

II. El papel del informador en la era de la ciberdemocracia parlamentaria. El ejemplo de los gabinetes de prensa de las asambleas españolas

Eva Campos

Profesora Ayudante Doctora, Acreditada

Universidad de Valladolid

Puede acceder al audio y vídeo en el apartado "Audios y vídeos del Congreso".

Resumen: *Este texto presenta los resultados de una investigación exploratoria que tiene como objetivo conocer qué herramientas, de la clasificadas en la web 1.0 y en la web 2.0 (López García, 2008), utilizan los gabinetes de prensa de los parlamentos españoles para difundir la información de las respectivas cámaras a los ciudadanos. Además, este trabajo pretende ofrecer información sobre quiénes son los destinatarios de la información que publican estos gabinetes, si actualizan la web del parlamento y disponen de herramientas colaborativas. Para abordar este trabajo, esta investigación parte de un estudio previo (Campos, 2009) en el que se muestra que los parlamentos españoles todavía no se han adaptado a la web 2.0. El trabajo de campo se sustenta en un cuestionario remitido a los gabinetes de prensa de los parlamentos españoles con el fin de conocer qué herramientas están utilizando y qué perspectivas de implantación tienen sus instituciones para fomentar información más transparente.*

Palabras clave: *Parlamento, Internet, Periodismo, web 1.0, web 2.0, Ciberdemocracia parlamentaria, Weblogs, Redes sociales, Gabinetes de prensa, Comunicación Política*

1. Introducción

Si entendemos que Internet está propiciando que los medios evolucionen hacia otros formatos de comunicación que se integran dentro de

la “era de la participación”¹²⁶ es necesario matizar que existen diferentes niveles de participación: desde el primer eslabón que se limita a la mera información propia de un sistema de comunicación vertical¹²⁷ –que posibilitan herramientas como los sitios web, boletines de noticias, sindicación de contenidos, etc.– hacia la plena interacción comunicativa con o entre los ciudadanos,¹²⁸ pasando por herramientas que autores como Sánchez González¹²⁹ o López García¹³⁰ enmarcan dentro de la llamada web 1.0 –el correo electrónico, los formularios, encuestas, chats, foros de debate, tablones de anuncios, entre otros– y de la web 2.0, en un estadio superior y más relacionado con la comunicación viral –donde estarían las herramientas colaborativas, blogs, wikis o redes sociales–.¹³¹

Por otro lado, partiendo de que el parlamento es una de las instituciones de las democracias representativas occidentales que ha suscitado más interés en el ámbito académico a la hora de llevar a cabo estudios sobre la introducción de las nuevas tecnologías de la información en estas instituciones,¹³² el objetivo de esta investigación exploratoria es tratar de conocer qué herramientas de la llamada web 1.0 o de la web 2.0 utilizan los gabinetes de prensa de los parlamentos españoles para difundir la actividad de las respectivas cámaras.

¹²⁶ BERNAL TRIVIÑO, Ana I., “Influencia de las redes sociales en los medios de comunicación”, *Evolución tecnológica y cibermedios*, Comunicación Social, Zamora, 2010, págs. 112-128.

¹²⁷ CASTELLS, Manuel, “La comunicación en la era digital”, *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Torrejón de Ardoz (Madrid), 2010, págs. 87-198.

¹²⁸ CAMPOS DOMÍNGUEZ, Eva, *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], Universidad Complutense de Madrid, 2009, págs. 43-74.

¹²⁹ SÁNCHEZ GONZÁLEZ, María, “Efecto de la tecnología sobre la participación de las audiencias”, *Evolución tecnológica y cibermedios*, Comunicación Social, Zamora, 2010, págs. 87-111.

¹³⁰ LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, *Modelos de comunicación en Internet*, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2005.

¹³¹ LÓPEZ, Xosé, “La participación en los diarios digitales: similitudes y diferencias entre los cibermedios españoles y los brasileños”, *VI Encontro nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Universidade Metodista de Sao Paulo, 2008. Disponible en: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada4xoselopez.pdf> [Última Consulta: 26/10/2010].

¹³² CAMPOS DOMÍNGUEZ, Eva, “Información e interacción en las sedes virtuales de los parlamentos españoles (2004-2008)”, *Textual & Visual Media*, Madrid, Sociedad Española de Periodística, núm. 3, 2010.

Como precedentes, otras investigaciones anteriores han revelado que, a finales de la VIII Legislatura de las Cortes Generales (2004-2008), el departamento de prensa era, en el conjunto de los parlamentos españoles, el área más remisa a la hora de publicar una dirección de correo electrónico en el sitio web oficial del respectivo departamento. Es decir, frente a servicios como “atención al ciudadano”, “presidencia de la cámara”, “visitas al parlamento” –que facilitaban en la mayoría de las sedes virtuales parlamentarias una dirección de *e-mail*– otros, encabezado por los gabinetes de prensa de los parlamentos y seguido por los grupos parlamentarios eran los que, en número, menos ofrecían su dirección electrónica en este sitio web. Por otro lado, de ese mismo trabajo anterior se concluye que ninguno de los gabinetes o departamentos de prensa de estos parlamentos españoles incluían, a finales de 2007, herramientas de interacción enlazadas desde el sitio web oficial del propio parlamento.¹³³

2. Metodología

Para abordar la pregunta fundamental de esta investigación –¿Qué herramientas de difusión de información de la web 1.0 o de la web 2.0 utilizan los departamentos de prensa de los parlamentos españoles para trasladar a los ciudadanos la actualidad de la cámara?– se optó por enviar un cuestionario, por correo electrónico, a los respectivos gabinetes de prensa en septiembre de 2010.

El cuestionario lo conformaban diez preguntas que trataban de conocer desde aspectos generales del funcionamiento del área –cuántas personas componen el gabinete o cuáles son las tareas principales–, hasta qué herramientas de Internet emplean o, en caso negativo, si la institución tiene previsto implantar algún tipo de acción para fomentar el uso de estas herramientas para difundir la labor de comunicación del parlamento.

Como hipótesis de investigación se formularon las siguientes: H1) Entre las principales tareas de los gabinetes de prensa de los parlamentos, figura la actualización de la página web. H2) Por el momento, ningún gabinete de prensa parlamentario dispone todavía de blog, wiki ni otra

¹³³ CAMPOS DOMÍNGUEZ, Eva, *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], Universidad Complutense de Madrid, 2009, págs. 213-298.

herramienta de la web 2.0, entre las que se incluyen las redes sociales. H3) Sin embargo, entre las previsiones a corto o medio plazo de estos departamentos figura la inclusión de algunas de estas herramientas para la difusión de la actividad de la cámara al ciudadano final.

Respondieron el cuestionario ocho¹³⁴ de los diecinueve departamentos que recibieron el correo electrónico –diecisiete parlamentos autonómicos y las Cortes Generales–, es decir, el 42%.

3. Resultados

La mayoría de los cuestionarios fueron respondidos por el jefe de prensa de las respectivas cámaras: cuatro de ellos, frente a un periodista del gabinete, un asesor y un director adjunto al gabinete de presidencia. De los ocho, la mitad tiene entre 51 y 60 años, dos se ubican en el grupo etario de 31 a 40 años y únicamente uno de los respondientes es menor de 30 años.

Por sexos, se equipara el número de hombres y mujeres (cuatro y cuatro). De los siete que indicaron su formación académica, todos menos uno son Licenciados en Ciencias de la Información o Periodismo, y el séptimo cuenta con otra licenciatura.

El número de trabajadores que integran los gabinetes de prensa de los parlamentos españoles oscila entre los dos y los ocho, incluyendo administrativos, ordenanzas, periodistas, etc. Ninguno de ellos está actualmente dedicado a labores específicas de gestión y actualización de las herramientas de la web 2.0.

Todos ellos tienen, entre sus principales tareas, la de atención a los medios tradicionales, como lo indica una de las respuestas: *“El Servicio de Documentación de Prensa se dedica a alimentar la base de noticias que a diario se seleccionan, susceptibles de ser utilizadas posteriormente por los diputados para documentar una intervención. Está compuesto por dos documentalistas y un administrativo, que sustituye al administrativo del Gabinete de Prensa en época de vacaciones o bajas por enfermedad. El ordenanza se encarga básicamente de fotocopiar el dossier diario de prensa*

¹³⁴ Los departamentos de prensa que respondieron a este cuestionario se corresponden con los siguientes: Parlamento de Navarra, Parlamento de Andalucía, Asamblea de Murcia, Cortes de Castilla y León, *Corts Valencianes*, Parlamento de Galicia, Asamblea de Madrid y Senado.

y de auxiliar al jefe de prensa en todas sus tareas –preparación de dossiers, acondicionamiento de la sala de prensa, etc.–. El administrativo del Gabinete se encarga de llevar al día, bajo la supervisión del Jefe de Prensa, la contabilidad relativa a la publicidad que hace la cámara o la derivada de convenios con medios de comunicación [...], búsqueda de documentación para la elaboración de dossiers, etc. El Jefe del Gabinete de Prensa se encarga de las relaciones con los medios de comunicación, tanto informativas como publicitarias, y de todas las actuaciones que se derivan de esta tarea: elaboración de notas de prensa, preparación de documentación para el seguimiento de las sesiones parlamentarias por los periodistas, convocatoria de ruedas de prensa, elaboración de dossiers de prensa diarios y selección de las noticias para la base de datos de Documentación, y tareas de protocolo, apoyando al Jefe del Gabinete de Presidencia en determinados actos o coordinando y dirigiendo otros”.

Además, todos los departamentos de prensa actualizan el sitio web de la cámara, salvo uno, que lo realizan *“los servicios técnicos de la asamblea con la información que le facilitamos”*. Las secciones susceptibles de actualización son aquellas vinculadas con la agenda y actualidad, y en algunos casos también se incluye la sección de currículos. Seis de los ocho actualizan diariamente dichas páginas web, y los dos restantes cuando tiene lugar una noticia o novedad: *“Hasta hace poco nos encargábamos de todo, pero ahora sólo de la actualización de currículos, y de apartados de actualidad y agenda”*.

Ningún gabinete de prensa de los parlamentos que han respondido a este cuestionario dispone de *weblog*, redes sociales ni de ninguna otra herramienta de la web 2.0 para difundir la actividad del parlamento a los ciudadanos. Aunque cuatro de los ocho que respondieron indicaron que su institución contempla, a corto o medio plazo, alguna acción para fomentar el uso de estas herramientas y difundir la labor de comunicación del parlamento: *“Actualmente se está remodelando la página web y una de las novedades será la inclusión de estas herramientas (posiblemente Twitter). Habrá una persona encargada de esa actualización”*.

Es preciso notar, no obstante, que dos de estos cuatro se referían a blogs o redes sociales de los propios diputados, y en su respuestas no quedaba claro si incluían herramientas para el propio gabinete de prensa: *“Sí, pero dependerá del grado de implicación de los diputados”*.

4. Discusión

Los datos obtenidos permiten afirmar que los gabinetes de prensa de los parlamentos españoles no están todavía utilizando las herramientas de la web 2.0 para difundir los contenidos e información del parlamento a la ciudadanía. Su sistema de información se basa en el esquema clásico de información vertical y, por tanto, se dirigen de modo casi exclusivo a los profesionales de información o periodistas de otros medios. Así, en la mayoría de los casos, sus receptores directos siguen siendo los periodistas de otros medios, y todavía no puede considerarse que los departamentos de prensa contemplen como lectores al usuario final que accede a estas herramientas de la web 2.0 para informarse, de primera mano, de la actividad de la cámara.

Esta idea se refuerza con lo que otros autores han venido destacando: *“Los contenidos difundidos por los sitios web parlamentarios siguen estando dirigidos a un público experto en la actividad parlamentaria en cuanto: es conocedor de los términos parlamentarios, comprende el proceso legislativo y cómo se elaboran las leyes, y entiende el funcionamiento de la cámara. De tal modo que los contenidos dirigidos al ciudadano común se ciñen, en el mejor de los casos, a reducidos espacios en el sitio web que publican una explicación introductoria muy básica de qué es y cómo funciona el parlamento y, generalmente, se escenifica para públicos concretos – principalmente jóvenes y niños–”*.^{135,136}

Con todo ello, los datos obtenidos sí permiten vislumbrar que los parlamentos españoles están empezando a adaptarse a los nuevos medios como difusores de información o, en palabras de Dutton, al “quinto poder”.¹³⁷ Estos esfuerzos se observan no sólo en los planes o estrategias que los gabinetes contemplan a la hora de introducir alguna herramienta de la web 2.0 a su quehacer informativo, sino también en lo que algunos respondientes

¹³⁵ CAMPOS DOMÍNGUEZ, Eva, *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], Universidad Complutense de Madrid, 2009, pág. 290.

¹³⁶ RAMOS VIELBA, Irene y CLABO CLEMENTE, Néstor, “Presencia de la documentación parlamentaria en las páginas web españolas”, *Revista General de la Información y Documentación*, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 2002, vol. 12, núm. 1, págs. 55-91.

¹³⁷ DUTTON, William, “The Fifth Estate: democratic social accountability through the emerging network of networks”, *Understanding e-Government in Europe*, Routledge, Londres y Nueva York, págs.3-18.

han indicado al afirmar que en el gabinete se destinará a algún miembro del equipo a la gestión y actualización de estas herramientas. Sin llegar a contar con un equipo propio destinado a “nuevos medios” –como por ejemplo, el equipo de campaña de Obama¹³⁸ o de OpenData¹³⁹ del gobierno vasco– las asambleas españolas pretenden, en su mayoría, a corto o medio plazo implantar herramientas de la web 2.0 que permita a los usuarios o lectores finales acceder directamente a la información, sin tener que pasar antes por el filtro de los medios de comunicación tradicionales.

Por tanto, esta investigación sí permite concluir que una minoría de los parlamentos españoles han empezado a explotar las posibilidades de comunicación e información que le permiten estas herramientas digitales y, por tanto, se abre una nueva etapa de comunicación en las asambleas españolas, no sólo abanderada por las acciones comunicativas que puedan realizar los parlamentarios, sino también las propias instituciones a través, por ejemplo, de sus gabinetes de prensa.

¹³⁸ HARFOUSH, Rahaf, *Yes We Did: Como construimos la marca Obama a través de las redes sociales*, Planeta, Barcelona, 2010.

¹³⁹ Disponible en <http://opendata.euskadi.net/w79-home/es> [Última consulta: 26/10/2010]