

## **Participación digital en los partidos políticos. Autonomía y prácticas de militancia en red**

### ***Digital Participation in Political Parties. Autonomy and Militant Practices Online***

José Manuel Sánchez Duarte  
[josemanuel.sanchez@urjc.es](mailto:josemanuel.sanchez@urjc.es)  
Universidad Rey Juan Carlos

Recibido: 31/10/2014

Aceptado: 27/11/2014

#### **RESUMEN**

En el siguiente artículo se exponen las dinámicas de participación digital en los dos partidos políticos con mayor representación parlamentaria en España. A través de 40 entrevistas en profundidad a militantes del PP y PSOE identificamos el grado de autonomía en relación a las estructuras partidistas así como las características de sus prácticas políticas en la red. El objetivo principal de este trabajo reside en reflexionar sobre los cambios en los repertorios de acción dentro de los partidos y las herramientas empleadas por sus militantes.

#### **PALABRAS CLAVE**

tecnopolítica, ciberdemocracia, participación política, esfera pública digital, partidos políticos

#### **ABSTRACT**

In the following article, the dynamics of digital participation are outlined in the two main political parties, which have the greatest parliamentary representation in Spain. Across 40 in-depth interviews carried out with members of the PP and PSOE, we identify their degree of autonomy in relation to the party structures, as well as the key features of their political practices online. The main objective of this work is to reflect on the changes in the actions employed within the parties and the tools employed by party militants.

#### **KEY WORDS**

technopolitics, cyberdemocracy, political participation, digital public sphere, political parties

## 1. MILITANTES, PARTIDOS Y ACCIÓN POLÍTICA EN LA RED

Las acción política ve alterados sus rasgos habituales con el desarrollo tecnológico. No sólo a nivel de una ciudadanía organizada que emplea la red como base y soporte de su estrategia (Van Laer y Van Aelst, 2010), sino también al analizar las formas más institucionalizadas dentro de los partidos políticos. La crisis de representatividad expresada en términos de desafección política demanda la necesidad de unas estructuras partidistas más abiertas a la ciudadanía, con iniciativas de transparencia en su gestión cotidiana y que fomenten formas más amplias de participación interna.

El uso de herramientas digitales puede aumentar la capacidad de los partidos (en especial de las estructuras tradicionales) para establecer un mayor contacto y cercanía con los ciudadanos, ampliando y renovando el compromiso democrático. Partiendo de que una de las funciones de la participación es mantener el equilibrio del sistema a través de la legitimación ciudadana (Landsheer, Krasnoboka y Neuner, 1999: 109), la red posibilita el desarrollo de herramientas y soportes que pueden suplir deficiencias de la actividad política tradicional (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011). La distancia con el sistema, expresada en términos de abstención o cinismo político, encontraría un campo de acción en el que experimentar nuevas prácticas destinadas a mejorar el proceso democrático. Y no sólo eso, aquellos ciudadanos más activos afiliados a los partidos políticos verían reforzado su compromiso cívico al encontrar formas más amplias y plenas de participación.

De igual modo, y más allá de la voluntad por fortalecer el funcionamiento de la democracia, internet puede modificar los modos de organización interna y estrategia de los partidos políticos. Las formas de comunicación y la ampliación de repertorios desplegados en un entorno digital servirían para amplificar y fortalecer mensajes, así como para desarrollar nuevas estrategias electorales.

Pese a ello, en muchas ocasiones las acciones de los partidos en la red replican modelos tradicionales de comunicación y relación con los militantes. Su presencia digital se limita a replicar perfiles, lemas e imágenes sin integrar a ciudadanía y simpatizantes en sus procesos de acción política. Como indica José Manuel Noguera: "ante la enfermiza obsesión de los últimos tiempos en la política española para poblar el mayor número de espacios digitales posibles, cuando, en términos de coherencia y credibilidad política, podría ser mucho más rentable una conversación periódica y coherente desde las posibilidades reales de interacción de cada candidato" (2009: 122) y de cada partido.

Esta tendencia describe unas estructuras excesivamente rígidas ante prácticas digitales más flexibles y autónomas (Sampedro, Sánchez-Duarte y Poletti, 2013). Una apertura de procesos y debates internos y externos en la red podría restar capacidad de control a las jerarquías de los partidos en beneficio de su militancia (Norris, 2005; Gibson, Ward y Lusoli, 2003; Jackson y Lilleker 2009). Ante este supuesto riesgo los partidos tienden a burocratizar las actividades políticas digitales restringiendo las opciones de los usuarios y limitando su papel de las prácticas en red de sus afiliados (Stromer-Galley, 2000; Anduiza, 2009).

Pero la participación política digital no sólo contempla las limitaciones que se derivan de las estructuras de los partidos. Muchas de las prácticas desarrolladas por la ciudadanía en la red pueden generar una militancia de segunda categoría sin incidencia política (Chun, Shulman y Sandoval, 2010) y limitada a acciones puramente estéticas. Este tipo de acciones carentes de reflexión generarían una reducción del capital social (Putnam, 2000) de las organizaciones de la sociedad civil y en los partidos desarrollando actividades performativas (Mozorov, 2011) carentes de reflexión y encapsuladas en el entorno digital.

## 2. METODOLOGÍA

El objetivo principal de este trabajo reside en identificar el grado de autonomía de los militantes en relación a los partidos políticos a los que pertenecen, así como identificar las características de sus prácticas políticas en la red. Como punto de partida de la investigación se plantean dos hipótesis:

H1. La autonomía e independencia de los afiliados de PP y PSOE en relación a las estructuras organizativas de sus partidos aumentan con el uso de los recursos digitales.

H2. Las prácticas políticas en la red de los militantes de PP y PSOE describen nuevos repertorios y estrategias de acción colectiva al emplear distintas plataformas y herramientas digitales.

Para testar estas hipótesis se seleccionaron 40 informantes (20 del PP y 20 del PSOE<sup>1</sup>) que tenían una vinculación como afiliados (pagaban una cuota) y conexión habitual a la red<sup>2</sup>. De igual modo y dentro de esos dos grupos se dividieron los sujetos de análisis entre hombres y mujeres. Todos los informantes residían en la Comunidad de Madrid (no sólo en la capital sino en varios municipios de la periferia) y tenían edades comprendidas entre los 18 y los 45 años.

La técnica de análisis elegida fueron entrevistas en profundidad. Se seleccionó este método por adaptarse de una manera más adecuada a los objetivos de la investigación. Con frecuencia la participación interna en los partidos políticos (en especial en los mayoritarios) ha estado marcada por la opacidad. Investigar a los informantes de la muestra desde una dimensión cualitativa y, en especial, con una herramienta como las entrevistas proporciona un cuadro amplio de una gama de escenarios, situaciones o personas a las que no se puede acceder de manera directa.

Y no sólo eso. Por medio de esta técnica se puede acceder a los procesos y las dinámicas organizacionales. Como indican Taylor y Bogdan, el rol de los sujetos que conforman una muestra estudiada desde esta perspectiva no consiste simplemente en revelar sus propios modos de ver, sino que deben describir lo que sucede y el modo en que otras personas lo perciben (1990). De esta manera analizamos las dinámicas individuales y su relación con las burocracias partidistas.

<sup>1</sup> La selección de los partidos políticos se hizo partiendo de un criterio de representatividad obtenida en las últimas Elecciones Generales. Las dos formaciones con un mayor número de representantes fueron incluidas en esta investigación.

<sup>2</sup> En la selección de los sujetos a analizar se les preguntó no sólo por su pertenencia a los partidos sino también por su patrón de conexión a Internet. Sólo aquellos informantes que se conectaban a diario fueron incluidos en la muestra.

### 3. PARTICIPACIÓN DIGITAL EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS

La participación activa en los partidos políticos se ha presentado con frecuencia como un buen método de conexión entre la ciudadanía y sus gobernantes. Esta forma de intervención formal en la política es empleada como correa de transmisión entre representantes y representados, por lo que una posición más relevante e independiente de los afiliados en los partidos garantizaría una mayor eficacia en la representación. A continuación se presenta un análisis a partir del discurso de los afiliados del PP y PSOE con dos líneas argumentales como ejes de intervención: el grado de autonomía de los militantes y sus prácticas políticas en la red.

#### 3.1. MILITANCIA DUAL EN LA RED. ENTRE LA AUTONOMÍA Y LA PRECAUCIÓN

Los discursos centrados en las acciones digitales de los militantes subrayaban el carácter autónomo de las actividades políticas desarrolladas en la red. En primer lugar se destacaba la ausencia de dirigismo por parte de las estructuras, así como la autoría personal de las actividades políticas desplegadas (en especial en las redes sociales). La labor desarrollada por los partidos a través de la red se valoraba más como el establecimiento de una comunicación regular e informativa que como un intento de movilización y control de las acciones de los militantes. Entre estos discursos homogéneos se apreciaban también ciertas prácticas de autocensura. Términos como “sentido común” a la hora de opinar o “prudencia” en la actividad digital describían a unos militantes que sí tenían en cuenta la visibilidad de la crítica a la política desarrollada por sus partidos.

Como hemos indicado antes, el concepto más reseñado entre los entrevistados era el de “independencia”. Esta autonomía era entendida como la posibilidad de desplegar una actividad política propia en la red al margen de las estructuras de los partidos. Los discursos desplegados por los militantes de ambas organizaciones destacaban la ausencia de ingerencias a la hora de elaborar y publicar información en sus perfiles digitales. No sólo eso. Valoraban esta independencia e incluso condicionaban su militancia a que ésta fuese respetada:

Yo en dos años jamás he recibido ningún correo, ninguna indicación sobre si tengo que hacer esto o lo otro. Como mucho nos informan de que a tal día o tal hora se va a lanzar una campaña, y nos piden nuestra ayuda. Nunca me he visto forzado a poner algo porque lo diga el argumentario de la organización en la que milito. Siempre dentro de unos principios de respeto yo me siento totalmente libre de expresar mi opinión y espero que siga siendo así. En el momento que no lo sienta así me plantearé mi militancia, pero no ha llegado ese momento (Sujeto 11. PP).

La ausencia de obligación para publicar o difundir una información concreta se vinculaba con la práctica militante habitual. Frente a la creencia de un funcionamiento cohesionado y sin disidencias dentro de las organizaciones, los sujetos analizados resaltaban las contradicciones en sus acciones cotidianas en el partido. Este hecho definía un contacto con el partido en términos casi siempre informativos más que normativos.

Los partidos políticos enviaban constantemente documentación, argumentarios e

indicaciones sobre la línea temática, el marco de discurso que sus representantes iban a emplear esos días y el hashtag de su estrategia digital. Y los militantes (como hacían fuera de la red) mostraban su autonomía para decidir si replicaban esa información, la modificaban u ofrecían una visión alternativa. Por tanto, la correa de transmisión entre partido y militante se veía fortalecida por el uso de herramientas de comunicación digitales y añadían un eslabón: la producción y transmisión de información en sus perfiles personales. Una acción autónoma y personal de los sujetos.

Yo soy bastante rebelde, me salto todos los protocolos. Es cierto que a veces nos envían argumentarios políticos, pero yo no los publico. Yo los leo, opino, y si hay algo que creo que pueda destacar lo publico directamente como lo envían y otros los hago más míos. Suelo dar mi opinión sin necesidad de que nadie esté imponiéndome la suya (Sujeto 13. PSOE).

Intentamos ser lo más independientes posibles. Sí que es verdad que, no a modo de obligación, sino como consejo, si el partido está siguiendo una línea nos piden que intentemos llevar la misma para atacar desde el mismo punto. Siempre son sugerencias. Desde el partido sí nos suelen llegar correos en relación con el lanzamiento de alguna campaña o si se necesita que todas las agrupaciones pongan un determinado *hashtag*. Muchas veces en mi propio perfil publico cosas contrarias al partido o a la organización pero porque creo que es constructivo, que se vea que no somos robots que estamos programados para seguir fielmente al partido. Nadie puede sentirse coaccionado por militar en una organización política para decir siempre lo que piense porque, si realmente militas en esa organización, es porque compartes su ideario (Sujeto 4. PSOE).

En mi caso elaboro la información de manera personal. Es verdad que en algunas ocasiones Nuevas Generaciones te informa de determinados hashtags, noticias que están más de actualidad para que se comenten dentro de los distintos perfiles, pero yo el uso que le doy es personal desde el punto de vista político. Yo subo información, opiniones, comentarios, que la gran mayoría de las veces van en la línea de lo que dice el partido y hay veces que hay discrepancias personales que creo que son sanas y que ayudan a aumentar el debate político. Es fundamental que no le digas que sí a todo lo que dicen los partidos políticos. Yo milito en el Partido Popular pero no soy un hooligan del mismo. Hay veces en las que discrepo y veces, en la gran mayoría, en las que estoy de acuerdo. El punto positivo está en aportar un valor añadido a lo que tú piensas y comentas (Sujeto 5. PP).

Sin embargo, esa autonomía no estaba exenta de problemas. Algunos de los discursos indicaban los costes por disentir de la línea oficial del partido. Los dirigentes de la organización (a todos los niveles) ejercían un control de la actividad de sus militantes en las redes. Ante opiniones y posicionamientos contrarios hacían saber su disconformidad. Este planteamiento reforzaba la idea de que el debate interno tenía que producirse siempre dentro de los canales oficiales del partido y nunca en el exterior. Pese a ello, los discursos reforzaban la "imprescindible" salud democrática derivada de una expresión libre y sin condicionamientos.

Publico lo que me da la gana. Sí que me han dado un toque alguna vez. Una vez que salió la Alcaldesa Ana Botella criticando a Nuevas Generaciones se publicó desde mi sede un tuit que no gustó. Sin embargo, lo que consiguieron fue enfurecernos más. Nos hacen recomendaciones, pero eso ya cada uno lo gestiona como quiere (Sujeto 19. PP).

El debatir de todos los asuntos en las redes es algo que me ha traído problemas, porque yo siempre he opinado lo que yo he creído y hay gente a la que no le gusta y quiere que pienses como la cúpula del partido y que te ciñas a eso. Pero yo creo que es una regla democrática, que todos podamos opinar (Sujeto 3. PSOE).

Pero tras la defensa férrea de la independencia de los militantes los discursos de autonomía presentaban ciertos matices. El más claro giraba en torno a la prudencia en el uso de las redes sociales. El sentido de pertenencia a una organización política implicaba “ser conscientes” de la responsabilidad asumida. No sólo en términos de un uso con “sentido común”, sino también en el control de los contenidos. Una actividad individual errónea podría tener unas consecuencias en la imagen del partido, por lo que el disenso, antes reseñado como una de las características más importantes de la acción política digital, debía tener ciertos límites. En cierta manera se apreciaban rasgos de autocensura inherentes a la pertenencia a un partido político.

En cuanto a la elaboración de la información hay dos tipos de vías, dos tipos de canales. Uno en relación a NNGG de toda España, desde donde todos los viernes lanzan los temas que se van a tratar y nos suelen pedir que movamos hashtags. En ese sentido no es que todos tengamos que hablar de lo mismo, sino que se hace un poco de publicidad de lo que la organización hace en España y nosotros comenzamos a moverlo. Luego desde Madrid se nos pide el favor de difundir algún tipo de información. A mí nadie me dice “no publiques esto”, pero se presupone que si manejas las redes sociales vas a tener cierto sentido común (Sujeto 10. PP).

En determinados momentos cuidas más tu imagen, y ahí también influye el grado de implicación que tú tengas. Si estás muy muy implicado pues tampoco vas a dar una sensación de lo que no es tu vida. Es decir, no te vas a limitar a subir fotos de copas con tus amigos. Cuidas un poco la imagen que puedes dar y que puedas proyectar desde fuera (Sujeto 8. PSOE).

Muchas veces en tus redes sociales tienes que respaldar al Gobierno aunque no estés de acuerdo. Si Nuevas Generaciones no está en contra del partido, nosotros desde nuestras redes personales tampoco lo vamos a estar (Sujeto 11. PP).

El argumento sobre la necesidad de prudencia y sentido común se reforzaba a medida que aumentaba la implicación con el partido. Y especialmente cuando se asumía algún tipo de representación (por mínima que fuera) en la organización. Podemos concluir que la autonomía expresiva de los militantes gana cierto campo de acción frente a los límites impuestos por las estructuras partidistas. Cabría preguntarse hasta qué punto ese control desde los partidos se ha vuelto más eficaz en el entorno digital al poderse fiscalizar de manera más efectiva las opiniones de sus cargos, frente a la visión optimista y abierta habitual.

La forma de uso de mis redes sociales cambia un poco desde el momento en el que asumes algún cargo de responsabilidad política. Tienes que cambiar en cierta medida tu forma de expresarte. Yo me hago cargo de una Secretaría General a nivel local y gozo de bastante autonomía en general, pero tampoco es total, ya que se pertenece a una organización con unas ideas y no se pueden hacer manifestaciones claramente contrarias a la propia organización (Sujeto 15. PSOE).

Prefiero ser prudente en las redes sociales. Creo que hay comentarios que aunque una persona los piense y esté de acuerdo con ellos debe ser capaz de saber que está representando a una institución. Cuando uno tiene, como yo, un cargo orgánico debe saber que cualquier comentario se puede sacar de contexto (Sujeto 7. PP).

Por tanto podemos concluir que pese a la autonomía, defendida con entusiasmo por la gran mayoría de entrevistados, surgían “consejos” por parte de los partidos abogando por la “prudencia”. La publicación del disenso debía de estar controlada. De igual modo se asumía cierta pérdida de independencia al ascender en la escala de jerarquía del partido. En relación a estas líneas discursivas resulta necesario analizar hasta qué punto estas tendencias generan y condicionan las acciones en la red de los militantes. ¿Se ven estas ampliadas o por el contrario trasladan al contexto digital las formas de acción convencionales?

### **3.2. ¿NUEVOS REPERTORIOS DIGITALES DE ACCIÓN?**

Las prácticas políticas digitales de ambos partidos muestran características muy similares. Las redes se convierten en la gran aspiradora del tiempo y la actividad política. Un terreno de juego que define las prácticas y condiciona los modos de hacer e intervenir en los asuntos públicos y en las dinámicas internas del partido. La hegemonía de las redes como espacios de acción política reduce la actividad a dominios paraparlíticos (como facebook y twitter) diseñados para otros fines (entretenimiento) y redefinidos (o al menos complementados) por el uso político que le dan los usuarios.

Habitualmente utilizo internet para retuitear cosas del partido, comentar noticias que ponen mis compañeros en Facebook... A veces también envío correos, aunque eso hace mucho que no lo hago. También me parece mejor, ya que mucha gente de mis direcciones acababa cansada con tanta noticia sobre el PSOE (Sujeto 15. PSOE).

Casi toda la política que hago en la red es por twitter. Me entero de lo que hacen mis compañeros y es más fácil para conocer lo que hace el partido. A veces también firmo peticiones en Change.org, pero no me gusta demasiado por tener que dar los datos y porque casi todas son en contra del gobierno. Me siento más cómodo haciendo cosas en mi cuenta de twitter. También me permite ver lo que hace otra gente (Sujeto 17. PP).

Esta tendencia implica, como indicamos antes, la limitación de la actividad política de los militantes en la red. Es importante señalar que la pertenencia a un partido puede ser considerada como una participación política activa y que, por lo tanto, los repertorios digitales de acción también deberían mostrar un patrón más intensivo que el desplegado por el resto de la ciudadanía. Una de las explicaciones a esta ausencia de acciones más sofisticadas de participación digital residía en las continuas referencias a la necesidad de complementar la actividad en internet con eventos fuera de la red.

En la mayoría de los discursos se realizaba una defensa del valor de las redes en términos de difusión y convocatoria. La red favorece la rapidez y amplifica las convocatorias, pero tiene el riesgo de quedarse en una acción deslocalizada de lo cotidiano. Los riesgos del encapsulamiento digital son identificados con claridad por parte los militantes. La interacción física, el contacto con la ciudadanía, la celebración de rituales partidarios

servirían como complemento a una actividad digital excesivamente reducida. De este hecho tal vez podamos deducir cómo la política digital de los partidos sigue teniendo una alta dependencia de eventos políticos convencionales que aún condicionan y prevalecen en la relación de los militantes con sus organizaciones.

Siempre utilizo las redes como medio de convocatoria. La idea cuando se convoca un acto es que sea en un lugar físico, que vaya gente, que lo vea y que quede concienciada con lo que has intentado hacer. Pero las redes sociales son un instrumento muy importante para difundir ese evento, mucho más importante que lo que pueden ser folletos o un reparto (Sujeto 3. PSOE).

Las redes sociales no pueden sustituir a las relaciones personales. Tienen que ser siempre un complemento, y siempre que sea así yo veo bien su uso. Si se usan las redes para decir cosas que no te dirías a la cara, ahí creo que sí habría un problema de comunicación (Sujeto 8. PP).

Hay gente que se ha limitado a comunicarse por twitter y facebook y se pierde la esencia del cara a cara, de contactar con la gente y de explicarles las cosas. Yo prefiero sentarme con alguien tomándome un café y explicarle las cosas que se están haciendo políticamente a explicarlo a través de las redes. ¿Que es necesario?... Sí, porque te lee mucha más gente, pero creo que no debemos perder el plus que da el cara a cara y el contacto con la gente (Sujeto 5. PSOE).

Siguiendo con esta línea, hay una parte de los discursos que abordaban la eficacia de la acción política en red y, más en concreto, de la política realizada en las redes sociales. Sin embargo, algunos de los militantes entrevistados señalaban el abismo existente entre la información y la implicación. Conocer un tema o difundir un evento concreto a través de perfiles digitales puede condicionar una militancia de segunda categoría. Incluso dentro de los partidos conformaría un tipo de ciberactivista sin incidencia, alejado de las preocupaciones de la ciudadanía.

De nuevo los argumentos de ambos partidos indicaban que el único modo de superar las carencias de la política digital (hiper-rapidez, espacio reducido de expresión) pasaba por un contacto presencial. Sólo de esa manera sería posible el debate sosegado centrado en las cuestiones políticas, así como en las decisiones sobre asuntos públicos tomadas por los partidos.

Las redes sociales tienen su parte buena y su parte mala. La parte buena es que eres capaz de llegar a todo el mundo. Si la cuenta del partido tiene 2000 seguidores, tienes ya a una buena parte de la población que lo sabe, pero la parte mala es que solamente lo saben, no se interesan. No es lo mismo compartir una información y que la vean de soslayo que la acción de ir a la puerta del instituto, de ir a la casa de la juventud, de hablar con ellos y de argumentar. [...] A lo mejor estoy muy chapado a la antigua, pero eso de ir a la calle y repartir folletos, hablar con la gente, contar las campañas que hemos hecho, como la del sida, o la revista que hacemos, es lo que más llega. La gente que se interesa por un determinado Twitter ya sabes que tiene un interés, pero no podemos quedarnos ahí, en solamente llegar a los afines o a los contrarios, pero hay una gran masa de gente a la que también puede interesarle tu discurso. No pierdes nada por intentarlo, y eso sólo puedes conseguirlo en la calle. La recepción en la calle es más gratificante que el que te hagan cinco retuits (Sujeto 1. PSOE).

No me gusta utilizar las redes sociales como medio de convocatoria porque no existe privacidad, y a mí, a la hora de convocar, me gusta más el trato directo con el afiliado. Me gusta que sea algo más personal. Una vez realizado el acto, sí lo difundo por las redes (Sujeto 14. PP).

Estamos en un momento político muy duro, en el que el ciudadano quiere saber qué se está haciendo y que se lo expliquen, y no quedarse con el titular. Eso es peligroso porque con la limitación de espacio que tienes es difícil explicar las medidas que se están llevando a cabo. Creo que la red es un buen medio para explicárselo a la gente, pero como una explicación o un debate cara a cara, no hay nada (Sujeto 5. PP).

Resumiendo, podemos indicar cómo la actividad política digital de los militantes de PP y PSOE se limita casi en exclusiva a las redes sociales y, en especial, a las de mayor penetración. Los entrevistados destacan, de una manera intensiva, la importancia de combinar las acciones digitales con otras más convencionales y en contextos físicos. Sólo de esa manera encuentran significado a sus acciones en la red.

#### **4. CONCLUSIONES**

Como indicamos antes, la afiliación a distintos partidos puede considerarse como una forma activa de ciudadanía (al menos partiendo de la cultura política española, con índices bajos de participación). A menudo, los marcos de actividad política se han limitado a discursos polarizados con un enfrentamiento continuo desde posiciones antagónicas. La pertenencia a un partido (en especial a los mayoritarios) implicaba una distinción de militantes, argumentos y prácticas. Sin embargo, y como primera conclusión general de esta investigación, podemos indicar que no existen diferencias significativas entre los discursos de los militantes del PP y PSOE. En los dos casos se describían actividades similares que confirmaban una tendencia descrita en investigaciones precedentes: la red iguala y homogeiniza los perfiles de quienes realizan prácticas políticas en la red, con independencia de la afiliación partidista (Sampedro, Sánchez-Duarte y Campos, 2014).

En relación a la primera hipótesis planteada, y aunque muchos de los discursos reseñaban la prudencia (autocensura) a la hora de desplegar acciones políticas digitales, la gran mayoría destacaba y reivindicaba su autonomía. El concepto de militante como “agente electoral” (autómata y dirigido) quedaba difuminado por otro tipo de actores que, si bien muchas veces seguían la línea de los “argumentarios” y los hashtag enviados desde la dirección de los partidos, demandaban más crítica, autonomía y flexibilidad.

Esta tendencia confirma la primera hipótesis. Los afiliados de PP y PSOE han visto aumentar su independencia en relación a las estructuras organizativas de sus partidos con el uso de los recursos digitales. Sin embargo, dicha independencia no está exenta de contradicciones. Como se apreciaba en los argumentos de algunos de los informantes, se estaba asentando una tendencia cada vez más común a emplear los recursos digitales con “sentido común” y con “prudencia”. En especial a medida que se aumentaba la vinculación con el partido, por ejemplo al asumir algún cargo interno.

Sobre los repertorios digitales de los militantes, la mayoría de los entrevistados situaba las redes sociales como única herramienta para desarrollar una actividad política en la red. Las respuestas espontáneas acerca de sus acciones digitales pasaban por un relato sobre la gestión de sus perfiles en plataformas como facebook o twitter sin vinculación a una estrategia determinada. Este rasgo desestima la segunda hipótesis. Los nuevos repertorios de acción colectiva resultan muy limitados y encapsulados, en su mayoría, en las plataformas de las redes sociales con mayor penetración.

Por tanto, los miembros del PP y el PSOE describían prácticas políticas digitales básicas y sujetas al monopolio de dominios parapolíticos. El supuesto surgimiento de repertorios más sofisticados, estratégicos y potenciados por el entorno digital, quedaba reducido a prácticas elementales. Y no sólo eso. La lógica de la red, abierta y colaborativa, no se integraba en las acciones cotidianas de los militantes dentro de los partidos, que acababan desarrollando una alta dependencia de los eventos tradicionales de sus organizaciones.

Como conclusión final podemos identificar la pérdida de un valor importante en términos de estrategia electoral, participación digital y salud democrática interna de los partidos políticos. Como se ha demostrado, los afiliados a PP y PSOE reivindicaban su autonomía e independencia a la hora de participar en política. Sin embargo, sus prácticas resultaban básicas y encapsuladas en las redes sociales. Habría que replantearse hasta qué punto esta tendencia tiene su origen en las rutinas y el funcionamiento de las propias estructuras partidistas. Tal vez aquellos militantes más motivados con su partido siguen sin encontrar foros donde expresarse y participar de una manera más activa, demandando espacios para una reflexión y deliberación imposible de realizar por los canales tradicionales.

Si las formas de participación en las organizaciones se limitan a pegar carteles o replicar estrategias digitales, los militantes no reconocerán ingerencias en sus prácticas, pero tampoco un papel relevante y significativo en los procesos políticos. La duda residirá en qué posición se reservará para ellos cuando demanden una mayor inclusión en los procesos de decisión de los partidos. Y si estas estructuras querrán abrir el proceso a todos los miembros de las organización.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anduiza, E. (2009): "The Internet, Election Campaigns and Citizens: State of Affairs". *Quaderns del Cac*, 33, pp. 5-12.

Chun, S., Shulman, S. y Sandoval, R. (2010): "Government 2.0: Making connections between citizens, data and government". *Information Polity The International Journal of Government & Democracy in the Information Age*. vol. 15, Issue ½, pp. 1-9.

De Landshteer; Ch. Krasnoboka, N. y Neuer C. (1999): "La facilidad de utilización de los "web sites" de partidos políticos. Estudio de algunos países de Europa del Este y Occidental". *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, nº6, pp.107-162.

Gibson, R.; Ward, S. y Lusoli, W. (2003): "The Internet and Political Campaigning: The New Medium Comes of Age?". *Representation*, vol. 39, nº 3, pp. 166-180.

Jackson, N. y Lilleker, D. (2009): "Building an architecture of participation? Political parties and Web 2.0 in Britain". *Journal of Information technologies and Politics*, vol. 63, nº 4, pp. 232-250.

Mozorov, E. (2011): *The netdesilusion. The dark side of Internet freedom*. Public Affairs.

Noguera, J. M. (2009): "Actitudes de los políticos en Internet: viejos mensajes frente a nuevas relaciones". En R. Zamora Medina (coord.) *El candidato 'marca'. Cómo gestionar la imagen del líder político*. Madrid: Fragua

Norris, P. (2005): "The Impact of the Internet on Political Activism: Evidence from Europe". *International Journal of Electronic Government Research*, vol. 1, nº 1, pp. 525-536.

Putnam, R. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Cornell University Press.

Sampedro, V.; Sánchez-Duarte, J. M. y Campos, E. (2014): "Participación ciudadana en las campañas electorales. Debates teóricos y una aproximación tipológica". En Cotarelo, R. y Olmeda, J. A. (Comps.) *La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Sampedro V.; Sánchez-Duarte, J. M. y Polleti, M. (2013): "Ciudadanía y tecnopolítica electoral. Ideales y límites burocráticos de la participación digital". *Revista Co-herencia*, vol. 10, nº 18, pp. 105-136.

Sampedro, V. y Sánchez-Duarte, J. M. (2011): "La red era la plaza". En: Sampedro, V. (ed.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid: Editorial Complutense, pp. 237-246. Disponible en internet: <http://www.ciberdemocracia.es> [Consulta: 25 de octubre de 2014]

Stromer-Galley, J. (2000): "On-line interaction and why candidates avoid it". *Journal of Communication*, vol. 50, nº 4, pp. 111-131

Taylor, S.J y Bogdan, R. (1987): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós Básica.

Van Laer, J. y Van Aelst, P. (2010): "Internet and social movement action repertoires". *Information, Communication & Society*, 13:8, pp. 1146-1171.

