



Co-herencia

ISSN: 1794-5887

co-herencia@eafit.edu.co

Universidad EAFIT

Colombia

Sampedro Blanco, Víctor F.; Sánchez Duarte, José Manuel; Poletti, Monica
Ciudadanía y tecnopolítica electoral. Ideales y límites burocráticos a la participación digital
Co-herencia, vol. 10, núm. 18, enero-junio, 2013, pp. 105-136
Universidad EAFIT
Medellín, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77428608005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Ciudadanía y tecnopolítica electoral.

Ideales y límites burocráticos a la participación digital*

Recibido: abril 8 de 2013 | Aprobado: mayo 27 de 2013

Víctor F. Sampedro Blanco

victor.sampedro@urjc.es

José Manuel Sánchez Duarte

josemanuel.sanchez@urjc.es

Monica Poletti**

monica.poletti@gmail.com

Resumen

Exploramos las actitudes de los españoles hacia las herramientas digitales propuestas por los actores políticos durante las elecciones generales españolas de 2008. Analizamos seis grupos de discusión organizados según las dimensiones de edad, identificación ideológica y nivel de institucionalización a la hora de participar en política. Exploramos hasta qué punto la brecha digital generacional de los usuarios de Internet, la auto-ubicación ideológica o la pertenencia a partidos políticos y movimientos sociales influye en la percepción de la ciberpolítica. Los resultados son complejos. La ciudadanía percibió como la igualdad de las prácticas digitales no se correspondía con las potencialidades de una ciberdemocracia distorsionada.

Palabras clave

Participación, elecciones, ciberdemocracia, cibercampaña.

Citizenship and electoral techno-politics. Ideas and bureaucratic limits to digital participation

Abstract

We explore the attitudes of the Spanish towards the online tools put forward by the political figures during the Spanish general elections in 2008. We analyze six discussion groups according to age, ideology, and their level of involvement in political institutions. We explore to what point the generation gap between online users and previous voters, the self-imposed ideological standpoints, and belonging to political parties or social movements influences the perception of online politics. The results are complex. Citizens perceived how the equality of online practices doesn't correspond to the potential of a distorted online democracy.

Key words

Participation, elections, online democracy, online election campaign.

* Los resultados presentados en este artículo forman parte de dos proyectos de investigación financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España: "Ciberdemocracia en la campaña electoral de 2008" (Ref. SEJ2007-64487/CPOL) (2007-2010) y "Cibercampaña, ciberperiodismo y ciberactividad del electorado" (Ref. CSO2010-21799-C02-01) (2011-2013). Los bancos de datos, así como los proyectos y las publicaciones derivadas de la investigación se encuentran disponibles en: www.ciberdemocracia.net

** Víctor F. Sampedro Blanco, Catedrático de opinión pública y comunicación política. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. José Manuel Sánchez Duarte, Doctor en Comunicación. Profesor de opinión pública y comunicación política, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. Monica Poletti, Doctora en Sociología Política, Università degli Studi di Milán.

1. Introducción

El medio prioritario de los españoles para informarse sobre cuestiones políticas es la televisión. En periodos electorales esta pauta se repite asociada a la toma de decisión por excelencia en una democracia representativa: emitir el voto (López – Sampedro – Muñoz, 2011: 54). Pese a ello, la hegemonía televisiva no implica exclusividad. El contexto cambiante de los nuevos medios digitales y las nuevas generaciones de electores potencian el uso de Internet con fines políticos (en especial, gracias a las redes sociales). En España las Elecciones Generales de 2008 supusieron un punto de inflexión. Los partidos en campaña emplearon, por primera vez y de manera masiva, las herramientas digitales intentando captar la atención y fomentar la implicación de la ciudadanía. Como en otros países occidentales y desde finales de la década de los noventa¹, los candidatos españoles tenían páginas web personales, participaban en plataformas de intercambio de contenidos como *Flickr* y *YouTube*, e igualmente empleaban redes sociales como *Facebook* y *Tuenti*².

Durante la campaña la ciudadanía también empleó estas herramientas con perfiles diferentes. Algunos las usaron con entusiasmo, mientras otros rechazaron o criticaron su aplicación institucional y partidista. Estas críticas provenían en parte de que, hasta entonces, las herramientas de la web 2.0 habían servido para promover iniciativas gestionadas y propugnadas desde la ciudadanía, sin relación y en ocasiones en abierta oposición a la política convencional³. La campaña electoral de 2008 nos ofrece un caso de estudio paradigmático: supone un momento de institucionalización clave de las herramientas y prácticas tecnopolíticas. Aún más, permite identificar tendencias que darían lugar a cibermovilizaciones posteriores que, sumadas, desembocarían en el movimiento de los indignados o “15M”, que irrumpió en el tramo final de la siguiente campaña electoral dos años más tarde.

En este artículo exploramos estas dinámicas, enmarcándolas en una revisión académica sobre los usos políticos de Internet y la per-

¹ Véase en el caso de EEUU entre otros a Bimber (2003)

² Red social en España, similar a Facebook, para adolescentes y jóvenes adultos.

³ Nos referimos a las protestas convocadas con teléfonos móviles y SMS en la jornada de reflexión electoral de 2004 (Sampedro, 2005) y al movimiento V de Vivienda (Haro y Sampedro, 2012); que habían sido precedidas antes por el No a la Guerra (de Irak) y Nunca Más (Sampedro, 2006).

cepción social de las herramientas digitales en campaña electoral. Identificamos cómo distintos grupos sociales emplearon la Red en los comicios de 2008. Señalamos semejanzas y diferencias según la adopción de prácticas digitales, así como la percepción del impacto político, electoral y democrático que pudieran comportar. Para ello organizamos seis grupos de discusión marcados por variables que suponíamos relevantes. Dos grupos se definen según la dimensión de edad; otros dos, según la auto-ubicación ideológica de los participantes y los dos últimos se basan en el grado de integración de los cibernautas en las estructuras y las estrategias partidarias.

2. Participación y acción política en Red

Las herramientas digitales constituyen y forman parte de la comunicación política y, en concreto de la electoral. Las tesis sobre su impacto en los procesos políticos o electorales y, por ende, en la calidad de la democracia puede dividirse en las siguientes fases: (1) Revitalización de la cultura política y de los mecanismos convencionales de participación democrática, (2) introducción de nuevos repertorios de acción y participación y (3) degradación del nivel y calidad de participación, así como de la esfera pública resultante.

En las últimas décadas y debido en parte a la preocupación por la desafección política (Patterson, 2002; Putnam 2000; Cappella – Jamieson, 1997) se ha ahondado en las potencialidades de la Red para aumentar el compromiso con los partidos y la democracia (Bennett, 2003; Chadwick, 2006; Dahlgreen, 2003; Norris, 2005; Norris, Walgrave – Van Aelst, 2005). Aun cuando en muchos casos las herramientas digitales con fines políticos han seguido un esquema jerárquico de comunicación y acción (Ward – Gibson – Lusoli, 2003), destaca su capacidad (aún por desarrollar) para ampliar la participación política (Chadwick, 2006) y revitalizar la vida cívica.

La modernización de las sociedades las fronteras cada vez más borrosas entre lo público y lo privado, así como la difusión masiva de la tecnología han facilitado que surjan nuevas formas de tomar parte, a través y gracias a la Red. Si bien aún se requiere un mayor número de personas para que la acción política sea eficaz, se diferencia del pasado en que, al menos en un primer momento, no se precisan organizaciones (como los partidos políticos o los movimientos sociales) para coordinar la acción colectiva (Van Deth, 2001).

Y no sólo eso. La democracia en Red (al menos en su concepción más utópica) permite mayor vinculación de la ciudadanía con las decisiones políticas. Ello ocurre gracias a la reducción de las restricciones para participar (Bimber, 2010: 333); ya sean de tiempo, esfuerzo o falta de acceso a la información (Gronlund – Strandberg – Himmelroos, 2009: 189; Boulianne, 2009: 207). Frente a la desafección de la política convencional, en especial de la centrada en elecciones y caracterizada por las lealtades ideológico-partidarias (Della Porta, 2011: 803), surgen nuevos modos de participación no (o no tan) mediados como con los medios convencionales. Esto atenuaría ciertos problemas clásicos, derivados de la distorsión de los mensajes entre gobernantes y gobernados (Diani, 2000: 388).

La relativa autonomía respecto del poder estatal y de las instituciones tradicionales permite a los individuos un mayor intercambio de opiniones y conocimientos, así como la adopción de puntos de vista críticos (Iosifidis, 2011: 623) en nuevos espacios para la deliberación (Borge – Cardenal, 2011: 1). En la Red, la ciudadanía identifica y da a conocer sus objetivos, solicita y fomenta apoyos, organiza y comunica información e instrucciones, recluta y recauda fondos (Van Aelst – Walgrave, 2002: 488). De igual modo, se produce un aumento de la información que puede incidir de manera significativa en la participación cívica, así como en la identificación con ideas y grupos afines (Carty, 2002).

Pero los cambios ligados a la participación de la ciudadanía no sólo se limitan a los modos tradicionales de acción política. El uso intensivo y extensivo de Internet implica nuevos repertorios de participación. Sus rasgos distintivos residen en la auto-organización, la horizontalidad y la falta de (o escasa) vinculación con grupos de interés o coordinadores centrales (Flanagin – Stohl – Bimber: 2006, 30). Así, se tendería a una democracia más directa, que permitiese mayor participación (Davis – Elin – Reeher, 2002) de grupos tradicionalmente subordinados o relegados del proceso político (Zhang, Johnson – Seltzer – Bilchard, 2010: 75). En este contexto, activistas y movimientos sociales de nuevo cuño conectarían con una ciudadanía (en muchos casos, joven) que se muestra desafecta ante las instituciones, los procesos y los actores de la política formal (Dalton – Wattenberg, 2000).

Sin embargo, sería un error adoptar una perspectiva optimista con exclusividad. Una mayor participación e interacción digitales

pueden reducir el capital social de las comunidades (Putman, 1995, 2000; Coleman, 1990). Cabría preguntarse si la comunicación digital puede generar vínculos intensos y, por lo tanto, efectivos (Diani, 2000: 391) así como una identidad colectiva fuerte. Los requisitos de confianza, reciprocidad y compromiso a largo plazo podrían rebajarse en la Internet (Tilly, 2004).

Si bien la participación en acciones políticas con base y soporte digitales es a veces significativa en número, muchos investigadores advierten de que su calidad resulta deficiente (Van Laer – Van Aelst, 2010: 1163). Al no establecer “lazos fuertes” no se pueden mantener redes sostenibles de acción; sobre todo, ante acontecimientos que impliquen riesgo para los activistas. Su número no resulta correlativo a su grado de compromiso (Earl – Shussman, 2003). Esto puede provocar que la nueva participación política en Red se caracterice por actos pasivos, vinculados al entretenimiento y, por tanto, inofensivos en términos de impacto político (Mozorov, 2011: 203)⁴. Su naturaleza tendría un carácter personal. Este “individualismo en Red” puede implicar una multiplicidad inmanejable de agendas y marcos interpretativos. Restando coherencia a los mensajes colectivos (Bennett – Segerberg, 2011: 774), dificultaría la identificación de los intereses comunitarios. Las demandas y reivindicaciones ciudadanas se organizarían, más bien, en relación a estilos de vida (Giddens, 1991; Bennet, 1998) y campañas individuales y específicas (Bennet – Segerberg, 2011: 773) erosionando, en última instancia, el carácter colectivo y cívico de las controversias políticas.

Este tipo de actividades de bajo coste y riesgo contrastan con el activismo clásico, caracterizado por su proactividad y confrontación, entendidas como herramientas de cambio social (Rotman – Preece – Vieweg et al, 2011: 821). Se estaría generando así un activismo de segunda categoría, incapaz de avanzar sus demandas en los espacios y los procesos políticos tradicionales (Christensen – Bengtsson: 2011: 900). Su prevalencia sustituiría la reflexión, la acción estratégica y la organización a largo plazo por la movilización, la inmediatez de las convocatorias (Mozorov, 2011: 195) primando actividades que se agotan en sus dimensiones estéticas y expresivas (Dahlgren, 2005: 155).

⁴ Evgeny Mozorov denomina a este tipo de activismo “slacktivism”.

Por otra parte, los usos tecnopolíticos pueden conllevar la fragmentación de ideas y contenidos. El consumo de información en Internet (y, en especial, de información política) suele centrarse en el refuerzo de las ideas preconcebidas sin considerar argumentos ajenos. Favorecería, en suma, una “espiral de atención selectiva” (Neuman, Bimber – Hindman, 2010). Internet ofrece la capacidad de “filtrar” de una manera más efectiva la información y las interacciones; facilita, por tanto, que cada usuario “autoseleccione” a qué quiere ser expuesto (Dahlberg, 2007: 827). Así, frente a unas comunidades virtuales amplias, plurales y diversas surgirían “enclaves deliberativos” mucho menos positivos (Sunstein, 2000): homogéneos internamente, se situarían al margen de todo conflicto u oposición que les resultase ajeno en términos ideológicos y discursivos.

La fragmentación y el encapsulamiento en “ciberguetos” provocarían una polarización y radicalización de las ideas políticas expresadas en la Red (Jonhson, Bichard – Zhang, 2009: 76). Una deliberación política uniforme en parcelas segmentadas implicaría riesgos para la democracia, así como el fracaso de las promesas de la esfera pública digital emergente (Dahlberg, 2007: 832). La ciudadanía, en suma, estaría menos informada de las posiciones contrarias o de la opinión pública general, mostrándose condensada en actitudes antagonistas (Bennet – Iyengar, 2010: 32).

A este sombrío panorama habría que añadir que mediante las tecnologías digitales se recaban bancos de datos sobre los electores de una enorme relevancia estratégica. Tal es su importancia que algunos autores (Castells, 2010) atribuyen victorias electorales de gran calado a la adecuada gestión de estos datos. Sin embargo, los análisis sobre el uso político de la Red no debieran quedarse sólo en las potencialidades y deficiencias para que la ciudadanía se organice y actúe. La calidad de la democracia representativa también se mide por la participación ciudadana canalizada dentro de instituciones y organizaciones (como partidos políticos) así como por altos niveles de confianza y eficacia política. En la actualidad los partidos siguen siendo el principal actor de gobiernos y parlamentos. En consecuencia, una cantidad sustancial de las actividades políticas digitales deberían fluir dentro de los canales clásicos de representación y movilización (en especial, en periodo electoral).

Las campañas electorales están cambiando de forma radical con las tecnologías digitales (Medvic, 2011; Nielsen, 2012). Sin embar-

go, las posibilidades de mejora democrática no han sido plenamente exploradas ni por las élites ni por la ciudadanía (Norris, 2000; Gibson – Ward – Lusoli, 2003; Gibson – Cantijoch, 2011). Los políticos tienden a recurrir a modelos comunicativos jerárquicos: adaptan estrategias digitales a unas estructuras elitistas (configuradas de abajo hacia arriba) y renuncian a los modelos horizontales que posibilita la Red (Sánchez Duarte, 2011). La razón estriba en que debilitarían el control de los contenidos (Jackson – Lilleker, 2009; Ward – Gibson – Nixon, 2003) al conferir mayor autonomía a los ciudadanos. Cuando esto último ocurre, los estrategias de campaña minimizan posibles imprevistos restringiendo las opciones de los usuarios: limitan su papel en la ciberdemocracia (Stromer-Galley, 2000; Cunha – Martin Newell – Ramiro, 2003; Vaccari, 2008; Anduiza, 2009).

Debido a que los partidos políticos europeos han potenciado históricamente estrategias de movilización sobre la base de una organización jerárquica (Weber, 1922; Poletti, 2012), las prácticas digitales y sus lógicas resultan más evidentes en los partidos de EE.UU. que en los europeos (Cunha et al, 2003; Vaccari, 2008, 2009). Harbía que añadir que los países del sur de Europa muestran legados históricos y culturas políticas propias (Cunha et al, 2003), así como diferentes contextos socio-políticos y mediático-tecnológicos (Hallin – Mancini, 2004) que les diferencian del resto del continente. España, Portugal, Italia y Grecia se caracterizarían por el clientelismo, la falta de equidad e igualdad en los procedimientos administrativos y la escasez de confianza y respeto mutuo entre la ciudadanía y el estado. Todo ello conforma una pobre cultura participativa de la sociedad civil y una vida política más institucionalizada (Cunha et al, 2003; Almond – Verba, 1963).

Además, con la excepción (parcial) de Italia, los sistemas de partidos del Sur de Europa carecen de una larga tradición de gobiernos democráticos. Esto les ha impedido (al contrario que en otros países de la Europa occidental) desarrollar una relación estable con sus votantes. Sólo durante las transiciones democráticas en la década de los 70 los partidos socializaron a la ciudadanía con normas de participación y hábitos democráticos (Morlino, 1995). Por otra parte y en el caso de España, la dictadura de Francisco Franco alenató el recelo respecto a la política protagonizada por los ciudadanos (Linz – Stepan, 1996).

De igual modo habría que reseñar que los países mediterráneos también sufren un retraso en términos de desarrollo económico, y, por tanto, de “penetración” y “asimilación” de las nuevas tecnologías. La brecha tecnológica se está reduciendo en países de la Europa Occidental (Bimber, 2001; Norris, 2003; Margolis – Resnick, 2000), pero los internautas que participan en política a través de la Red son un número relativamente pequeño, aún lejos de ser determinantes en el escenario político (Cunha et al, 2003; Sampedro, 2011; Sampedro – Muñoz – Dader, y Campos, 2011; Anduiza, 2009; Lusoli, 2005). Como en otros países, su perfil no es significativamente diferente del de los activistas tradicionales que emplean Internet como complemento de sus actividades fuera de la Red (Ward – Vedel, 2006: 5).

Sin embargo, un número cada vez más importante de españoles emplea Internet de manera pasiva para la recolección de noticias (Sampedro – López – Muñoz: 2011). Estas personas están relativamente interesadas en política. Emplean la Red para informarse o discutir sobre política. Despliegan así actividades cruciales para la formación de actitudes pre-políticas que, eventualmente y en un estadio posterior, conducen a la participación (Verba – Nie – Kilm, 1978; Verba et al., 2005).

Por tanto, la escasa participación política fuera de la Red podría replicarse en las prácticas *on-line*. Como consecuencia, en el Sur de Europa las herramientas digitales empleadas por partidos y ciudadanos durante la campaña electoral provocarían mayor desconfianza que en otros países occidentales. Del mismo modo, la menor tasa de conexión a Internet, una menor alfabetización tecnológica y el uso jerárquico de las herramientas de la web 2.0 por parte de los partidos podrían aumentar los recelos.

En el caso concreto de España, nuestros estudios revelan cierta cautela de los partidos políticos a la hora de emplear Internet⁵. Después de las manifestaciones ciudadanas que siguieron a los atentados terroristas del 11 de marzo de 2004⁶ en Madrid –convocadas a través

⁵ Existen pocos estudios sobre el papel de las nuevas tecnologías en las elecciones españolas, y, hasta donde sabemos, no existen estudios empíricos sobre las elecciones de 2008.

⁶ El 11 de marzo de 2004 (11M) varias bombas explotaron en los trenes de cercanías de Madrid matando a 191 personas e hiriendo a alrededor de 1900. José María Aznar (líder del Partido Popular y presidente de gobierno en aquel momento) atribuyó inicialmente la autoría del ataque a la organización terrorista del País Vasco ETA. Las pruebas encontradas en los días posteriores (previos a las elecciones del 14

de sms e Internet— los actores políticos convencionales replicaron este mismo modelo para sus propias convocatorias y movilizaciones. En un principio, los responsables de comunicación de los partidos confirieron más importancia a la tecnología que a lo que había detrás de ella. Sin embargo, de manera sistemática y gradual, incorporaron a sus campañas las herramientas digitales. En los comicios de 2008 consiguieron usarlas de manera coordinada y generalizada en campaña (Sampedro – Blanco – López: 2011). Durante esas elecciones, caracterizadas al igual que en otras democracias occidentales por la campaña permanente, el negativismo y la personalización, las aplicaciones participativas en Red, tradicionalmente ligadas en España a nuevos movimientos sociales minoritarios, se transformaron en herramientas profesionales de marketing electoral (Sampedro, 2008; Sampedro – Resina, 2008).

Pese a la institucionalización progresiva de los recursos digitales por parte de las burocracias partidistas, la ciudadanía española empleó de manera intensiva y eficaz las herramientas tecnológicas con posterioridad a 2008. Así, antes de las elecciones regionales y locales de 2010, las protestas lanzadas y organizadas desde la Red (que formaban parte del movimiento 15M) acamparon en las plazas de las principales ciudades españolas en protesta contra los modos de hacer política tradicional (Sampedro – Sánchez Duarte, 2011).

3. Diseño de la investigación

Para explorar las actitudes de los ciudadanos hacia el uso de las TIC durante la campaña electoral, diseñamos seis grupos de discusión según tres dimensiones: edad, auto-ubicación ideológica e institucionalización de las prácticas políticas. Todos los grupos se llevaron a cabo en Madrid la semana posterior a las elecciones generales del 9 de marzo de 2008. Sobre la base de una agenda oculta los temas propuestos para el debate se centraron en el uso que cada participante realizó de Internet durante la campaña, así como en el análisis de los actores políticos convencionales en las semanas previas

de marzo) rechazaban esta tesis apuntando directamente a grupos terroristas islámicos vinculados a Al Qaeda. Sin embargo, el gobierno de derechas mantuvo oficialmente la primera versión de los hechos por los réditos políticos de la misma y ante la cercanía de las elecciones. Para obtener una descripción general de esta movilización y el papel de las TIC en las manifestaciones de la ciudadanía ver: *13-M. Multitudes en línea*. Disponible en: www.victorsampedro.net

a los comicios. De igual modo, los discursos se vehicularon hacia la relación que, en escenarios digitales, mantenían los sujetos más activos con partidos políticos y movimientos sociales, así como en su percepción sobre la eficacia e impacto de las nuevas tecnologías en la política y las elecciones. Cada grupo de discusión tuvo una duración de entre 1,5 y 2 horas, que fueron grabadas y posteriormente transcritas. De esas transcripciones se extrajeron las atribuciones, percepciones y evaluaciones sobre la campaña digital de los actores políticos convencionales y, más en general, sobre los usos políticos de la tecnología y su influencia en la democracia⁷.

El tamaño de cada grupo se ajustó a 8 personas formando un total de 47⁸. Se seleccionaron sólo usuarios de Internet para solventar la barrera de acceso a la Red. Los participantes fueron contactados mediante la técnica de bola de nieve⁹, abarcando distintos grupos sociales con compromisos políticos diferentes usos de internet heterogéneos. De esta manera se recogían perfiles que transitaban desde un tipo más general de ciudadano conectado (con un uso pasivo y bajo de Internet y un compromiso político escaso) a perfiles más minoritarios y específicos (que empleaban Internet de manera activa y mostraban un compromiso cívico alto). Todos los grupos tenían una composición paritaria de hombres y mujeres, con una homogeneidad interna en cuanto a los niveles de uso de Internet y compromiso político dentro los dos grupos de cada dimensión.

La primera dimensión (A) seleccionada fue la edad: diferenciando entre generaciones más jóvenes (grupo 1) y generaciones mayores (grupo 2). El límite establecido para definir los grupos fue de 35 años con participantes de 18 a 35 en el primero y de más de 35¹⁰ en el otro. La segunda dimensión fue la ideología (B). Se selec-

⁷ Todas las transcripciones de los seis grupos de discusión pueden ser consultadas en: http://www.ciberdemocracia.es/?page_id=128

⁸ Un participante del Grupo 6 (activistas sociales) no acudió a la cita.

⁹ La primera red se contactó por teléfono o correo electrónico a partir de los contactos de investigadores y de una base de datos. A partir de este primer contacto se conectó con una segunda red y una tercera y cuarta. La selección de participantes y recogida de datos se llevó a cabo por dos cooperativas sociales que trabajan en el ámbito de la investigación social: Andaira y Catep.

¹⁰ Lo ideal hubiese sido realizar tres grupos: de 18 a 25 años, de 25 a 35 y más de 35. Sin embargo, debido a restricciones presupuestarias, sólo pudimos organizar dos grupos de edad. Aunque éramos conscientes de que las personas más jóvenes podrían tener comportamientos diferentes a las de 30 años, como sugiere la literatura sobre nativos e inmigrantes digitales de otros países (Prensky, 2001) se decidió incluirles en el mismo grupo. Sostenemos que en los países del sur de Europa, la penetración de Internet ha sido mucho

cionaron simpatizantes y votantes de partidos de centro-izquierda (PSOE¹¹ e IU¹², en el grupo 3) y centro-derecha (PP¹³, del grupo 4).

Mientras que para las dos primeras dimensiones fueron seleccionados perfiles con una participación en la política y una actividad en Internet media, la tercera dimensión, nivel de institucionalización (C) se centró en otro tipo de perfiles. Contactamos sujetos con una mayor participación y una actividad digital activa con fines políticos (ya fuese conectado a partidos o movimientos sociales). Los participantes eran usuarios activos en Internet (por ejemplo, generando contenidos) y con vínculos directos o indirectos a partidos y con organizaciones sociales más o menos institucionalizadas.

El primer subgrupo estaba compuesto por ciudadanos que se unieron a alguna de las iniciativas de participación digital propuestas por los partidos y que denominaremos como cibervoluntarios partidistas (grupo 5). El otro subgrupo lo formaban sujetos vinculados a movimientos sociales de base y a nivel local¹⁴, y que denominaremos ciberactivistas sociales (grupo 6). La Tabla 1 resume las principales características de cada uno de los grupos¹⁵.

más lenta que en otros países occidentales, por lo que es posible que las generaciones nativas digitales en España aún no hayan alcanzado la edad de votar. Por último, creemos que las personas socializadas en el periodo democrático pueden tener diferentes actitudes hacia la política que las personas socializadas durante el régimen franquista finalizado en 1975. Así empleamos esta fecha como límite de edad.

¹¹ PSOE: Partido Socialista Obrero Español. Partido de centro izquierda liderado entonces por José Luis Rodríguez Zapatero.

¹² IU: Izquierda Unida. Partido de izquierda liderado entonces por Gaspar Llamazares.

¹³ PP: Partido Popular: partido de centro derecha liderado por Mariano Rajoy

¹⁴ Nuevos movimientos sociales de Madrid

¹⁵ Todos los participantes eran usuarios de Internet – desde un nivel básico a uno avanzado – e interesados en las elecciones. Los grupos también cubren ambos sexos y las dimensiones ideológicas de derecha e izquierda. Esto no se aplica a los grupos de votantes – bastante homogéneos en autoubicación ideológica- ni al grupo de ciberactivistas sociales –que no se identificaban con ningún partidos político pero que tendían a autodefinirse como “progresistas”. Más información sobre la selección de los grupos, su moderación y las transcripciones completas en: <http://www.ciberdemocracia.net>

Tabla 1. Composición de los grupos de discusión

Dimensión	Grupo	Nombre del grupo	Composición	Afinidades políticas
A) Edad	G1	Jóvenes	18-35 años	Derecha e izquierda
	G2	Mayores	Más de 35 años	Derecha e izquierda
B) Ideología	G3	Votantes de centro-derecha	Votantes y simpatizantes del partido en la oposición (PP)	Derecha
	G4	Votantes de centro-izquierda	Votantes y simpatizantes del partido en el gobierno (PSOE) e izquierda (IU)	Izquierda
C) Institucionalización	G5	Partisan e-voluntarios	Vinculados a política convencional (Partidos)	Derecha e izquierda
	G6	Social e-activistas	Vinculados a política no convencional (NSM)	Progresistas* Nuevos movimientos sociales**

* No fue posible contactar con movimientos sociales vinculados a la derecha.

** Movimientos sociales de Madrid: RQTR, Nodo50, Cooperativa DABNE, EPA Patio de Maravillas, Hack lab del CSO Lab III, AAVV Carabanchel, Centro Cultural La Piluka, Centro Social Seco.

Los grupos de discusión fueron diseñados con el fin de recoger un abanico amplio de opiniones, ideas y sentimientos sobre ciertos temas que existen en una población y no su distribución demográfica (Morgan – Krueger, 1993). Por ello se pretendió analizar una amplia gama de perfiles interactuando y desplegando narrativas sobre el uso de la tecnología para la participación política. Los resultados no pretenden ser generalizables a toda la población, sino quieren ahondar en los puntos de vista divergentes y similares de ciertos grupos de individuos mientras se analiza un contexto particular (Krueger – Casey, 2000). El análisis de las transcripciones se llevó a cabo teniendo en cuenta elementos como los términos empleados, el contexto, la frecuencia, amplitud e intensidad de los comentarios, la consistencia interna y su vinculación con una perspectiva más amplia (Krueger, 1994; Krueger – Casey, 2000; Rabiee, 2004; Ritchie – Spencer, 1994)¹⁶.

4. Análisis de las narrativas de los grupos

En primer lugar, presentamos las líneas discursivas más importantes que surgieron del análisis de los seis grupos según la dimensión organizativa de cada uno (Tabla 1). Después examinamos los resultados en conjunto y sus implicaciones, perfilando conclusiones teóricas de los principales puntos de (des)acuerdo entre ellos.

4.1 Dimensión edad (A): jóvenes (G1) y mayores (G2)

Los grupos compuestos por distintas generaciones dedicaron bastante atención a la relación entre la tecnología y la política. La desconfianza en el uso de las herramientas digitales durante la campaña fue una constante en ambos grupos, aunque por razones diferentes. Los jóvenes (G1) reparaban más en problemas de seguridad jurídica centrándose en la protección de datos (como por ejemplo, en el envío masivo e-mails que realizaban los partidos políticos) así como en la manipulación derivada del anonimato en la Red. Por su parte, las personas mayores (G2) abordaban la tergiversación de los datos al hablar de las encuestas on-line sobre temas relacionados con la campaña.

¹⁶ Las transcripciones fueron analizadas “a mano” y con la ayuda del procesador de textos Microsoft.

Una de las líneas discursivas más repetidas por ambos grupos destacaba una brecha de habilidad en el manejo de Internet, más que en el acceso a la Red. Los dos grupos resaltaron la falta de formación en nuevas tecnologías de la que habían dispuesto las personas mayores. A menudo esta perspectiva derivaba en una evaluación de Internet en términos de costes en lugar de oportunidades. El grupo de mayor edad (G2) destacaba los pasos necesarios en el aprendizaje del funcionamiento de la Red, subrayando las dificultades e inconvenientes que afrontaban al conectarse y navegar.

G1. Mayores (1020-1035)

P3: Internet tiene muchos pasos, tienes que tener los aparatos, luego tienes que tener la... P1: La formación.

P3: La formación para resolverlos y, entrar. Una vez que has entrado tienes que saber usar la información [...]. Por dónde puedes consultar páginas que te den, que te den extractos, que te den información, que te den titulares, aunque sólo sean titulares, contrastados de distintos medios. Entonces, ahí la noticia por el titular de uno o por el titular del otro, ya puedes ir viendo cómo va el asunto porque nunca llueve igual para todos, ni sale el sol, ni oscurece. Por eso, entonces, Internet es más costoso. Claro, es mucho más fácil la radio. Es más, mientras estás oyendo la radio estás...

P3: ...Estás haciendo la comida o estás guisando.

La perspectiva sobre el uso de Internet diferenciaba las narrativas de los dos grupos de edad. Los discursos de los más jóvenes (G1) señalaban la necesidad de un uso autónomo y poco estructurado de la Red frente a los mayores (G2) que, sin restar importancia a su potencial interactivo, se mostraban más críticos con esa perspectiva. Pese a la autoproclamada sensación de incompetencia y desconocimiento por parte de los mayores al emplear la Red (y, en consecuencia, del uso político de esta) abordaban la campaña electoral en Internet desde una óptica más crítica. Por ejemplo, rechazaban los contenidos más sensacionalistas (como los videos más famosos de *YouTube* relacionados con la campaña) así como la saturación que el debate televisivo de los dos principales candidatos provocó en la Red. Estos argumentos describen un conocimiento alto de la campaña en Internet, pese a tener un conocimiento tecnológico relativamente pobre.

No sólo esto. Los acuerdos narrativos entre las dos generaciones se centraron principalmente en la evaluación general del entorno tecnopolítico. Ambos grupos criticaron que la estructura jerárquica de la campaña digital y los intereses de los medios de comunicación impusiesen barreras para una utilización más plural de Internet con fines políticos. Pese a reconocer esta dinámica tan vertical, los dos grupos destacaban la importancia y el impacto que las acciones e iniciativas en Internet, tenían fuera del entorno digital y en especial en la democracia:

G1. Jóvenes (líneas 1272-1293)

P7: Yo creo que sí, yo creo que así como ha cambiado todo el uso de propagandas y carteles y tal, yo creo que estamos yendo cada vez más a una democracia participativa donde cada vez se pretende que el ciudadano participe más, y yo creo que lo hemos visto con las encuestas en Internet, con las encuestas, pues eso... Creo que cada vez más y yo creo que es bueno que los ciudadanos participen más y cuando hay un proceso electoral, que al fin y al cabo, aunque parece, tengo la impresión, de que cada vez es más pesado lo de ir a votar y se hace muy largo un mes de campaña, un mes de bombardeo a todo el mundo, al final yo creo que la democracia participativa es importante y que la gente sea libre para decir lo que piensa, y lo exprese yendo a votar en unas elecciones pero también participando en la Red, en encuestas, en foros, en blogs, en todo lo que la Red permite.

P2: Sí, yo estoy de acuerdo, además Internet lo que te permite o permite a los partidos recibir un *feedback* del resto de la gente muchísimo más rápido, vamos, lo que comentabas tú antes. En cada minuto estás teniendo opinión de todo el mundo. Claro, evidentemente, no van a poder leer todos los foros y todas las opiniones que se generen en Internet, pero sí que pueden recibir muchos y saber más o menos cómo es la forma de pensar de la gente. Y así preorientar un poco su futuro.

De igual modo, tanto jóvenes como mayores coincidían en identificar rasgos positivos y negativos en los usos políticos de la Red. Según ambos grupos, las deficiencias se debían no a las características intrínsecas de la tecnología, sino al modo como ciudadanos e instituciones la empleaban. Esta pauta indica que las personas de mayor edad no tienen una aversión tecnológica por un menor conocimiento de las herramientas. Su desconfianza radica en una evaluación

más general de la campaña y del contexto socio-político en el que se desarrollaron las elecciones. Así, tanto jóvenes como mayores se mostraban muy escépticos a la hora de vincular la sola presencia de la tecnología con cambios en las esferas política y social, evitando adoptar una perspectiva próxima al determinismo tecnológico. Para los participantes en el grupo de menor edad (G1) y en base a su propia experiencia, las redes afectivas resultaban eficaces para hacer visible la acción política en la Red.

Por último, si bien ambos grupos destacaban la importancia de la interacción cara a cara y de los contactos en grupos de pares para realizar actividades políticas, mostraban puntos de vista divergentes a la hora de evaluar las implicaciones futuras de la tecnología en la democracia. Los jóvenes (G1) mostraban un punto de vista más optimista que los más mayores (G2). La posibilidad de una mayor igualdad política a través de la Red podría derivar en una democracia más deliberativa e inclusiva. Todo ello sin obviar las dificultades de revitalizar una cultura política más participativa en España.

4.2 Dimensión ideología (B): Derecha (G3) e izquierda (G4)

Las personas que participaron en estos grupos mostraron un mayor conocimiento de la tecnología que los integrantes en los grupos de la dimensión edad. Así, mostraron un alto grado de crítica, una mayor implicación en los asuntos públicos y un conocimiento más amplio de los temas políticos. Las narrativas destacaban los usos limitados de las enormes oportunidades de la tecnología. Sin embargo, resulta interesante resaltar como el eje ideológico se torna borroso a la hora de analizar el uso de Internet por parte de los partidos, más entre las personas que realizaban una acción política intensiva en la Red. Con independencia de su vinculación política, los simpatizantes de ambas ideologías compartieron evaluaciones similares sobre las razones que llevaron a los partidos a desarrollar sus estrategias digitales de campaña, así como sobre sus acciones exitosas e inapropiadas.

Aunque el tono optimista pro-ciberdemocracia estaba presente en ambos grupos de manera continua, combinaban un doble discurso (positivo y negativo) sobre los efectos de la tecnología en la campaña, así como de su influencia en el futuro y en la calidad de

la democracia. Sin embargo, y como una cuestión negativa, se destacaron los filtros a los que estaban sometidas las herramientas que los partidos políticos ofrecían para la participación digital. Y ello a pesar de presentarse estas plataformas como espacios abiertos y transparentes para publicar y recoger la opinión de la ciudadanía.

G3. Derecha. Líneas: 1473-88.

P2: Crea, pero es súper ficticio, vamos, yo he participado en muchos encuentros digitales y no me han publicado ninguna pregunta, o sea que eso yo no sé a quién se la publicarán, si es que he tenido muy mala suerte, o soy muy mal entrevistador, o..., o yo que sé, es que ahí está, si criban las preguntas, por ejemplo, también te quita ahí un poco la..., que por un lado es normal, no van a publicar todas, pero..., le quita un poco la espontaneidad. O sea, yo creo que es ficticio, como idea está bien, pero...

P6: Creo que el funcionamiento de los encuentros digitales suele ser, que tú mandas las preguntas y él escoge cuál responder.

Por otra parte, tanto los votantes de izquierda como los de derecha señalaron que en 2008 se había producido una doble evolución de las herramientas y dinámicas organizativas en comparación con el uso de las TIC en los comicios de 2004. Por un lado, la campaña había mutado desde un modelo clásico caracterizado por el férreo control de los medios convencionales por parte de los partidos, a un escenario menos controlable y más centrado en la Red. Sin embargo, y por otra parte, una mayoría de participantes percibía un cambio en las dinámicas de movilización a partir de las herramientas digitales. De esta manera, estas últimas habían perdido radicalidad para hacer más predecible y controlable las acciones de la ciudadanía. Como ejemplo indicaban el paso desde los mensajes de texto individuales y descentralizados a los mensajes dirigidos e impulsados por los partidos a través de sus páginas en redes sociales como *Tuenti* o *Facebook*.

Dado que la combinación de evaluaciones positivas y negativas estaba bastante equilibrada, en ambos grupos no se podía distinguir una tendencia ideológica más crítica o utópica. En la discusión sobre las oportunidades que comportaba la acción política en la Red, los discursos fueron semejantes. Por ejemplo, los votantes (G4) centraron su atención en las posibilidades que ofrece la Red para la ex-

presión libre de opiniones sobre asuntos públicos. En especial consideraban este hecho relevante para aquellas generaciones mayores sin tradición en el discurso público debido a la amenaza de represión de la dictadura de Franco y a las escasas experiencias democráticas de sus biografías.

G4. Izquierda. Líneas: 1136-1170.

P5: La experiencia democrática de Francia o de Estados Unidos no tiene nada que ver con la nuestra. Que la cultura democrática nuestra es mucho más reciente en ese aspecto. Tenemos, digamos la imagen de la II República y luego ahora [...]

P1: Nosotros tuvimos una dictadura durante 40 años

P8: Pues por eso [...] lo que sí que pienso es que las nuevas tecnologías; sirven un poco, como no te ven la cara, para lanzarte más. A lo mejor, eso puede ayudar a participar

Sin embargo, los simpatizantes y votantes de centro-derecha (G3) se mostraban más expertos en la elaboración de temas específicos. El conocimiento, más avanzado de los votantes de izquierda sobre los usos políticos de la Red, les situaba en posiciones más críticas. A la vez realizaban discursos más utópicos sobre las oportunidades digitales para la participación y expresaban críticas más duras hacia los usos ilegítimos y los efectos negativos de la tecnología.

4.3 Dimensión institucionalización (C): cibervoluntarios partidistas (G5) y ciberactivistas sociales (G6)

En el eje que abordaba la institucionalización queríamos investigar las diferencias, en cuanto al uso y a las atribuciones de sentido, de aquellos usuarios más activos en la Red y con un alto interés por la política. Para ello diferenciamos dos grupos. Uno de cibervoluntarios partidistas (G5) vinculado a partidos políticos y otro de ciberactivistas sociales (G6) conectado a nuevos movimientos sociales. Su visión, auto-reflexiva y recíproca, fue particularmente interesante en comparación con las narraciones de los otros grupos. Destacaba su profundo conocimiento de la tecnología y su intensa participación política.

En primer lugar, ambos grupos parecían reconocer el papel y las funciones tanto del activismo más institucional (ligado a partidos)

como del menos institucional (vinculado a movimientos sociales) dentro del entorno socio-político. Sin embargo, se mostraban muy críticos entre sí. Algunos cibervoluntarios partidistas (G5) dudaban de la independencia de los ciberactivistas sociales en relación a los partidos políticos, así como de la organización de campañas temáticas (*offline* y *online*) marcadas por altos presupuestos. Mientras tanto, los ciberactivistas sociales (G6) criticaban (con más énfasis para los partidos de izquierda) el escaso margen de maniobra que las organizaciones políticas permitían a sus cibervoluntarios cierto grado subordinación.

En segundo lugar, habría que destacar que ciertas diferencias tradicionales entre estos dos grupos se mostraban difusas. Ambos grupos fueron muy críticos con las burocracias electorales y la función de los medios de comunicación convencionales, en especial durante la campaña. Contra lo esperado, los cibervoluntarios (G5) vinculados a partidos políticos, con independencia de su afiliación, no se mostraban menos críticos hacia los actores políticos convencionales que los ciberactivistas (G6). Sus discursos estaban plagados de evaluaciones negativas y términos como “viejo”, “elitista”, “orientado al mercado electoral” y similares. Junto a estas calificaciones, los ciberactivistas (G6) mostraron un tono algo más crítico que los cibervoluntarios (G5) a la hora de definir las campañas electorales de los partidos como “aburridas”, “obsoletas” y “triviales”.

De igual modo, y a medida que hacían referencia al uso de las TIC por parte de los principales partidos (PP y PSOE), la crítica se acentuaba; en especial, cuando los discursos se centraban en el partido de centro-derecha (PP). En ambos grupos, existía la creencia de que los partidos habían explotado la tecnopolítica de una manera partidista (y no con fines democráticos) con el fin de obtener votos (valiéndose de los cibervoluntarios) y con acciones que rayaban el espectáculo.

G6. Ciberactivistas sociales. Líneas: 873-885.

P8: Yo creo que el uso que los partidos hacen y no sé si es el único que pueden hacer de Internet es usarlo como escaparate. Es decir, realmente generar debate político dentro de la ideología de un partido, dentro de... de afrontar cualquier tipo de postura, de cualquier opinión, es que me parece totalmente imposible a través de Internet. Imposible sencillamente porque el propio partido no

va a permitirlo. No puede permitir que surjan voces internas que puedan ir en contra del discurso que viene impuesto de arriba abajo. Hablo, sobre todo, de grandes partidos, evidentemente.

Así, muchos de los recursos empleados por los partidos fueron considerados como limitados al entorno digital y meramente simbólicos. Los dos grupos coincidieron en criticar el uso oportunista de la tecnología que realizaron los partidos políticos. Sus críticas se centraban en tres características: a) limitado al periodo electoral, b) estrategias elitistas con el objetivo de desmovilizar a la ciudadanía, a pesar de lo que las instituciones afirmaban (y como contraposición a las acciones digitales pluralistas que partieron los ciudadanos en las elecciones de 2004) y c) contenidos durante la campaña orientados a medios tradicionales y a eventos de la política convencional (como los debates televisivos) con el único fin de dramatizar la escena política y que mostraban la alta dependencia de los modos de hacer política convencionales.

En tercer lugar, y como era de esperar, los ciberactivistas sociales (G6) realizaron una fuerte crítica a la campaña electoral de los partidos políticos convencionales. De igual modo, los cibervoluntarios (G5) de dichos partidos eran muy críticos al evaluar las actividades de sus organizaciones en periodo electoral. Así, mostraban su insatisfacción, derivada de las altas expectativas que depositaron en su papel de cibervoluntarios en la campaña y que colisionó con directrices y órdenes jerárquicas por parte de los partidos.

G5. Cibervoluntarios partidistas. Líneas: 2178-97

P8: Al menos desde los dos principales [partidos] sí que, obviamente, los que se hayan apuntado a voluntarios populares y los que se hayan apuntado a cibervoluntarios progresistas no se han apuntado para ponerte ahí el programa electoral. O sea, se han apuntado porque esperaban que les dijese más cosas, o sea, que le llegasen los mensajes y ellos sentirse parte de la campaña, activando la campaña desde fuera.

De igual modo, sus aspiraciones pasaban por aumentar su implicación política de manera significativa y relevante, algo que colisionaba con las peticiones de ayuda de los partidos (en algunos casos destinados a alterar el resultado de encuestas *on-line*). En definitiva,

su intención de participar en la campaña y generar información sobre su partido, se difuminó en un proceso de profesionalización de la misma, dejando muy poco espacio y autonomía a los cibermilitantes.

G6. Cibermilitantes partidarios. Líneas: 2207-885

P3: Quiere decir que quizás el problema es que los partidos políticos utilizan [Internet], pues como han comentado: excesivamente, como un tema demasiado instrumental. En vez de utilizarlo a nivel político. Generar políticas a nivel virtual, no. Es decir, [los partidos no quieren] generar una Red política que no tenga simplemente que estar clikeando un botón en *El País* o en *El Mundo*.

Los ciberactivistas sociales (G6) fueron muy críticos señalando que las acciones políticas en la Red son “menos reales” que las que se desarrollan “fuera de Internet”. En parte porque estas últimas tienen mayor visibilidad y carecen de inconvenientes como el anonimato. En ese sentido, indicaban que esta tendencia se había agravado ante la duda de si las herramientas digitales estaban al servicio de la ciudadanía o eran herramientas de marketing político con meros intereses electoralistas. De este modo, se revela que una parte importante de la sociedad percibe la tecnopolítica “muy distante”. Los ciberactivistas explicaron cómo el proceso de desarrollo de las herramientas digitales en los nuevos movimientos sociales, se vinculaba en su origen a necesidades específicas y eran desarrolladas por *hackers* y activistas universitarios. Sólo en una fase posterior, se distribuyeron en la sociedad y fueron adoptadas por ciudadanos comunes. En cambio, en el caso de las herramientas propuestas de una manera jerárquica por los partidos políticos el proceso había sido el contrario: denotaba, ante todo, control y dirigismo jerárquicos.

Pese a todas estas críticas, el grupo de ciberactivistas sociales (G6) se mostraba más optimista y confiado ante las nuevas posibilidades de la tecnología que los cibervoluntarios partidistas. La consolidación de estas herramientas, señalaban, ha introducido cambios en las formas de comunicación de la ciudadanía entre sí y con las elites políticas. Sin embargo, también identificaban deficiencias derivadas de las brechas existentes en el mundo digital y de acceso a la información, así como del uso partidista y electoralista de la Red. Precisamente estos rasgos alejaban, en muchas ocasiones a la ciuda-

danía, de las prácticas políticas en Internet; y le impedían, en suma, una mayor participación e implicación.

5. Discusión y conclusiones

El uso de herramientas digitales por los partidos en las campañas electorales se ha transformado en un fenómeno relevante (y de importancia creciente) en el sur de Europa. En España la tecnopolítica electoral se consolidó en las Elecciones Generales de 2008. Sin embargo, la comunicación digital de los partidos siguió unos patrones más elitistas que inclusivos y más jerárquicos que horizontales, debido en parte a particularismos socio-históricos. Los comicios de 2008 supusieron un punto de inflexión por la adopción masiva de Internet en las estrategias electorales de los partidos.

Hasta entonces la Red había sido un ámbito de movilización preferentemente ciudadana. Desde la esfera pública digital incipiente, las cibermultitudes habían cuestionado las mentiras oficiales en las anteriores elecciones generales (2004). Más tarde, las organizaciones sociales abrieron la agenda de las elecciones municipales de 2006 coordinando desde Internet protestas contra la corrupción y la burbuja inmobiliaria. En las elecciones regionales y locales de 2011, la indignación del 15M rebasaría digitalmente los canales institucionales y daría lugar al 15M, que en el contexto internacional encarna a uno de los movimientos de indignados con mayor apoyo popular.

El objetivo de este estudio se centraba en llenar el vacío en la literatura académica sobre las percepciones y usos que la ciudadanía realiza de las herramientas digitales para la acción política. Lo hacemos en un caso de estudio excepcional: en el marco de unas elecciones generales que suponían el primer intento serio de los partidos por emplear electoralmente estrategias digitales. Hasta entonces esas estrategias estaban en manos de la ciudadanía, que habían cuestionado las estrategias de marketing partidario y, en un futuro no lejano, las cuestionaría de forma aún más radical (Sampedro – Sánchez Duarte, 2011). El análisis de las actitudes y valoraciones tecnopolíticas resulta crucial para avanzar hacia una democracia de mayor calidad. Las herramientas digitales ofrecidas por los políticos (al menos en su formulación ideal) deben ser percibidas como

útiles para la participación y promotoras de la igualdad. Por otro lado la participación *off-line* del tejido social (tal vez tradicional y, sin duda, mucho más seguida por la población) debiera fomentar y complementar la participación *on-line* en los movimientos y las organizaciones sociales.

El análisis de los seis grupos de discusión, incluyendo diferentes grupos socio-demográficos y políticos, planteaba tres preguntas exploratorias abiertas en relación con la campaña. En primer lugar hemos explorado la percepción de la brecha generacional digital entre generaciones jóvenes y mayores. De igual modo, nos interesaba comparar los debates surgidos entre votantes de las dos principales posiciones ideológicas contrapuestas: centro-derecha (PP) y centro-izquierda e izquierda (PSOE e Izquierda Unida). El último grupo de discusión pretendía recoger las similitudes y diferencias entre la ciudadanía más activa en desarrollar actividades políticas digitales. Diferenciábamos, además, entre quienes pertenecían a organizaciones políticas tradicionales (partidos) y quienes se vinculaban a formas menos institucionalizadas de la sociedad civil (movimientos sociales)

En relación a las diferencias entre jóvenes (G1) y mayores (G2) identificamos una brecha generacional digital importante. Sin embargo, y a pesar de las narrativas expuestas por los más mayores, estos tenían un alto conocimiento de las dinámicas de Internet y de la campaña digital. Conocimiento que resultaba más elevado de lo que reconocían en sus propios discursos. Por tanto, las diferencias con los más jóvenes no tenían su origen en la brecha tecnológica, sino que eran fruto de la baja auto-confianza en el uso de la tecnología por parte de los individuos con mayor edad. Esto pudo condicionar el alto escepticismo verbalizado por estos últimos en relación a las oportunidades de la ciberdemocracia, que colisionaba con la visión más optimista que mantenían los más jóvenes.

Los grupos con diferente ideología (G3 y G4) tenían un punto de vista similar sobre el entorno socio-político digital durante las elecciones. En especial, las evaluaciones menos partidistas de las herramientas en Internet provenían de aquellas personas con un uso más intensivo de la Red. Sin embargo, los votantes de centro-derecha se mostraban más informados y con puntos de vista más críticos sobre el proceso de burocratización de Internet, que los votantes de izquierda. Dada la naturaleza de los datos utilizados, este

resultado podría estar influido por el hecho de que el partido que apoyaban los votantes de centro-derecha (PP) se encontraba en la oposición. Pese a todo, sería un rasgo relevante a profundizar en futuros estudios ¿hasta qué punto los simpatizantes de los partidos en el gobierno despliegan narrativas menos críticas que los que están en la oposición?

Por último, aunque los activistas sociales se mostraron más entusiastas sobre la participación política digital, los dos grupos de usuarios intensivos (más o menos institucionalizados: G5 y G6) fueron muy críticos con el uso que los partidos políticos realizaban de las herramientas digitales. Si bien este hecho es menos relevante en el caso de los ciberactivistas sociales, resulta sorprendente en el de los cibervoluntarios partidistas. Estos se mostraban desilusionados sintiéndose manipulados por los partidos políticos con los que colaboraban al participar de actividades meramente simbólicas destinadas al marketing electoral. El acuerdo entre ambos grupos provino de compartir experiencias negativas similares y no por su afinidad ideológica. Esta pauta sugiere la existencia, con independencia de su afiliación partidaria e ideológica, de juicios compartidos de carácter autónomo y crítico hacia las burocracias electorales. Esto ocurría incluso entre la ciudadanía que se esperaba mostrase una mayor confianza hacia los partidos políticos con independencia, insistimos, de su filiación.

Como hemos mencionado, los resultados obtenidos no pretenden ser representativos de la población española. Sin embargo, este análisis nos permite comprender con más detalle los discursos y las actitudes en relación al uso de la tecnología con fines electorales en el seno de diferentes grupos sociales. Este tipo de exploraciones resulta no sólo pertinente sino imprescindible en una fase histórica como la actual en la que la ciudadanía se muestra cada vez más distante y desconfiada con las organizaciones representativas y políticas convencionales (Dalton – Wattenberg, 2000).

La tecnología está favoreciendo la extensión de movimientos horizontales al ofrecer plataformas a bajo coste para que la ciudadanía pueda comunicarse y movilizarse con autonomía. Sin embargo, las estrategias burocrático-partidistas para renovar el compromiso de los ciudadanos con la política representativa a través de las herramientas digitales no generan actitudes positivas, ni siquiera entre los ciberactivistas partidarios más integrados en las estrategias electorales. Como ya destacamos con anterioridad, no encontramos una

división clara entre los ciudadanos a favor de la tecnología (tecnófilos) y aquellos más recelosos del uso de las TIC (tecnófobos). Encontramos interesantes combinaciones entre ambas actitudes. Por un lado, los ciudadanos que participaron en los diferentes grupos parecían constatar un efecto revitalizante de la democracia y, de manera directa, la atribuían a las posibilidades abiertas por la tecnología digital. Sin embargo, su determinismo tecnológico no suponía nada más que un reconocimiento abstracto de las indiscutibles potencialidades de Internet. La transparencia y una participación electoral más elevadas provocarían mayor intensidad de la participación y un aumento del compromiso político.

Mientras que entre los jóvenes (G1), los votantes de izquierda (G4) y ciberactivistas sociales (G6) se daban enfoques más optimistas, deliberativos y participativos sobre cómo la tecnología podría ser utilizada por la mayoría de la sociedad, la generación más mayor (G2), los votantes conservadores (G3) y los cibervoluntarios partidistas (G5) se mostraban más cautelosos.

Por otro lado, este optimismo se vio limitado por varios factores presentes en las elecciones generales de 2008. Los grupos reconocieron el desigual y escaso acceso a Internet entre la población, así como la escasa participación digital que ofrecieron los partidos políticos y los medios convencionales. La brecha tecnológica era una realidad concreta que explicaba el exiguuo interés por las TIC que mostraban algunos actores, a pesar del uso intensivo que realizaban de ellas. Por otra parte, mientras que las características positivas se atribuían a los rasgos tecnológicos de las herramientas (facilidad de acceso, interactividad, instantaneidad...) los rasgos negativos se relacionaban con usos incorrectos de las TIC.

La mayoría de los participantes sostenían que las herramientas digitales viabilizadas por los actores políticos y los movimientos sociales no deberían formar un mundo aparte con reglas y dinámicas propias, con intencionalidad y efectos prefijados. Pero también una gran mayoría coincidió en señalar que estas herramientas eran empleadas de una manera vertical por los estrategas de los partidos. Las usaban limitando y estructurando la participación ciudadana para fines instrumentales, solo relacionados con el voto. Cundía, en suma, una sensación de incapacidad para desplegar mayor participación al percibir el verdadero margen de maniobra y el carácter subordinado de las funciones que se les asignaban. Las conclusiones más bien cínicas de todos los grupos diferían sólo en la intensidad

de las críticas. Un rasgo se presentaba como incontestable: dichas críticas resultaban más negativas a medida que el conocimiento y el uso de Internet con fines políticos eran mayores. Esto pone de relieve que las posibilidades en España de una democracia de alta calidad, gracias al despliegue de las cibercampañas oficiales, no se han explotado plenamente. Y lo que es más importante, que a los ojos de la ciudadanía esta posibilidad fue distorsionada en la cibercampaña de 2008.

No debiéramos considerar Internet aislado del contexto sociopolítico. Las actitudes aquí manifestadas deben entenderse en relación al paisaje político español. Este se caracteriza por estructuras partidarias monolíticas y jerarquizadas. El sistema informativo se manifiesta muy polarizado ideológicamente y dependiente de las formaciones políticas mayoritarias; sin olvidar una cultura participativa endémicamente pobre (Cunha et al, 2003; Hallin – Mancini, 2004; Sampedro – Seoane, 2008). Una conclusión tentativa señalaría que el empleo que realizan los políticos de Internet tiene un papel marginal a la hora de condicionar las actitudes ciudadanas respecto a la política convencional. La desafección y desconfianza de los votantes están arraigadas en el funcionamiento del sistema político y debieran enmarcarse en un contexto general de crisis de representación. Desde esta perspectiva, el escenario digital reproduciría y replicaría las dinámicas *off-line* de un sistema cerrado a las demandas de la ciudadanía.

Por otra parte, como también ocurre en muchos estudios sobre participación *off-line*, la involucración política de la ciudadanía por vía digital podría resultar demasiado idealista y utópica. Los obstáculos burocráticos y la complejidad que en sí misma comporta la participación cívica podrían conducir, de manera inevitable, a la decepción. Los cambios longitudinales, a lo largo del tiempo, de las percepciones sociales sobre la política digital debieran ser objetos de análisis en futuras investigaciones. Asimismo, parece oportuno revisar la pertinencia del ideal normativo de participación que manejamos en este artículo y, quizás, adaptarlo a los niveles modestos en términos cuantitativos del número de ciudadanos que despliegan prácticas tecnopolíticas. Por último, de manera sincrónica y transnacional, sería interesante comparar estas percepciones en países que comparten un contexto político-mediático similar ■

Referencias

- Almond, Gabriel – Verba, Sidney (1963). *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.
- Anduiza, Eva (2009). "The Internet, Election Campaigns and Citizens: State of Affairs". En: *Quaderns del Cac*, 33, pp. 5-12.
- Bennett, Lance (1998). "The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics". En: *Political Science & Politics*, Vol. 31, No. 4, pp. 740-761.
- Bennett, Lance (2003). "New Media Power: The Internet and Global Activism". En: Couldry, Nick – Curran, James (eds.) *Contesting Media Power*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Bennett, Lance – Iyengar, Shanto (2010). "A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication". En *Journal of Communication*, Vol. 58, No. 4, pp. 707-731.
- Bennett, Lance – Segerberg, Alexandra (2011). "Digital media and the personalization of collective action". En: *Information, Communication & Society*, Vol. 14, No. 6, pp. 770-799.
- Best, Samuel–Krueger, Brian (2005). "Analyzing the Representativeness of Internet Political Participation". En: *Political Behavior*, Vol. 27, No. 2, pp. 183-216.
- Bimber, Bruce (2001). "Information and Political Engagement in America: The Search for Effects of Information Technology at the Individual Level". En: *Political Research Quarterly*, Vol. 54, No. 1, 53-67.
- Borge, Rosa – Cardenal, Ana (2011). "Surfing the Net: A Pathway to Participation for the Politically Uninterested?". En: *Policy & Internet*, Vol. 3, No. 1.
- Boulianne, Shelley (2009). "Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research". En: *Political Communication* No. 26, pp. 193-211.
- Cappella, Joseph – Jamieson, Kathleen (1997). *Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Carty, Victoria (2002). "Technology and Counter-hegemonic Movements: The case of Nike Corporation". En: *Social Movement Studies*, Vol. 1, No. 2, pp. 129-146.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Chadwick, Andrew (2006). *Internet Politics*. New York: Oxford University Press.
- Christensen, Henrik – Bengtsson, Åsa (2011). "The political competence of internet participants". En: *Information, Communication & Society*, Vol. 14, No. 6, pp. 896-916.

- Cunha, Carlos – Martin, Irene – Newell James – Ramiro, Luis (2003). “Southern European Parties and Party Systems, and the New ICTs”. En: Gibson, Rachel – Nixon, P. – Ward, Stephen (eds.) *Political Parties and the Internet: Net Gain?* London and New York: Routledge.
- Dahlgreen, Peter (2003). “Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu”. En: Corner, John – Pels, Dick (eds.) *Media and the Restyling of Politics: Consumers, Celebrity and Cynicism*. London: Sage.
- Dahlgren, Peter (2005). “The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation”. En: *Political Communication* No. 22, pp. 147-162.
- Dalton, Russell – Wattenberg, Martin (2000). (eds.) *Parties without partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. New York: Oxford University Press.
- Della Porta, Donatella (2011). “Communication in movement”. En: *Information, Communication & Society*, Vol. 14, No. 6, pp. 800-819.
- Diani, Mario (2000). “Social movement networks virtual and real”. En: *Information, Communication & Society*, Vol. 3, No. 3, pp. 386-401.
- Earl, Jennifer – Schussman, Alan (2003). “The new site of activism: online organizations, movement entrepreneurs, and the changing location of social movement decision-making”. En Coy, Patrick (ed.) *Consensus Decision Making, Northern Ireland and Indigenous Movements*. London: JAI Press.
- Flanagin, Andrew – Stohl, Cynthia – Bimber, Bruce (2006). “Modeling the Structure of Collective Action”. En: *Communication Monographs*, Vol. 73, No. 1, pp. 29-54.
- Gibson, Rachel – Ward, Stephen – Lusoli, Wainer (2003). “The Internet and Political Campaigning: The New Medium Comes of Age?”. En: *Representation*, Vol. 39, No. 3, pp. 166-180.
- Gibson, Rachel – Cantijoch, Marta (2011). “Comparing online elections in Australia and the UK: Did 2010 finally produce ‘the’ Internet election?”. En: *Communication, Politics & Culture*, Vol. 44, No. 2, pp. 4-17.
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Grönlund, Kimmo – Strandberg, Kim – Himmelroos, Staffan (2009). “The challenge of deliberative democracy online. A comparison of face-to-face and virtual experiments in citizen deliberation”. En: *Information Polity* 14, pp. 187-201.
- Haro, Carmen – Sampedro, Víctor (2011). “Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M”. En: *Revista Tecknokultura*, Vol. 8, No. 2. pp. 167-185.

- Hallin, Daniel – Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Iosifidis, Petros (2011). “The public sphere, social Networks and public service media”. En: *Information, Communication & Society*, Vol. 14, No. 5, pp. 619-637.
- Jackson, Nigel – Lilleker, Darren (2009). “Building an architecture of participation? Political parties and Web 2.0 in Britain”. En: *Journal of Information Technologies and Politics*, Vol. 63, No. 4. pp. 232-250.
- Johnson, Thomas – Bichard, Shannon – Zhang, Weiwu (2009). “Communication Communities or “CyberGhettos?”: A Path Analysis Model Examining Factors that Explain Selective Exposure to Blogs”. En: *Journal of Computer-Mediated Communication* No. 15, pp. 60–82
- Krueger, Richard (1994). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Krueger, Rirchard – Casey, Mary Anne (2000). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research* (3rd ed). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Linz, Juan – Stepan, Alfred (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation: Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Lusoli, Wainer (2005). “A second-order medium? The Internet as a source of electoral information in 25 European countries”. En: *Information Polity*, No. 10, pp. 247-265.
- Margolis, Michael – Resnick, David (2000). *Politics as usual: the cyberspace “revolution”*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morgan, David – Krueger, Richard (1993). *When to use Focus Groups and Why. Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Morlino, Leonardo (1995). “Political Parties and Democratic Consolidation in Southern Europe”. En: Diamandouros, Nikiforos – Gunther, Richard (eds.) *Parties, Politics and Democracy in the New Southern Europe*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Neuman, Russell – Bimber, Bruce – Hindman, Matthew (2010). “Internet and Four Dimensions of Citizenship”. En: *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. Oxford: Oxford Handbooks.
- Nielsen, Rasmus Kleis (2012). *Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Medvic, Stephen (2011). *New directions in campaigns and elections*. Boston: Taylor & Francis.

Mozorov, Evgeny (2011). *The netdesilusion. The dark side of Internet freedom*. Publica Affairs.

Norris, Pippa (2000). "A Virtuous Circle? The impact of Party Organization and the News media on Civic Engagement in Post-Modern Campaigns". Procedente del ECPR Joint Workshops on 'Do Campaigns Matter?' celebrado el 14-18 de abril de 2000 en Copenhagen

Norris, Pippa (2003). "Preaching to the Converted? Pluralism, Participation and Party Websites". En: *Party Politics* Vol. 9, No. 1, pp. 21-45.

Norris, Pippa (2005). "The Impact of the Internet on Political Activism: Evidence from Europe". En: *International Journal of Electronic Government Research*, Vol. 1, No. 1, pp. 20-39.

Norris, Pippa – Walgrave, Stefaan – Van Aelst, Peter (2005). "Who demonstrates? Anti-State Rebels, Conventional Participants, or Everyone?". En: *Comparative Politics*, Vol. 37, No. 2, pp. 189-205.

Patterson, Thomas (2002). *The vanishing voter. Public involvement in an age of uncertainty*. New York: Vintage Books.

Poletti, Monica (2012). *Has Italy become a Tocquevillian Democracy? A Longitudinal Study of the Determinants of Political Participation*. PhD Thesis Università degli Studi di Milano. Disponible en: <http://air.unimi.it/handle/2434/172624>

Prensky, Marc (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants". In: *On the Horizon*, octubre 2001, Vol. 9, No. 5. Lincoln: NCB University Press.

Putnam, Robert (2000). *Bowling alone': The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.

Rabiee, Fatemeh (2004). Focus group interview and data analysis. *Proceedings of the Nutrition Society*, No. 63, pp. 655-660.

Ritchie, Jane – Spencer, Liz (1994). "Qualitative data analysis for applied policy research". En: Bryman, Alan – Burgess, Robert (eds.) *Analysing Qualitative Data*. London: Routledge.

Rotman, Dana – Preece, Jenny – Vieweg, Sarah (et. al) (2011). "From Slacktivism to Activism: Participatory Culture in the Age of Social Media". Paper presentado en la conferencia anual: "Human factors in computing systems", celebrado en Vancouver, 7-12 de mayo.

Sánchez Duarte, José Manuel (2011). "Partidos políticos o cómo no entender (ni querer) la red". En: *Más Poder Local*, No. 6, pp. 28-29.

Sampedro, Víctor (2005). (ed.) *13-M. Multitudes online*. Madrid: La Catarata. Disponible en: <http://www.victorsampedro.net>

Sampedro, Víctor – López Rey, José (2006). "Nunca Más y la cara oculta de la esfera pública: la visibilidad mediática de un movimiento social en un

contexto de control de la información”. En: Nos Aldas, Eloísa (ed.) *Medios de Comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la des/articulación social*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I. Disponible en: <http://www.victorsampedro.net>

Sampedro, Víctor – Resina, Jorge (2010). “Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red”. En: *Revista Ayer* 80(4). Disponible en: <http://www.victorsampedro.net>

Sampedro, Víctor (2011). “Públicos y Recursos Tecnopolíticos. Minorías insatisfechas y diques a la participación”. En: Sampedro, Víctor (ed.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica* (pp. 11-39). Madrid: Editorial Complutense. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.net>

Sampedro, Víctor (2011). (ed.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid: Editorial Complutense. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.net>

Sampedro, Víctor – Sánchez Duarte, José Manuel (2011). “La Red era la Plaza”. En: Sampedro, Víctor (ed.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica* (pp. 237-240). Madrid: Editorial Complutense. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.es>

Sampedro, Víctor – Muñoz, Celia – Dader, José Luis – Campos Domínguez, Eva (2011). “Spain’s Cyber-campaign: Only for a dissatisfied, yet very active, minority, following the trend of other Southern European Countries”. En: *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, Vol. 3, No. 1, pp. 3-20. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.net>

Sampedro, Víctor – Seoane, Francisco (2008). “The 2008 Spanish General Elections: The campaign in the Media”. En: *International Journal of Press/Politics*. Disponible en: <http://www.victorsampedro.net>

Stromer-Galley, Jennifer (2000). “On-line interaction and why candidates avoid it”. En: *Journal of Communication*, Vol. 50, No. 4, pp. 111-132.

Sunstein, Cass (2000). “Deliberative Trouble? Why Groups Go to Extremes”. En: *The Yale Law Journal*, Vol. 110, No. 1, pp. 71-119.

Tilly, Charles (2004). *Social movements, 1768-2004*. Londres: Paradigm Publishers.

Vaccari, Cristian (2008). “Research Note: Italian Parties’ Websites in the 2006 Elections”. En: *European Journal of Communication*, Vol. 23, No. 1, pp. 69-77.

Vaccari, Cristian (2009). “Internet e partecipazione politica nelle elezioni italiane e francesi”. En: *Partecipazione e Conflitto*, Vol. 1, No. 1, pp. 43-69.

Van Deth, J. W. (2001). "Studying political participation: towards a theory of everything?". Artículo presentado en: *The European Consortium for Political Research Joint Session*. Workshop 'Electronic Democracy: Mobilization, Organization and Participation via new ICT's' celebrado en Grenoble (6-11 de abril de 2011).

Van Aelst, Peter – Walgrave, Stefaan (2002). "New media, new movements? The role of the internet in shaping the "antiglobalization movement". En: *Information, Communication and Society*, Vol. 5, No. 4, pp. 465-493.

Van Laer, Jeroen – Van Aelst, Peter (2010). "Internet and social movement action repertorios". En: *Information, Communication & Society*, 13:8, pp: 1146-1171

Verba, Sidney – Nie, Norman – Kim, Jae-On (1978). *Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison*. New York: Harper & Row.

Verba, Sidney – Schlozman, Kay – Brady, Henry (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Ward, Stephen – Gibson, Rachel – Nixon, Paul (2003). "Parties and the Internet: An Overview". En: Gibson, Rachel – Nixon, Paul – Ward, Stephen (eds.). *Political Parties and the Internet: Net Gain?* London, New York: Routledge.

Ward, Stephen – Vedel, Thierry (2006). "Introduction: the potential of the Internet revisited". En: *Parliamentary Affairs*, Vol. 59, No. 2, pp. 210-225.

Weber, Max (1922, trad. it 1980). *Economía e Società*. Milano: Edizioni di Comunità.

Zhang, Weiwu – Johnson, Thomas – Seltzer Trent – Bichard, Shannon (2010). "The Revolution Will be Networked. The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior". En: *Social Science Computer Review*, Vol 28, pp. 75-92.