *Sala de Prensa* 44, México, junio: <http://www.saladeprensa.org/art361.htm> [acc.21/04/2012].

DELTELL, L. (2012): "Estrategias de comunicación política en las redes sociales durante la campaña electoral de 2011 en España: el caso de eQuo". *Jornadas de la Asociación de Sociología Madrileña*.

FLICHY, P. (2006). "El individualismo conectado. Entre la técnica digital y la sociedad", *Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación*, nº. 68.

GARDELS, Nathan (2012): "Medios sociales y democracia deliberativa" [en línea]. *ElPaís.com*. 21 marzo 2012. Disponible en [acc. 21/03/2013]: http://elpais.com/elpais/2012/03/15/opinion/1331811901_336964.html.

HARO, C. y SAMPEDRO, V. (2011): "Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M". *Teknocultura* 2, pp. 167- 185.

LANDETA, J. (1999): *El método Delphi: una técnica de previsión para la incertidumbre*, Barcelona, Ariel.

LÉVY, P. (2005): "Por la ciberdemocracia" en De Morales, D. (coord.) (2005): *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*, Icaria Comunicación, Barcelona, pp. 293-306.

MATTELART, A. (2006): "Pasado y presente de la sociedad de la información. Entre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información". *Telos* 67.

MOROZOV, E. (2011): "El anonimato de la Red" [en línea]. *ElPaís.com*. 27 noviembre 2011. http://elpais.com/diario/2011/11/27/opinion/1322348411_850215.html [acc.17/03/2013].

ORIHUELA, J.L. (2011): "Las redes sociales: condición necesaria (aunque no suficiente) para las revoluciones" [en línea]. *Abc.es*. 21 febrero 2011. <http://www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela/public/post/las-redes-sociales-condicion-necesaria-aunque-no-suficiente-para-las-revoluciones-8064.asp> [acc.14/03/2013].

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

POSTILL, J. (2011): "Democracy in the age of viral reality (1)" [en línea]. *Media/anthropology*. 3 octubre 2011. <http://johnpostill.com/2011/10/03/democracy-in-the-age-of-viral-reality-1/> [acc.15/03/2013].

REQUEJO, J.L. y HERRERA, S. (2011): "¿Cómo crear comunidad a través de Twitter?: nueve buenas prácticas en medios españoles", en *La transformación del espacio mediático*, III Congreso de Ciberperiodismo y Web 2.0, Bilbao, pp. 666-681.

SAMPEDRO, V. (2011): "Públicos y recursos tecnopolíticos. Minorías insatisfechas y diques a la participación", en VV AA, *Cibercampaña. Cauces y diques a la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*, (Coord., V. Sampedro). Madrid: Editorial Complutense.

SAMPEDRO, V. y SÁNCHEZ DUARTE, J. M. (2011): "La Red era la plaza", en VV AA, *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*, (Coord., V. Sampedro). Madrid: Editorial Complutense.

SILVERSTONE, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu Editores.

TUFEKCY, Z. (2011): "Faster is Different. Brief Presentation at theorizing the web" [en línea]. *Technosociology*. 13 abril 2011. <http://technosociology.org/?p=424> [acc.25/03/2013].

UGARTE, D. (2007): *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*, El Cobre Ediciones.

VALENZUELA, S.; ARRAIGADA, A. y SCHERMAN, A. (2012): "The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The case of Chile", *Journal of Communication*, 62, pp. 299-314.

Zamora Medina, R. y Álvarez Tejeiro, C. (2006): "Las fronteras del (des)orden. Nuevos medios y nuevo espacio público: la ciberdemocracia en España". *Sphera Publica* 6. Murcia, pp. 15-48.

ZAMORA, R. (2001): "El proceso de 'americanización' en la cobertura de las elecciones españolas de 2000". *Sphera Publica*. Murcia, pp. 139-152.

**DIGITAL DIALOGUE AND CONSENSUS IN THE COMMUNICATION
STRATEGY OF POLITICAL PARTIES OUTSIDE OF CAMPAIGN**

Ariana Gómez Company
Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)
ariana.gcompany@gmail.com

Summary

The information technologies are presented as tools for change to stereotypical versions of what has been called the dialogue between political elites and citizens. The overall goal of this study focuses on the observation of the conversations that arise in Internet social networks as part of the online strategy of matches to set benchmarks between practices and consolidated formations off the newly created.

Specific objectives to be achieved are 1) strengthen the theoretical framework of the idea of cyber citizen participation as the linchpin for consensus in decision-making processes, 2) analyze the use of applications that support new ways dialogue between citizens and politicians, 3) propose a methodology for the study of online tools to enable observation and dialogic practices consensus opportunity, 4) define the model of citizenship arises from the incorporation of ICT to political communication.

The frame includes a political period so far not analyzed in the context of cyberdemocracy and is limited to the period of inactivity of the known election campaign or permanent. The proposed methodology arises from a theoretical review of these concepts and includes a) the quantitative technique of content analysis, focusing on the Twitter platform and b) applying a Delphi method as qualitative technique.

Keywords: Cyberdemocracy, citizen participation, consensus, social networking.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas