

TÍTULO:

PARTIDOS Y POLÍTICA EN INTERNET: UN ANÁLISIS DE LAS PÁGINAS WEB DE LOS PARTIDOS MAYORITARIOS DE ESPAÑA, FRANCIA Y REINO UNIDO DE GRAN BRETAÑA.

AUTORES:

Laura Martín Balagueró:

Licenciada en Ciencias, sección Biología, por la Universidad Autónoma de Barcelona. Master de Especialización profesional en Genética Humana por la Universidad Autónoma de Barcelona. Master en e-Business: dirección y administración de empresas en la red, por la Universitat Oberta de Catalunya. Master en Análisis Político por la Universitat Oberta de Catalunya. Ha sido investigador visitante en la Universidad Autónoma de Barcelona y Université Paul Sabatier-Toulouse III.

lmartinb@uoc.edu

José Manuel Robles Morales (profesor titular interino de la Sección departamental de Sociología III de la Facultad de Ciencias económicas y empresariales de la Universidad Complutense de Madrid):

Doctor contratado del Instituto de Estudios Sociales Avanzados del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Trabaja en temas relacionados con la democracia digital, la teoría democrática, la acción colectiva y la sociedad de la información y el conocimiento. Ha sido investigador visitante en la Universidad de California, la Fundación Juan March y la UOC. Ponencias en congresos: Word Forum on Information Society, el Congreso Mundial de Sociología y el Congreso Iberoamericano de Sociología. Publicaciones recientes: “Los jóvenes y las nuevas formas de participación política a través de Internet”, *Revista de la Juventud* (INJUVE, 2007), “Acción colectiva y movimientos sociales en la sociología española” en *La Sociología en España* (CIS, 2007) y “El problema de las preferencias y la participación democrática: un acercamiento desde la óptica de la racionalidad acotada” en *Papers* (2008).

jmrobles@ccee.ucm.es

Resumen

Las tecnologías de la información y la comunicación son, cada vez más, un espacio en el que los ciudadanos participan políticamente. Y por ello existen diferentes variables que afectan al modo de interactuar entre los partidos políticos y la ciudadanía. En este estudio se pretende analizar los usos de las tecnologías de la información y la comunicación por parte de los partidos políticos, más allá de los enfoques centrados en las potencialidades de transformación y renovación política del uso de Internet. Para ello, se observa la oferta democrática que los partidos políticos ofrecen a los ciudadanos mediante sus páginas web. Se pretende analizar su efecto innovador democrático y en qué medida suponen una aportación al avance democrático. Tanto a nivel de información democrática, como estrictamente de oferta informativa. Asimismo, para avanzar más en el conocimiento democrático de las páginas web, se observan otras variables. Dichas variables son: las características ideológicas de los partidos políticos, las características contextuales y políticas de los países escogidos y las características de los ciudadanos en el uso y acceso a Internet. Con todo esto se pretende averiguar la utilización estratégica, para avanzar en la democracia, de las tecnologías de la información y la comunicación. Cómo los partidos políticos, a través de sus páginas web, invitan a nuevas formas de participación, en función de su uso y servicio. En concreto Internet, en partidos políticos mayoritarios de ámbito estatal, en tres países europeos y fuera del contexto electoral.

Palabras clave

Servicios democráticos, internet, democracia digital, interacción política, participación democrática.

Introducción

La mayor parte de la literatura actual analiza el uso de Internet partiendo de la potencia que presentan las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), en la oferta política. Por ello, se analiza hasta que punto se alcanza el máximo uso de estas tecnologías por parte de los partidos y ciudadanos.

Los sistemas democráticos actuales están experimentando graves dificultades para interactuar con los ciudadanos y captar su interés (Lipset, 1992). Además, se están desarrollando nuevas formas de participación en los márgenes o fuera de la política institucional. Internet es un espacio privilegiado para la participación, debate y acercamiento político entre actores.

Este trabajo pretende analizar el carácter innovador democrático de los partidos políticos en sus páginas web. Se procura seguir en la línea del estudio de las variables que afectan al modo de interactuar entre partidos políticos y ciudadanía. Para ello se han seleccionado partidos de diferentes ideologías y en diferentes países del ámbito europeo.

Se ha analizado la oferta democrática controlando las propuestas, de los partidos políticos, en función de dos dimensiones básicas. La primera, la dimensión de Información o servicios. Dicha dimensión es más conservadora, en términos de aportación democrática. La segunda dimensión, Democracia, nos muestra mejor la contribución a la innovación de la democracia por parte de los diferentes partidos políticos.

Para completar este estudio, se tienen en cuenta ciertos aspectos contextuales o variables independientes del objeto de estudio. El primero, las características ideológicas y particulares de los partidos políticos mayoritarios. El segundo, las características políticas de los países escogidos. Y el tercero, las características de los ciudadanos, como el acceso y uso de la red.

El objeto concreto de la investigación, pues, se centra en las páginas web de los diferentes partidos políticos, prestando especial atención a los servicios relacionados con la participación democrática. Es decir, qué ofertan los diferentes partidos políticos para la innovación democrática, mediante Internet. El análisis de páginas web es la estrategia empírica más utilizada para inferir en los usos que los partidos hacen de las nuevas tecnologías (Padró-Solanet y Cardenal 2008).

Hipótesis centrales de trabajo

Este trabajo pretende mostrar la forma de afrontar el uso de las TIC por parte de los partidos políticos. Las TIC pueden ser las mismas, pero no el entorno, ni los partidos ni los ciudadanos que las utilizan. En lugar de ver la potencialidad del uso de las TIC, se

quiere analizar la oferta democrática de las páginas web que muestran los diferentes partidos políticos. La incidencia democrática de las distintas ofertas participativas en Internet, por parte de los partidos políticos.

Existe literatura al respecto de la relación política y TIC, pero siguen existiendo aún preguntas por responder. ¿Los actores políticos han cambiado en la era de la información?. ¿Qué uso hacen los partidos políticos de su presencia en la red?. ¿Hacia dónde orientan sus páginas web?. ¿Hacia una mayor calidad democrática o bien hacia la captación de votos?. ¿Existen diferencias entre los países, en función de la ideología representada por los partidos?. Y entre periodos electorales, ¿fomentan del debate democrático o se limitan a atraer recursos?.

Desde una perspectiva tecnológica, se podrían encontrar pocas diferencias en cuanto al uso de Internet. Cuanto menos, que le afectaran factores aleatorios en el caso de encontrar diferencias. No obstante, hay que considerar que los partidos políticos están sujetos a diferentes incentivos según el entorno social en el que se encuentren. No es igual la arena política española en comparación con la de Francia, por ejemplo. Y ello posiblemente genere un uso diferente de las herramientas de la red a su alcance.

Las hipótesis de trabajo son tres. La primera, que las ofertas políticas en Internet pueden suponer un avance en el desarrollo democrático. La segunda, que la oferta democrática de las diferentes páginas web de los partidos políticos, se ve afectada por la ideología y por el contexto del país. Y la tercera, que el nivel de innovación democrática depende directamente de la capacidad de implicación política de la página web.

El objetivo de este de trabajo consiste en conocer en qué medida las páginas web de los partidos políticos mayoritarios de ámbito estatal, en tres países europeos y fuera de contexto electoral, suponen una aportación al carácter innovador de la oferta democrática y qué aportan al desarrollo de la democracia deliberativa.

Teoría

Existe, en la actualidad, una literatura amplia sobre las posibilidades que las TIC ofrecen a los partidos políticos. Las TIC, en el campo político, muestran un potencial de cambio y mejora de las democracias actuales. Pueden otorgar poder a la

ciudadanía, haciéndola más participativa y mejorando la comunicación con los representantes políticos. Asimismo contribuye a reducir los costes por transacciones políticas, derivados de la coordinación e información. Pero también Internet condiciona y refuerza posturas y disminuye las experiencias comunes, incluso empujando a la desaparición del debate político. (Sunstein, 2001).

El actual debate sobre las posibilidades que la aplicación de las TIC ofrecen a los sistemas políticos en las democracias avanzadas, oscila entre dos posiciones. Por un lado, aquellos que plantean su utilización para mejorar las capacidades y el rendimiento de la democracia representativa. Por otro lado, los que plantean la superación de esta democracia representativa, sustituyéndola, en mayor o menor medida, por mecanismos de democracia directa (Harto, 2006). Y entre ambos, posiciones intermedias. Las posibilidades de las TIC, de Internet, en principio, son enormes para potenciar la libertad y la participación de los ciudadanos.

El uso de las TIC supone un impulso innovador para la democracia en, básicamente, tres sentidos. El primero, propiciando o facilitando a los ciudadanos el acceso y uso a los contenidos y servicios que ofrecen las administraciones públicas a través de Internet. El segundo, haciendo más fácil y asequible la participación democrática de carácter representativo o el voto electrónico. Y el tercero, impulsando modelos de democracia fuerte mediante los cuales los ciudadanos puedan tener una mayor implicación en la toma de decisiones públicas (Subirats, 2001; Barber, 2004).

En este sentido, la red tiene la potencialidad de aumentar la información de los ciudadanos sobre cuestiones políticas. También promueve la educación democrática de la ciudadanía. Y permite la comunicación entre los ciudadanos y sus representantes, acortando distancias. Finalmente, aumenta el interés por la política.

También está la situación denominada crisis de la democracia (Norris, 1999). En las democracias desarrolladas, los partidos políticos están experimentando un alejamiento de la ciudadanía, abriéndose cada vez una brecha mayor. Ello conlleva una caída de las afiliaciones y de la participación ciudadana en los partidos y en la arena política. Puede ser debido a las incapacidades inherentes de la democracias liberales. Por ello, las TIC se presentan como una gran oportunidad de superar las instituciones representativas y acceder a una democracia directa.

No obstante, no todo son opiniones a favor. Según Wilhelm (2000), es prematuro anunciar que Internet es una solución a las limitaciones clásicas de la ciudadanía en una democracia representativa. Las TIC, si bien pueden favorecer la comunicación binaria, no fomentan la deliberación ni la búsqueda de consenso necesario para la democracia directa. Sunstein (2001) destaca el efecto polarizador de unas TIC que protegen a los individuos de los argumentos contrarios a sus posiciones iniciales.

Asimismo, las TIC también afectan a la estructura interna de los partidos, a las relaciones de los dirigentes con el partido y con los afiliados, simpatizantes, activistas en general. Es posible que modifiquen la estructura actual de los partidos, reorientándola hacia la ciudadanía o quizás hacia una oligarquía tecnocrática. Tampoco no hay que desestimar el hecho de que los actores políticos están sujetos a un determinado marco de incentivos y en función de éste realizan un uso estratégico de las TIC. Y que los partidos políticos configuran sus organizaciones para poder operar de forma eficaz. (Padró-Solanet y Cardenal 2008).

El carácter innovador democrático de las páginas web, cuál es esta oferta política, y cuáles son las estrategias de uso de los diferentes partidos políticos, concretamente en función del país, es un ámbito y disciplina de estudio en expansión, aunque, si bien, todavía sin suficiente justificación teórica en muchos casos.

La mayor parte de la literatura existente ha destacado que, en realidad, son los partidos grandes, establecidos y por tanto con más recursos, los que aprovechan mejor las oportunidades que ofrecen las TIC (Coleman, 2001; Hansen et al., 2005; Gibson et al., 2003:50,200; Ward et al., 2003; Margolis y Resnick, 2000; Margolis et al., 1997, 1999; Resnick, 1990). Es lo que se conoce como la hipótesis de la normalización de la política en el medio de las TIC.

Otra rama de la literatura ha enfocado el efecto potencial de las TIC en la estructura interna de los partidos políticos, según el efecto producido por las TIC sobre las relaciones entre los representantes de un partido y sus afiliados o simpatizantes, como una posible reinención de las relaciones internas de partido (Pedersen y Saglie, 2005; Ward et al., 2002; Gibson et al., 2005; Löfgren, 2003).

Y otra parte de la literatura ha analizado el impacto de la brecha digital en la actual política y modo de relación entre los actores políticos. La brecha digital es una consecuencia más de las desigualdades sociales que estructuran las sociedades

modernas. En este sentido, las diferencias en el uso de Internet son reducibles a diferencias estructurales tales como la edad, la clase social o el nivel de estudios (Robles y Molina, 2007).

No debemos olvidar que las TIC, la tecnología, es siempre una herramienta, un instrumento, y como tal se debe usar y trabajar. Por ello, presenta tanto ventajas como inconvenientes, según la utilización que de ellas se haga.

Material y métodos

El objeto concreto de la investigación se centra en las páginas web de diferentes partidos políticos, prestando especial atención a los servicios relacionados con la participación democrática. El análisis de páginas web es la estrategia empírica más utilizada para inferir en los usos que los partidos hacen de las nuevas tecnologías (Padró-Solanet y Cardenal 2008).

Para ajustar mejor el análisis, este trabajo tiene también en cuenta la metodología concreta propuesta por Gibson y Ward (2000), que se utiliza en la mayoría de trabajos empíricos relacionados. Estos autores identifican cinco funciones principales que los partidos políticos tiene en consideración: transmisión de información, movilización de recursos, campaña electoral, participación y establecimiento de redes de contacto. No obstante, hay que destacar la diferencia en cuanto al contexto no electoral del estudio desarrollado en este trabajo, que hace que las variables utilizadas no sean exactamente las descritas por estos autores.

El análisis se ha realizado sobre las páginas web presentes en Internet, de los diferentes partidos políticos, mayoritarios, de ámbito estatal, de tres países europeos: España, Francia y Reino Unido de Gran Bretaña.

Los partidos políticos coinciden en cada país con un partido de centro/derecha o demócratacristiano y otro de centro/izquierda o socialdemócrata. Representan ideologías, si bien cercanas, opuestas en orientación. Son de ámbito estatal. De esta manera se pretende considerar únicamente el eje ideológico izquierda-derecha.

En el caso de España, las páginas web de los partidos políticos a analizar son las del Partido Popular, www.pp.es, y la del Partido Socialista Obrero Español, www.psoe.es.

En el caso de Francia, las páginas web de los partidos políticos a analizar son las de Unión por un Movimiento Popular, www.u-m-p.org, y la del Partido Socialista francés, www.parti-socialiste.fr. En el caso de Reino Unido, las páginas web de los partidos políticos a analizar son la del Partido Conservador, www.conservatives.com, y la del Partido Laborista, www.labour.org.uk/home.

Los tres países tienen previamente características comunes en cuanto a sistema político, económico y social. Pertenecen a la Unión Europea, tienen extensión geográfica y volumen de población similar. Su sistema económico es también similar, aunque Reino Unido no pertenezca a la zona euro. El acceso a las nuevas tecnologías se ha desarrollado paralelamente, teniendo actualmente unas características muy parecidas. En cuanto a su sistema político, en los tres casos es un sistema político bipartidista real o funcional, con una dimensión nacionalista, más o menos acusada.

Los datos relativos a las características de los ciudadanos que acceden a Internet, se han obtenido de la página web Eurostat, que proporciona las estadísticas oficiales de la Unión Europea, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.

Para atender a los objetivos concretos de este estudio, se han analizado las siguientes tres dimensiones:

La dimensión de la Información o servicios, con diferentes apartados, según su importancia en los valores democráticos. De mayor a menor importancia: noticias, valores e ideología representados, estructura de la organización, historia del partido, resultados electorales obtenidos y recursos de los partidos para acceder a voluntariado, afiliaciones, donaciones y venta de productos.

La dimensión Democracia, con los siguientes apartados, según su importancia en los valores democráticos. En primer lugar, la presencia de foros de debate, desde el aspecto del retorno de la información, la concreción de los temas tratados, la presencia de un moderador y la justificación de opiniones en ambos sentidos. En segundo lugar, la relación directa o interacción con los representantes políticos, por parte de la ciudadanía en general, mediante vínculos directos. En tercer lugar, la recogida de información, mediante la posibilidad de aportar comentarios y sugerencias. En cuarto lugar, la presencia de blogs y finalmente, en quinto lugar, la presencia y calidad de las redes de contactos, tanto internas del partido como con otros partidos y grupos de interés.

En la historia de la democracia, es la participación deliberativa la de mayor implicación. Basándonos en ello, los valores se recogen y cuantifican por su importancia como herramienta democrática, dándoles valores del 1 (menor importancia) al 6 (mayor importancia). En la figura 1 se muestran los valores otorgados a los diferentes apartados.

<u>Valores en Información o servicios:</u>	<u>Valores en Democracia:</u>
6 Noticias	5 Foros de debate
5 Valores e ideología	4 Interacción con representantes
4 Estructura organizativa	3 Recogida entradas de información
3 Historia del partido	2 Presencia de blogs
2 Resultados electorales	1 Redes de contacto
1 Recursos	

Figura 1: Valores de los diferentes apartados observados. Fuente: elaboración propia.

Dentro de la dimensión Información o servicios, las noticias y los valores e ideología del partido se han valorado más alto, en términos de importancia democrática, frente a los resultados electorales y recursos, con menor puntuación. Tanto la estructura organizativa, como la historia del partido pueden considerarse en una posición intermedia. En todo caso, se ha dado una valoración primando la información sobre los servicios y, dentro de esta división, primando la política sobre el resto. En la dimensión Democracia, es el foro de debate la forma democrática más ambiciosa. Por esto, se le ha otorgado mayor puntuación. Le sigue la interacción directa con representantes y recogida de entradas de información, formas, ambas, de contacto directo con los agentes políticos. La presencia de blogs permite informar, habitualmente de manera unidireccional, y por ello se ha considerado en cuarto lugar, por importancia democrática. Las redes de contacto entre miembros de la misma comunidad se ha considerado en último lugar, puesto que, si bien puede ser un espacio de debate, éste siempre tenderá a la misma afinidad política.

Asimismo, se ha cuantificado el acceso a los diferentes apartados midiendo los clics de acceso desde la página inicial del partido. El valor mínimo de acceso, 1 clic, duplica el valor máximo de acceso encontrado, 4 clics. Los valores 2 y 3 clics se prorratan en consecuencia (1'33 y 1'66, respectivamente).

La dimensión contextual, en la cual, para contrastar los resultados obtenidos, se han considerado una serie de características de los diferentes países tratados, como es el

tipo de gobierno, la ideología que presentan los dos partidos mayoritarios y el tipo de partido y tipo de organización.

Y por último y para completar el análisis, se han valorado las características de los internautas, o ciudadanos que usan y acceden a Internet, en función del país. Las personas que utilizan regularmente Internet y el número de actividades que realizan, desde 1 ó 2 a 4 ó 5 actividades. Estos datos aportan información sobre el grado de integración y conocimiento de las herramientas informáticas. Los datos aportados por Eurostat se miden en porcentaje de personas sobre el total de la población.

Resultados

Los resultados obtenidos, por países y según la orientación ideológica de los diferentes partidos políticos, se reflejan en las figuras 2 y 3. La figura 2 muestra la dimensión Información o servicios. La figura 3 muestra la dimensión Democracia.

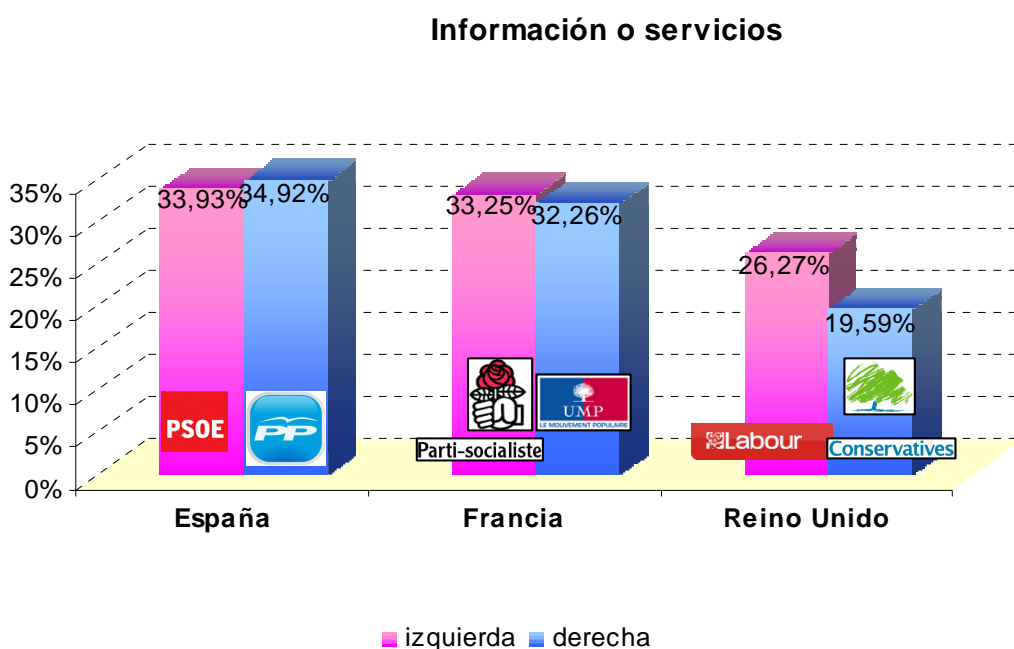


Figura 2: Datos de la dimensión Información o servicios, por país. Fuente: elaboración propia.

Democracia

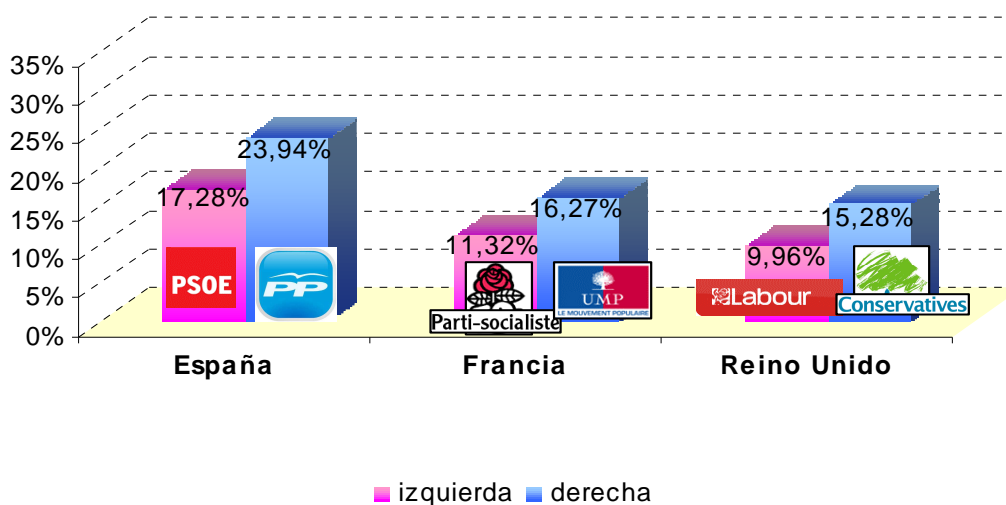


Figura 3: Datos de la dimensión Democracia, por país. Fuente: elaboración propia.

Según se observa en las diferentes páginas web, la dimensión Información o servicios muestra valores más altos, en todos los partidos políticos y en todos los países. Estos valores son similares independientemente de la orientación ideológica del partido.

Por el contrario, en la dimensión Democracia, se observan mayores diferencias según la orientación ideológica. Los partidos de ideología política de derecha muestran mayor presencia de herramientas democráticas en sus páginas. Esta dimensión representa mayor oferta democrática, siendo más innovadora que la dimensión de Información y servicios, más convencional democráticamente hablando.

No obstante, en el análisis detallado de estas herramientas, se comprueba que no se hace o fomenta un uso adecuado de las mismas. Las herramientas presentes son capaces de potenciar el debate político, mediante foros, interacción directa con representantes, redes de contacto, etc... pero no se utilizan para ello. Se aprecia una clara orientación ideológica en los temas que se tratan, así como un uso incorrecto de la potencialidad democrática. Su uso es únicamente para reforzar la ideología del partido.

Un ejemplo está en la utilización del foro, importante elemento de debate. El uso que se le da es sencillamente de tablón donde incluir las propias opiniones, generalmente

orientadas ideológicamente hacia el partido político en cuestión. No existe ni debate ni justificación de opiniones. Esto puede ser motivado por dos causas. La primera, un uso consciente del partido hacia el refuerzo de sus valores para los internautas usuarios. Y la segunda, por la tendencia a la elección de temas preferenciales que se hace con el uso de la red.

Los partidos políticos de orientación izquierda muestran más interés hacia la información y servicios. En el caso de los partidos ingleses es donde se diferencia más claramente. En los dos otros países, ambos valores están casi igualados en los dos partidos.

Todas las páginas web analizadas en el presente trabajo presentan, como características comunes: la presencia de valores e ideología del partido, la presencia de noticias, la posibilidad de afiliación en línea o presencia de formularios para realizarla, la recogida de comentarios de los cibernautas, la presencia de redes de contacto de los partidos y grupos de interés y la presencia de blogs. No obstante, pueden diferir en la calidad, cantidad y contenidos de los diferentes recursos y herramientas, tal y como ya se ha expuesto anteriormente.

Los resultados por países muestran también ciertas diferencias. Sólo las páginas web de los partidos políticos de España muestran los resultados electorales obtenidos, por ejemplo. Las páginas web de los partidos políticos analizados de España y Francia muestran su estructura organizativa. Los dos partidos de Reino Unido no la incluyen. Sólo en el caso de los partidos políticos españoles no se habla de donaciones. Este hecho está motivado por la presente ley de financiación de partidos en España.

En el caso de los partidos políticos analizados de Reino Unido, la orientación de ambos partidos es para ofrecer diferentes servicios a sus afiliados, de manera similar a una asociación empresarial. También muestran de manera diferencial la existencia de redes de contacto internas del propio partido. Estas orientaciones no están presentes en las páginas web de los otros dos países analizados.

En el caso de los partidos políticos españoles, la información en detalle se recoge en las figuras 4 y 5.

España: información o servicios

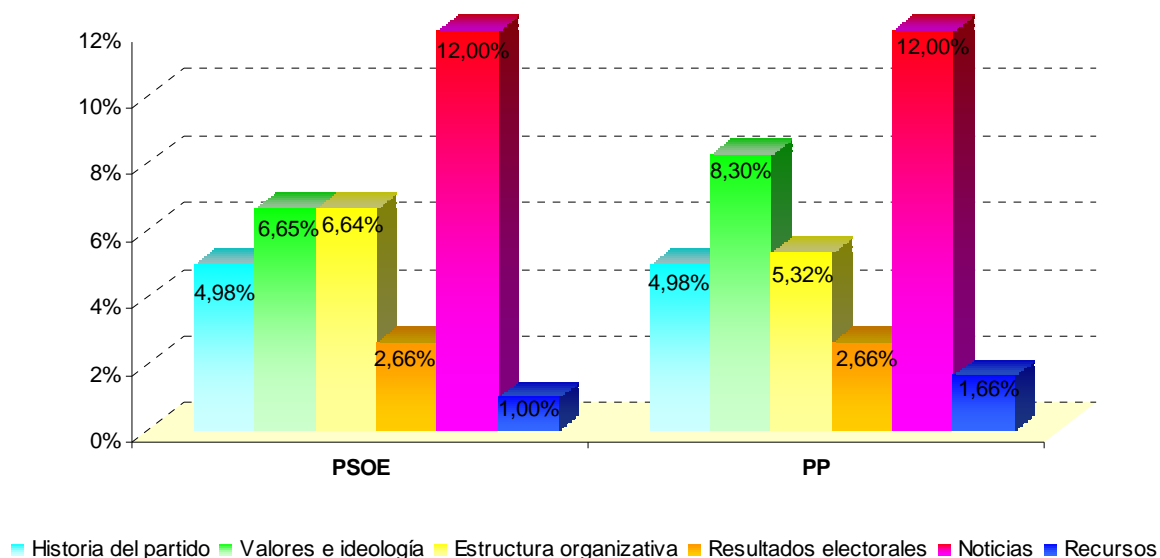


Figura 4: Datos en detalle de la dimensión Información o servicios de los partidos políticos españoles. Fuente: elaboración propia.

España: democracia

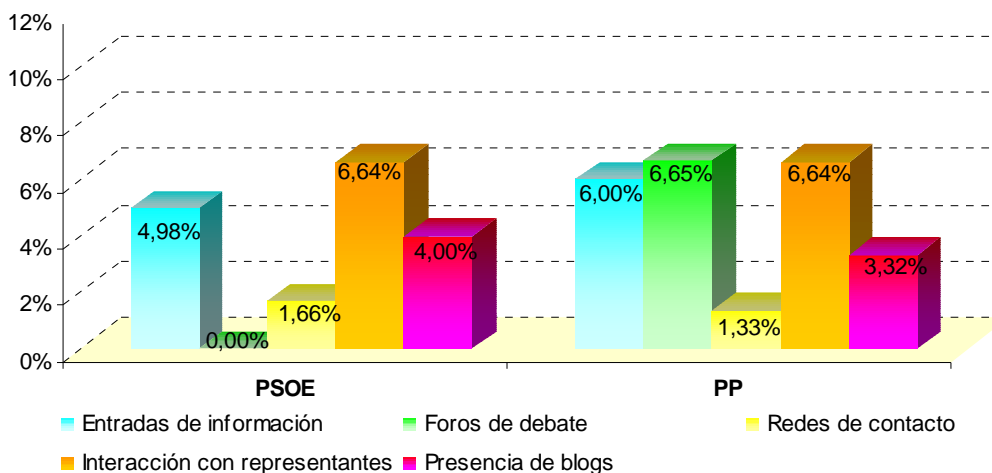


Figura 5: Datos en detalle de la dimensión Democracia de los partidos políticos españoles. Fuente: elaboración propia.

En la página web del Partido Socialista Obrero Español nos encontramos en que no hace un resumen como tal de su ideología, sino que incorpora completos los estatutos

del último congreso del partido celebrado. Existe la presencia de accesos directos con los representantes, pero no funciona el chat. Es la única página web de partidos políticos de orientación ideológica izquierda analizada que presenta esta interacción con representantes. Si existen varios blogs de representantes.

Esta página web parece estar orientada hacia los cibernautas en general, ya que ofrece mucha y exhaustiva información, tanto en artículos de prensa como en blogs de representantes. Asimismo, también parece una pequeña herramienta de trabajo para sus propios afiliados, tanto por la detallada información interna del partido, como por la venta de los productos que puedan precisar para sus actos públicos.

La página web del Partido Popular muestra la existencia de accesos directos con representantes, pero sólo existe una pequeña presencia de blogs personales (sólo el de Ana Pastor) y los encuentros digitales son en fechas y horas muy concretas. En dichos encuentros responden preguntas y pueden participar en foros de debate. No existe la posibilidad de enviar sugerencias fuera de estos ámbitos.

Es la única página web de los partidos políticos analizada que muestra la presencia de foros, si bien éstos no tienen presencia de moderador, ni justificación de opiniones, ni retorno de la información.

Esta página web parece estar orientada a sus afiliados y simpatizantes, ya que, si bien existe presencia de herramientas democráticas, su uso es muy limitado y orientado a afianzar la ideología del partido, sin entrar en debate. Se presenta una imagen democrática, pero sin contenido.

En el caso de los partidos políticos de Francia, se muestran los resultados detallados en las figuras 6 y 7.

Francia: información o servicios

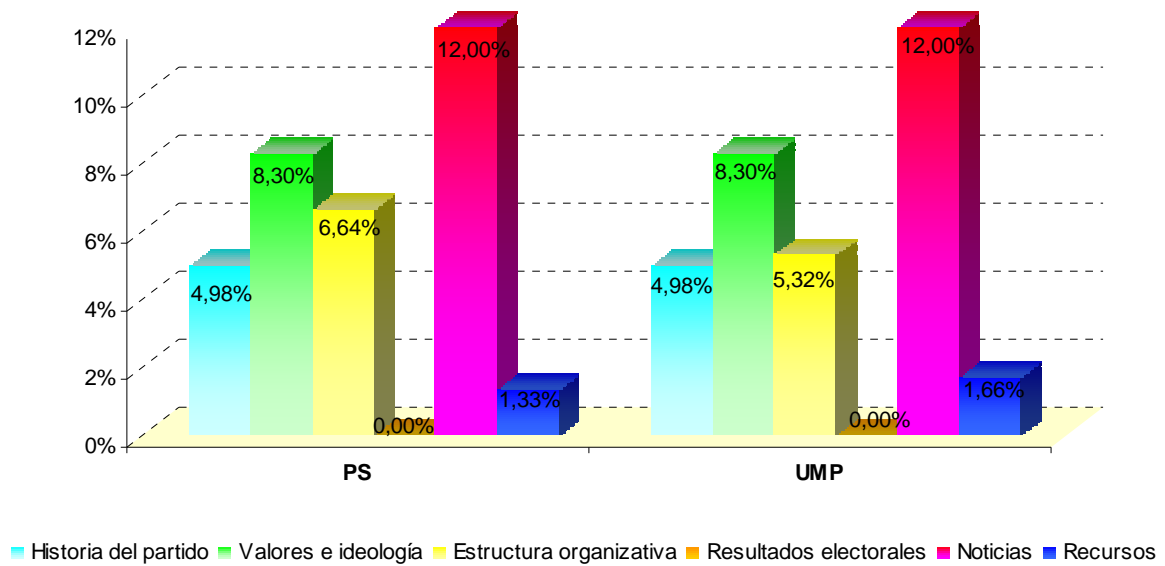


Figura 6: Datos en detalle de la dimensión Información o servicios de los partidos políticos franceses. Fuente: elaboración propia.

Francia: democracia

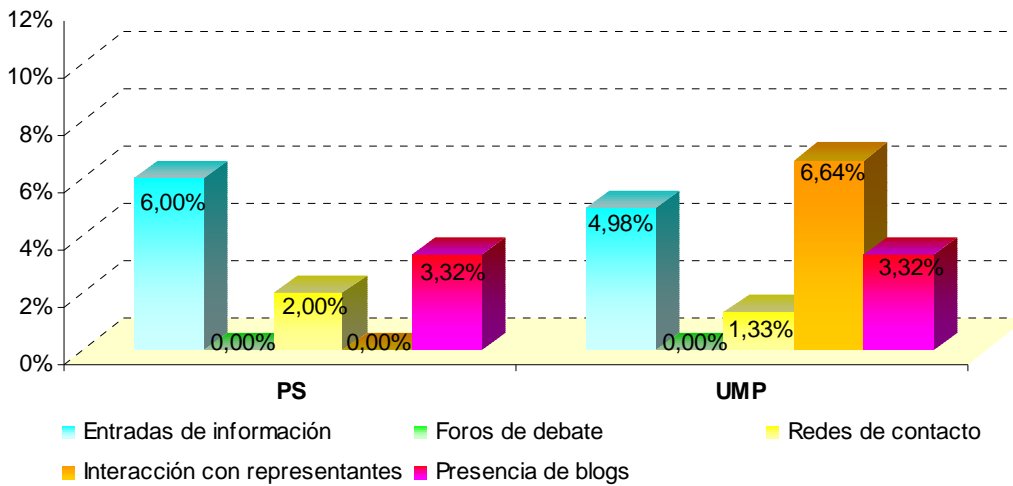


Figura 7: Datos en detalle de la dimensión Democracia de los partidos políticos franceses. Fuente: elaboración propia.

En la página web del Partido Socialista Francés no se muestra presencia de vínculos directos con representantes. Si existe la presencia de blogs, que no son personales sino temáticos.

Existe mucha presencia informativa, ideológica y de actualidad, pero en una clara orientación temática y no personalizada.

No existe presencia de foros de debate, ni tampoco la información relacionada con los resultados electorales obtenidos, en ningún ámbito (ayuntamientos, estado, Unión Europea...).

Esta página web es muy impersonal, informativa y orientada a los cibernautas en general, ya que ofrece mucha y exhaustiva información temática e ideológica.

La página web de la Unión por un Movimiento Popular se caracteriza porque no existen foros de debate como tal, pero si existen medios de debate como blogs bidireccionales, talleres, chats ...

También muestra más personalización que en el Partido Socialista Francés, pero no tanto como en los dos casos españoles. Existe también una orientación temática ideológica.

Esta página web es impersonal, parece orientada a cibernautas en general y presenta elementos democráticos de debate, si bien tampoco están desarrollados en su plena potencia. No muestra un sentimiento de comunidad.

Los datos de las páginas web de los partidos políticos del Reino Unido se muestran en las figuras 8 y 9.

Reino Unido: información o servicios

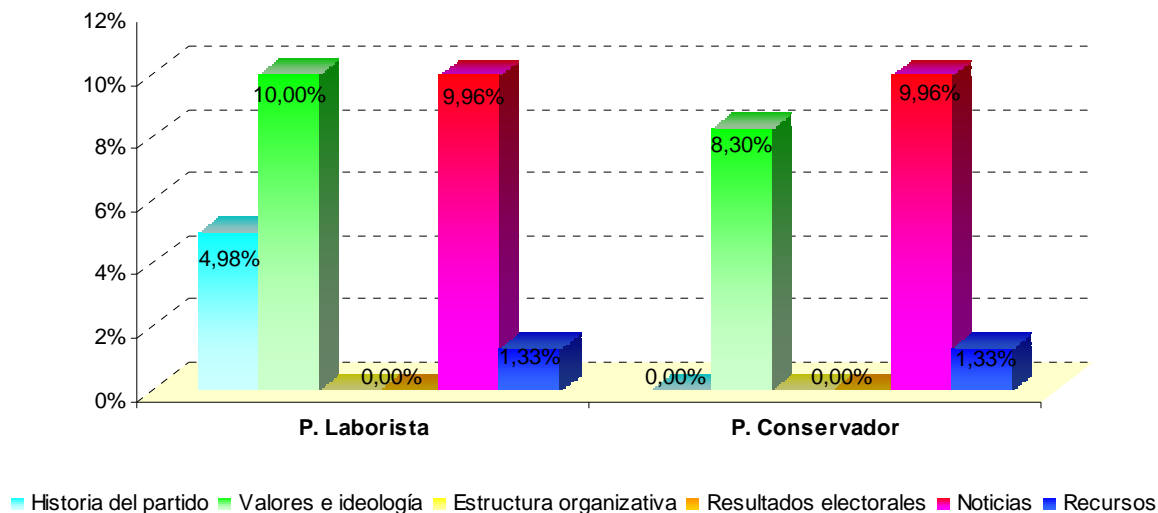


Figura 8: Datos en detalle de la dimensión Información o servicios de los partidos políticos de Reino Unido. Fuente: elaboración propia.

Reino Unido: democracia

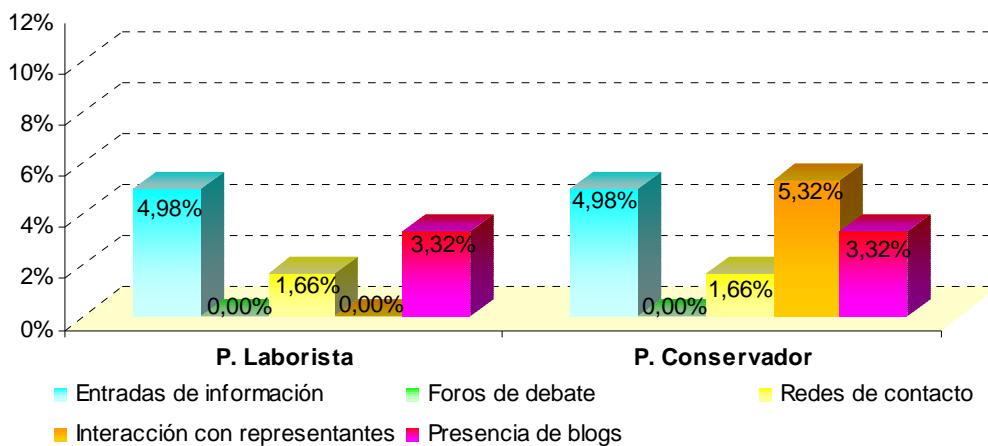


Figura 9: Datos en detalle de la dimensión Democracia de los partidos políticos de Reino Unido. Fuente: elaboración propia.

La web del Partido Laborista tiene una orientación diferente a las anteriores. Ofrece diferentes servicios a sus afiliados en un sentido de asociación empresarial o club de negocios. Los afiliados tiene un espacio propio para ellos.

La página web del Partido Conservador muestra una orientación a ofrecer servicios de manera similar a una asociación empresarial o club de negocios, en línea a lo presente en la página web del Partido Laborista.

Esta página web se presenta meramente informativa, siendo más completa en este aspecto que la del Partido Laborista y parece también orientada a su propia comunidad de afiliados y simpatizantes.

En referencia al uso que se hace de Internet, por parte de la ciudadanía de los tres países analizados, en la figura 10 muestra el porcentaje de personas que usan la red según datos de Eurostat. Es representativo que, si bien España es un país que presenta datos siempre por debajo de Francia y Reino Unido, sus partidos políticos utilizan en mayor medida las TIC y las herramientas que proporciona Internet, por encima de sus homólogos franceses e ingleses.

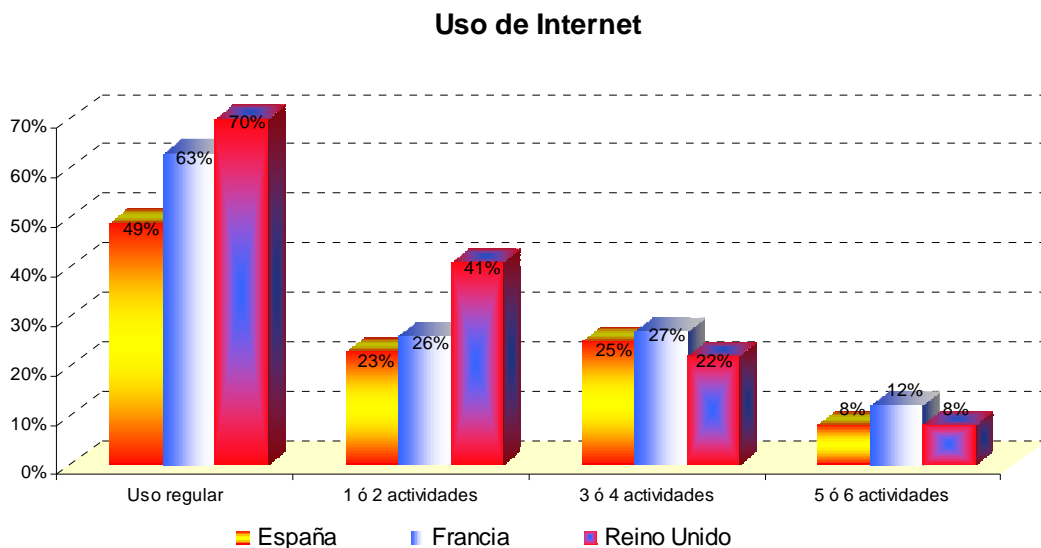


Figura 10: Datos en detalle del uso de Internet, por países. Fuente: elaboración propia a partir de datos de Eurostat.

Resultados y conclusiones de aplicación del método

En la dimensión de información y servicios no se observan diferencias reseñables en función de la orientación ideológica, en las páginas web de los diferentes partidos

políticos analizados. En esta dimensión parece que existe un conjunto de recursos similares, utilizados de manera análoga, entre los diferentes partidos. Se puede considerar, primero, que existen unas herramientas básicas mínimas para la gestión y uso de Internet. Y segundo, que la oferta democrática de los diferentes partidos es conservadora.

En la dimensión Democracia, más innovadora, son los partidos de orientación centroderecha quienes muestran siempre mayor presencia de herramientas democráticas. No obstante, obtienen mayor puntuación si se analiza la presencia de estas herramientas en su conjunto (presencia de foros, interacción con representantes, recogida de información, presencia de blogs y redes de contacto). Al entrar en el detalle nos encontramos con que estas herramientas descienden en puntuación con respecto a su presencia en conjunto. Un ejemplo se observa en el Partido Popular de España, en su foro, en lo relativo al retorno de la información, concreción de temas, presencia de moderador y justificación de opiniones, que son inexistentes. Este hecho nos habla de la baja calidad de estas herramientas que, si bien presentes, no recogen toda la potencialidad de la que dispone la red.

Estos dos resultados sugieren que los partidos políticos de ideología de derecha, quieren mostrar una imagen de avance democrático, de tendencia a la modernidad. Con ello, transmitir una imagen fresca, nueva, renovada, de orientación centrista, al contrario de su imagen preconcebida de conservadurismo. Sin embargo, a la hora del análisis detallado, dicha imagen choca con que la potencialidad del uso de las TIC e Internet en el ámbito democrático.

Los partidos de ideología de centroizquierda dan mayor preponderancia a la dimensión de Información o servicios, frente a la dimensión democracia.

Los partidos políticos españoles presentan mayor puntuación que los del resto de países, en todos los ámbitos. En cambio, España, en relación a Francia y Reino Unido, se muestra por debajo en todos los porcentajes de uso de Internet. Este hecho muestra que existe, pues, mayor sensibilidad, por parte de los partidos políticos españoles, hacia el uso de las TIC como medio de actuación política. Asimismo, los partidos españoles, independientemente de su ideología, personalizan más sus páginas web, en comparación con los partidos franceses y de Reino Unido.

Lectura de los resultados en función de la literatura

En la literatura se comparte el hecho de que, si bien los ciudadanos intentan generar una red en la cual los políticos no forman parte, muchos políticos, sólo utilizan las herramientas tecnológicas sin entrar a fondo en las capacidades de la red (Fages-Ramió, 2008). Los resultados obtenidos en este estudio van más allá: los partidos políticos no sólo no utilizan todas las capacidades que ofrecen las TIC, sino que, cuando están presentes herramientas de uso democrático, éstas no explotan las capacidades democráticas que representan. El ejemplo indicado anteriormente es el de la página web del Partido Popular. Como ya se ha indicado, esta página presenta foros de debate y acceso a redes sociales externas. Pero al acceder a ella solamente los simpatizantes del partido y no incluir otras formas externas de opinión, la calidad de un debate democrático desaparece. Asimismo, este autor también apunta que son pocos los blogs de políticos que aprovechen el uso de Internet para hablar con la ciudadanía, mientras que son muchos los blogs de los ciudadanos interesados por la política. Esta conclusión está en línea con lo sugerido por Sunstein (2001).

Existen escasos estudios empíricos sobre los usos políticos de Internet y el perfil de sus usuarios, pero ponen de manifiesto que el perfil de usuario de Internet que consume información política coincide con el perfil del que ya participaba en política real (Norris, 1999). Después de que la actividad política ocupara un importante lugar en Internet, esta actividad se ha visto reducida y ha pasado a ocupar un lugar más marginal, parecido al que tiene en el mundo real (Margolis y Resnick, 2000; Hill y Huges, 1998).

Los resultados obtenidos sobre los partidos políticos españoles, en comparación con los de Francia y Reino Unido, con mayor puntuación sobre usos democráticos de las TIC, y los resultados de las encuestas de Eurostat, entran en contradicción con lo que la literatura siempre aporta sobre la brecha digital, y en concordancia con lo apuntado en la conclusión anterior.

Conclusiones

Buena parte de la literatura que ha analizado el uso de las TIC, y en concreto los usos de Internet, lo ha hecho desde una perspectiva de la potencialidad que ofrecen las

TIC, analizando hasta qué punto se alcanza esta potencialidad. En este estudio se ha invertido esta perspectiva, no tomando como premisa esta potencialidad para su uso, sino partiendo de las motivaciones e incentivos de los partidos para dar cuenta de estos usos.

Así pues, desde esta nueva perspectiva, se han estudiado dos dimensiones en la oferta de los partidos políticos. La dimensión de Información o servicios, entrando en el detalle de las diferentes posibilidades existentes, según su importancia en los valores democráticos. Y la dimensión Democracia, con especial interés en aquellas herramientas más importantes en el ámbito de la democracia deliberativa. Estas son los foros de debate, la relación directa con representantes, la recogida de información y la presencia de blogs y redes de contacto. En ambas dimensiones se ha considerado tanto su importancia democrática como la facilidad de acceso a los diferentes apartados. Se han considerado también, otras variables. La primera, las características ideológicas y particulares de los partidos políticos mayoritarios. La segunda, las características políticas de los países escogidos. Y la tercera, se han valorado las características de los ciudadanos que acceden y utilizan Internet, según el país, para aportar el grado de integración y conocimiento de las herramientas informáticas.

Los resultados obtenidos muestran que en la dimensión de Información o servicios no se presentan diferencias reseñables entre países y partidos, concluyéndose, pues, que existe un mínimo de recursos similares, que se utilizan de forma análoga y que se muestra necesaria su presencia en las páginas web.

En cuanto a la dimensión Democracia, se observa que los partidos de orientación centroderecha muestran siempre mayor presencia de herramientas democráticas. Entrando en el detalle de estas herramientas, se observa que la calidad de las mismas es muy baja. La consideración que se extrae al respecto es que estas herramientas democráticas no recogen toda la potencialidad disponible en Internet.

Por último, los partidos políticos españoles muestran mayor puntuación, en ambas dimensiones, que los del resto de países analizados. Sin embargo, España se muestra por debajo en todos los porcentajes de uso de Internet. Este hecho muestra la existencia de una mayor sensibilidad, por parte de los partidos políticos españoles, independientemente de su ideología, hacia la utilización de las TIC como medio de actuación política.

Con los resultados logrados en el presente estudio, se puede sostener que la ideología y el contexto del país afecta directamente sobre la oferta de servicios democráticos en las páginas web de los partidos políticos.

Referencias y bibliografía

Barber, B. (2004): "Democracia fuerte". Sevilla., Almuzara.

Castells, M. (2008): comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y lo política". [monográfico en línea] Telos Cuadernos de comunicación e innovación nº 74 [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2008] <<http://www.campusred.net/telos/articuloAutorInvitado.asp?idarticulo=1&rev=74>>

Coleman, S. (2001): "Online campaigning". Parliamentary Affairs nº 54, pág. 679-688.

Colombo Vilarasa, C. (2007): "e-Participación. Las TIC al servicio de la innovación democrática". 1ª ed. Barcelona: UOC. 107 pag.

Elster, J. (2001): "La democracia deliberativa" 1ª ed. Barcelona: Gedisa 348 pág.

Eurostat, Information Society, 2005. Unión Europea.

Fages-Ramió, R. (2008): "Actitud 2.0: la política més enllà dels blogs". En: IV Congreso de Internet, Derecho y Política (IDP), Programario Social y Web 2.0: Implicaciones juridicopolíticas. [monográfico en línea] IDP. Revista de Internet, Derecho y Política nº 7 UOC [Fecha de consulta 1 de abril de 2009] <<http://www.uoc.edu/idp/7/dt/cat/fages.html>>

Gibson, R., Ward, S.J. (2000): "A proposed methodology for studying the function and effectiveness of party and candidate web sites". Social Science Computer Review. Vol 3 nº 18 pág 301-319.

Gibson, R., Newll, J. L., Ward, S.J. (2000): "New parties, new media: Italian party politics and the Internet". South European Society and Politics. nº 5, pág. 123-142.

Gibson, R., Margolis, M., Resnick, D., Ward, S.J. (2003): "Election campaigning on the WWW in the USA and UK". Party Politics. Vol. 1, nº 9, pág. 47-75.

Gibson, R., Nixon, P., Ward, S. (2003): "Political parties and the Internet: net gain?" 1ª ed. New York: Routledge. 250 pág.

Gibson, R., Lusoli, W., Ward, S. J. (2005): "Online participation in the UK: testing a contextualised model of internet effects". British Journal of Politics and International Relations. nº 7, pág. 561-583.

Hansen, K. M., Pedersen, K., Wahl-Jorgensen, D. (agosto, 11-13, 2005): "Cyber-campaing. The character, developement and consequences of parties' electioneering in cyber-space". Ponencia presentada en la sesión de trabajo "Partier i stadig forandring?" de la Nordic Political Science Association's confernece. Reykjavik.

Harto, F. (2006): "Tipologías y modelos de democracia electrónica". En: Primer Congreso sobre Internet, derecho y política: las transformaciones del derecho y la política en la sociedad de la información [monográfico en línea] IDP. Revista de Internet, Derecho y Política nº 2 UOC [Fecha de consulta 1 de diciembre de 2008] <<http://www.uoc.edu/idp/2/esp/harto.pdf>>

Hill, K. A., Huges, J. E. (1998): "Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet". Lanhan: Rowan & Littlefield.

Kleinrock, L. (2008): "History of the Internet and its flexible future" [artículo en línea] IEEE wireless communications. [Fecha de consulta: 29 de octubre de 2008] <http://www.lk.cs.ucla.edu/PS/IEEE_Wireless_Communications_paper-1.pdf>

Lago Peñas, I. (2008): "La lógica de la explicación en las ciencias sociales" 1ª ed. Madrid: Alianza Editorial. 126 pág.

Lipset, S.M. (1992): "Algunos requisitos sociales de la democracia: desarrollo económico y legitimidad política" En: A. Batlle (ed.) Diex textos básicos de Ciencia Política. Barcelona: Ariel.

Löfgren, K. (2003): "Intraparty use of new ITCs: Bringing party memebership back in?. Ponencia presentada en la sesión conjunta del ECPR. Edimburgo.

Margolis, M., Resnick, D., Tu, C. C. (1997): "Campaing on the internet: Parties and candidates on the world wide web in the 1996 primary season". Harvard International Journal of Press/Politics. Vol. 1, nº 2, pág. 58-78.

Margolis, M., Resnick, D. (2000): "Politics as usual: The cyberspace revolution". Thousand Oaks: Sage.

Norris, P (1999): "Introduction: the grow of critical citizens" En: P. Norris. Ed. Critical Citizens – global support for democratic governance. Osford. Oxford University Press.

Padró-Solanet, A., Cardenal, A. S. (2008): "Partidos y política en Internet: un análisis de los websites de los partidos políticos catalanes" En: "La democracia electrónica" [monográfico en línea]. IDP. Revista de Internet, Derecho y Política nº 6 UOC [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2008] <http://www.uoc.edu/idp/6/dt/esp/padro-solanet_cardenal.pdf>

Pedersen, K., Saglie, J. (2005): "New technology in ageing parties: Internet use in Danish and Norwegian parties". Party Politics. Vol. 3, nº 11, pág- 359-377.

Resnick, D. (1999): The normalisation of cybersapce". En: Toulouse, C., Luke, T. (1998): "The politics of cyberspace: a new political science reader" 1ª ed. New York: Routledge. Pág. 48-68.

Robles, J. M., Molina, O. (2007): "La brecha digital: ¿una consecuencia más de las desigualdades sociales? Un análisis de caso para Andalucía". Empiria. nº 13, pág. 81-99.

Subirats, J. (2001): "Los dilemas de una relación inevitable". Democracia y Tecnologías de la Información y la Comunicación. <www-edemocracia.org>

Sunstein, C.R. (2001): "Republica.com". 1ª ed. Barcelona. Paidós. 211 pág.

Ward, S. J., Lusoli, W., Gibson, R. K. (2002): "Virtually participating: A survey of online members" Information Polito. nº 7, pag 199-215.

Wilhelm, A. (2000): "Democracy in the digital age". 1ª ed. New York: Routledge.184 pag.

SOCIEDAD DE LA INFORMACION

www.sociedadelainformacion.com

Edita:



Director: José Ángel Ruiz Felipe
Jefe de publicaciones: Antero Soria Luján
D.L.: AB 293-2001
ISSN: 1578-326x