



REDES SOCIALES
EN EL
PARLAMENTO VASCO



IX LEGISLATURA

ÍNDICE

- I. INTRODUCCIÓN.**
- II. PRESENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PARLAMENTO VASCO.**
 - a. Observaciones previas.**
- III. FACEBOOK.**
- IV. TWITTER.**
- V. BLOG.**
- VI. IDENTIDAD DIGITAL.**
- VII. CONCLUSIONES.**
- VIII. APÉNDICE.**

I. INTRODUCCIÓN.

Apenas hay consenso en la definición de las redes sociales, pero *grosso modo* se pueden explicar como los sitios en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, o como una herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos¹.

Son varios los trabajos que han estudiado el fenómeno de las redes sociales en Internet (cf. 2007, artículo de Journal of Computer-Mediated-Communication del año 2007², el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO)³, Wikipedia⁴, The Economist⁵).

Según un informe realizado para la compañía de Investigación en Internet *comScore Media Metrix* de octubre de 2011⁶, España, junto con Estados Unidos y el Reino Unido, encabezan la lista mundial de uso de las redes sociales entre los internautas. Respecto al porcentaje de usuarios de internet que utilizan las redes sociales, en los tres países de cabeza –España, EEUU y el Reino Unido–, éste alcanza el 98% seguido, muy de cerca por países como Brasil con el 97% o el de la mayor parte de los países latinoamericanos que llega al 96%.

Atendiendo a las conclusiones del informe del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) sobre redes sociales en España de diciembre de 2011⁷, España se sitúa a la cabeza del ranking mundial de usuarios activos en redes sociales ocupando el tercer puesto con un 77%.

¹ Definición proporcionada por el estudio titulado AAVV, *Las redes sociales en Internet* (ONTSI). Diciembre 2011, p. 12, <http://manuelfandos.es/wp-content/uploads/2011/12/1322729705471.pdf>.

² Artículo de M.Bold, Danah y B. Ellison Nicole, "Social Network Sites: Definition, history and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, volume 13, issue 1, October 2007, pages 210-230. En la página 211 de dicho trabajo se definieron las redes sociales como: servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra.

³ En su trabajo titulado *Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online*, p. 7, del año 2009, las define como "los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado". http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios/est_red_sociales_es.

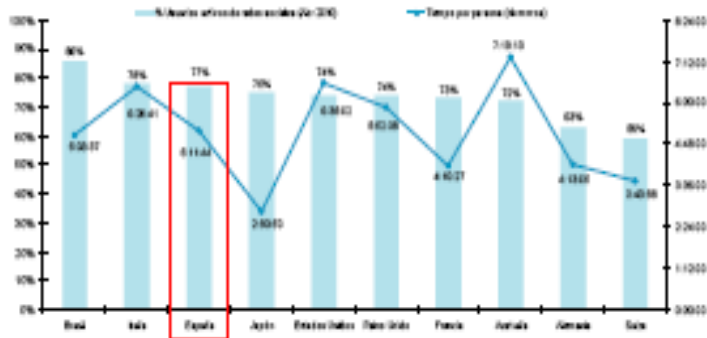
⁴ En la dirección http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social se definen como estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

⁵ "A world of connections. A special report on social networking" in *The Economist*, January 30th 2010, dirección web <http://www.economist.com/node/15351002>. En este semanario se explica que la mayor contribución de las redes sociales ha consistido en dotar de un lugar en el mundo a una humanidad sumida en la soledad de un mundo frío y tecnológico. Otra gran aportación consiste en haberlas transformado en inmejorables herramientas de comunicación masiva.

⁶ Información recogida en el diario *El Mundo* de 5 de enero de 2012.

⁷ AAVV, *Las redes sociales en Internet*, op. cit., p. 25.

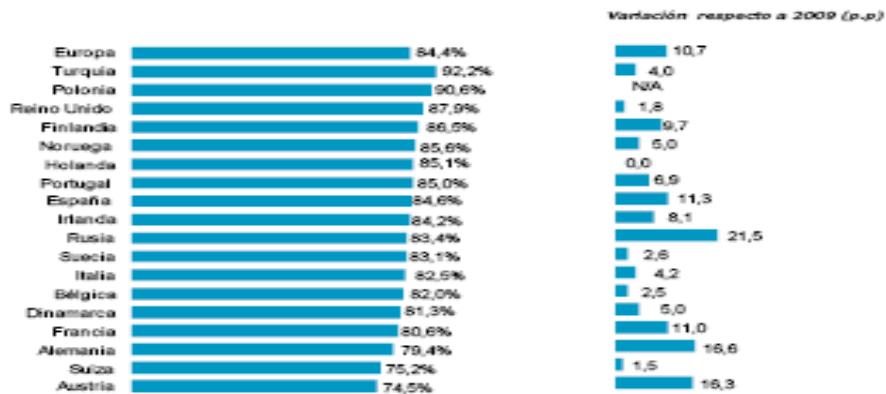
Gráfico 4. Usuarios activos de redes sociales y tiempo de conexión, por países



Fuente: Elaboración propia ONTSI a partir de datos publicados en "Social Networks/Blogs Now Account for One in Every Four and a Half Minutes Online". The Nielsen Company, 2010

En lo que concierne al marco europeo, el siguiente gráfico refleja la penetración de las redes sociales por mercado en Europa durante 2010. España ocupa el puesto octavo del ranking europeo y su variación respecto a 2009 ha crecido un 11,3%⁸.

Gráfico 7. Penetración de las redes sociales por mercado en Europa durante 2010



Base: usuarios de Internet

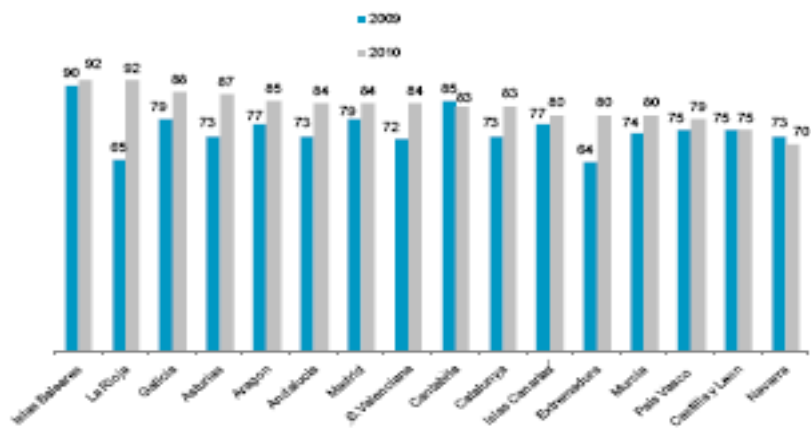
Fuente: Elaboración propia ONTSI a partir de "Europe Digital Year in Review 2010". Datos del panel, comScore Media Metrix, Dic-2010 vs. Dic-2009. ComScore, 2011

A continuación, el gráfico sobre uso de redes sociales segmentado por Comunidades Autónomas muestra que en las Islas Baleares y la Rioja es donde se hace un mayor uso de ellas. El País Vasco se sitúa en la decimocuarta posición con un 79% en 2010⁹.

⁸ AAVV, *Las redes sociales en Internet*, op. cit., p. 27.

⁹ *Ibidem*, p. 33.

Gráfico 13. Uso de redes sociales por internautas en Comunidades Autónomas (%)

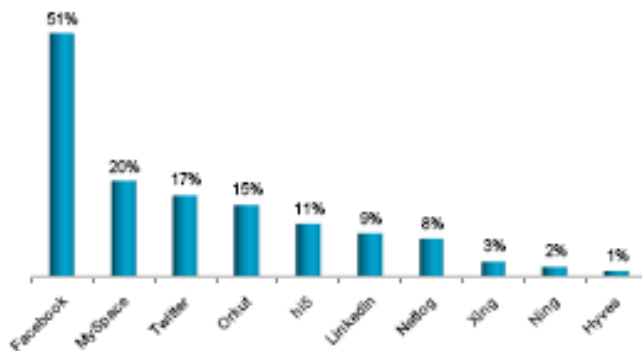


Base: 1.875 internautas

Fuente: Elaboración propia ONTSI a partir del "Estudio de Hábitos de Internet". Red de Blogs, Ocio Network, 2011

En cuanto a las preferencias de los usuarios de redes sociales a escala mundial, un 51% elige Facebook, muy por encima del resto de redes. En tercer lugar se sitúa Twitter, con un 20% de usuarios que lo eligen¹⁰.

Gráfico 3. Las 10 redes sociales más usadas en el mundo



Base: 2.884 internautas

Fuente: Elaboración propia ONTSI a partir de datos publicados en "Social Media around the world". InSites Consulting, 2010

¹⁰ AAVV, *Las redes sociales en Internet*, op. cit., p. 2.

Para el caso de España los datos son muy similares: el 54% de los usuarios de redes sociales en España prefieren Facebook y el 20%, sin embargo, Tuenti¹¹.

Tabla 6. Preferencia de redes/comunidades/aplicaciones

RED PREFERIDA	RED TIENE CUENTA Y UTILIZA										
	Total	Facebook	Tuenti	Messenger	Twitter	Foros	Blogs	YouTube	Skype	LinkedIn	MySpace
	1522	1.001	635	1120	258	526	228	722	618	317	102
Facebook	54%	50%	35%	51%	49%	48%	50%	48%	52%	50%	53%
Tuenti	20%	17%	49%	21%	19%	22%	17%	24%	22%	5%	18%
Messenger	13%	12%	8%	17%	4%	9%	6%	11%	9%	3%	12%
Twitter	3%	3%	2%	2%	10%	0%	5%	4%	5%	10%	2%
Foros	2%	2%	1%	2%	1%	7%	3%	2%	2%	5%	1%
Blogs	2%	2%	2%	1%	4%	4%	12%	2%	1%	2%	-
YouTube	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	4%	2%	2%	3%
Skype	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	4%	3%	-
LinkedIn	1%	1%	-	1%	4%	1%	2%	2%	2%	16%	2%
MySpace	1%	1%	1%	1%	-	1%	-	1%	1%	-	6%

Base: 1.522 usuarios de redes sociales

Fuente: "Informe de resultados Observatorio de Redes Sociales". The Cocktail Analysis. Tercera oleada, febrero de 2011

¹¹ AAVV, *Las redes sociales en Internet*, op. cit., p. 28.

II. PRESENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PARLAMENTO VASCO.

a. Observaciones previas.

Los datos recogidos en el apéndice en función de los cuales se ha elaborado el presente estudio y que corresponden a las redes que utiliza una parte de los/as parlamentarios/as vascos/as como Facebook, Twitter y Blogs tienen un carácter provisional. Se trata de entornos digitales algunos de los cuales que no se actualizan periódicamente o simplemente pueden haber caído en desuso. Tampoco se ha estudiado la actividad que registran los blogs públicos (no los privados, sino los que pertenecen a un determinado grupo parlamentario): aparte de conocer qué parlamentarios/as se han dado de alta en el blog de su grupo político, no nos hemos detenido en cuantificar la actividad de su uso.

En definitiva, el presente trabajo apoya su valoración en datos estrictamente cuantitativos, pero en ningún caso se analiza ni la actividad, ni la calidad de las cuentas Facebook, Twitter y Blogs.

Tomando en consideración los datos proporcionados anteriormente sobre las redes sociales más utilizadas, se ha estimado tener en cuenta los entornos digitales arriba mencionados (Facebook, Twitter y Blog), sirviéndose para su análisis del modelo de estudio de Antonio Gutiérrez-Rubí y David Álvarez¹².

A continuación se recuerda que la presente legislatura dio comienzo en marzo de 2009 y que la composición de la Cámara Vasca quedó de la manera que sigue:

¹² Gutiérrez-Rubí, A (autor). et Álvarez, D (compilador), Widgets en Parlamento 2.0 de la página web <http://www.gutierrez-rubi.es/widget-parlament-2-0/>

GRUPOS PARLAMENTARIOS

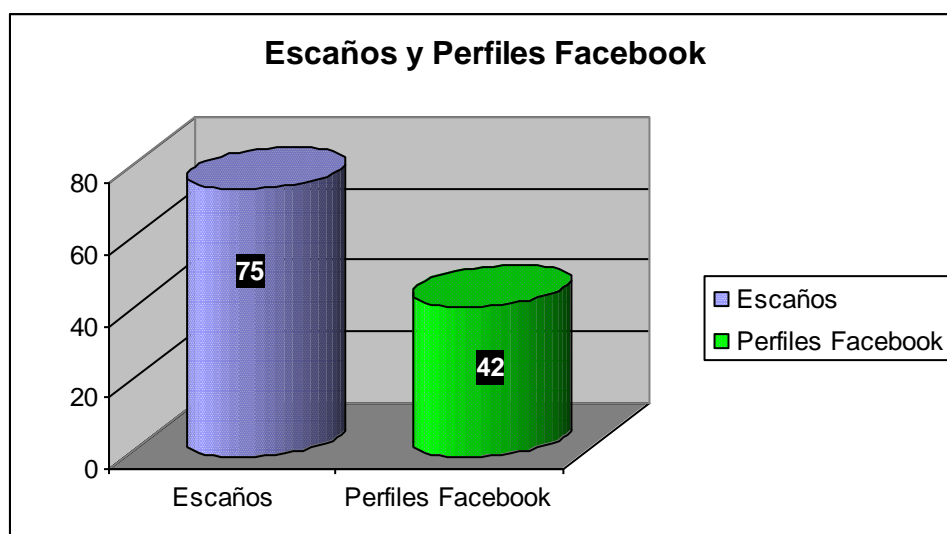
CANDIDATURAS ELECTORALES

Nombre	Escaños:	Logotipo
<u>Euzko Abertzaleak -Nacionalistas Vascos</u>	30	
<u>Socialistas Vascos-Euskal Sozialistak</u>	25	
<u>Popular Vasco-Euskal Talde Popularra</u>	13	
<u>Aralar</u>	4	
<u>Mixto-Eusko Alkartasuna</u>	1	
<u>Mixto-Ezker Anitza-IU</u>	1	
<u>Mixto-UPyD</u>	1	

III. FACEBOOK.

Existen fundamentalmente dos tipos de perfiles (cuentas) en Facebook, a diferencia de Twitter, donde todas las cuentas poseen los mismos atributos generales (cuentas abiertas, públicas, donde cualquier usuario puede seguirlas). En Facebook los perfiles pueden ser personales y públicos. Por precisar brevemente los perfiles personales son los que tienen la mayoría de usuarios y necesita una autorización previa por parte del titular de dicho perfil para que le puedan seguir. Los públicos, sin embargo, son perfiles que no requieren autorización previa para seguirlos e interactuar con el titular o administrador del perfil¹³.

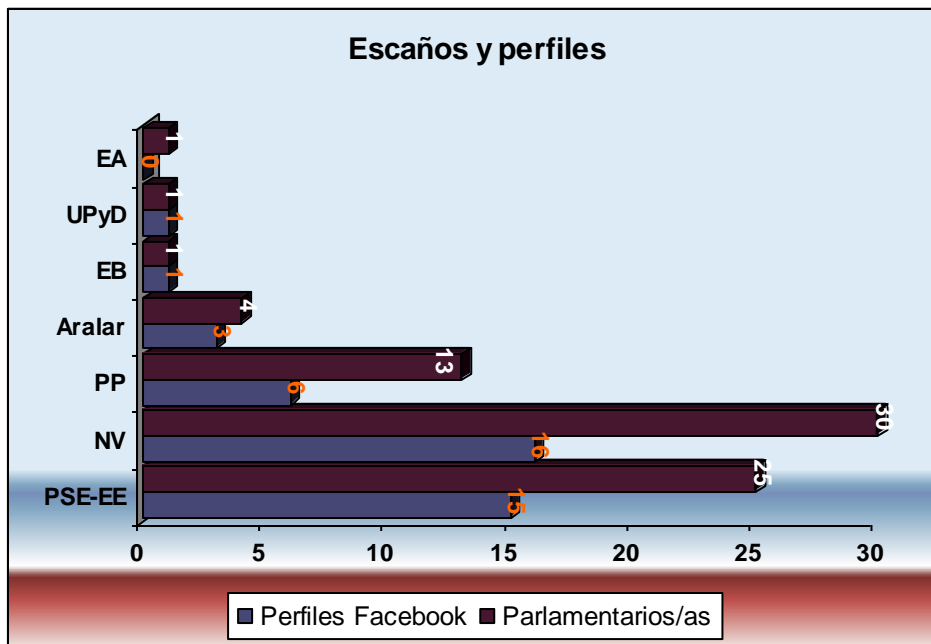
En el Parlamento Vasco, se observan 42 perfiles: todos ellos personales.



Facebook es, sin duda alguna, el tipo de red social que más utilizan los/as parlamentarios/as vascos/as. Ocurre lo mismo en el Congreso de los Diputados: de 350 diputados, 142 tienen perfil Facebook.

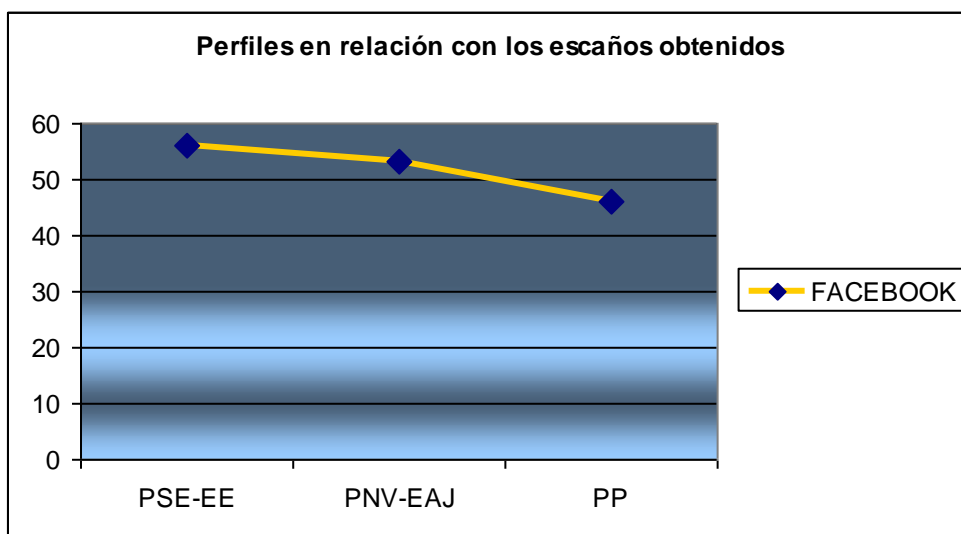
En cuanto a su distribución por partidos: el PSE-EE de 25 parlamentarios/as, 15 tienen perfil, Euzko Abertzaleak tiene 16 perfiles de 30 parlamentarios/as, el PP de 13 parlamentarios/as 6 perfiles; Aralar, de 4 parlamentarios/as, 3 tienen perfil. En el caso de EB y UPyD, de 1 parlamentario 1 perfil y finalmente EA no cuenta con ningún perfil en Facebook.

¹³ Definiciones proporcionadas por Gutiérrez-Rubí, A. et. Álvarez, D., Widgets en Parlamento 2.0, *op.cit*, p. 5.



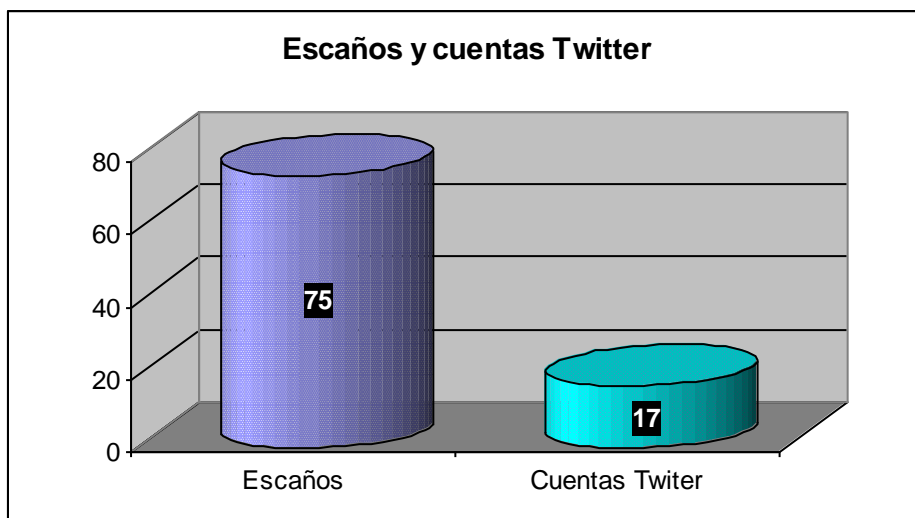
En este caso, el PNV obtiene cuantitativamente mayor número del total de parlamentarios/as con perfil Facebook. Un **38,1%**, seguido del PSE-EE a menos de tres puntos con un **35,7%**.

No obstante, teniendo en cuenta los grupos mayoritarios y exceptuando los grupos con un único representante parlamentario, en proporción el PSE-EE cuenta con mayor representación digital en Facebook en función de los esaños obtenidos: los 15 usuarios de Facebook ocupan un **60%** de los 25 esaños; el PNV, con 16 perfiles, obtiene el **53,3%** del total de sus 30 esaños, seguido del PP con un **46,1%** (con 6 perfiles).



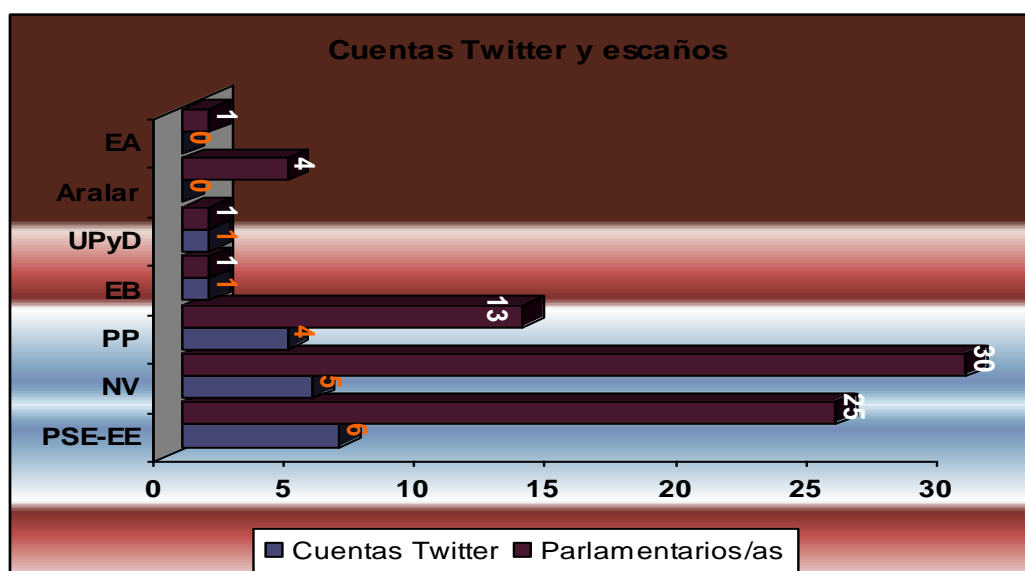
IV. TWITTER.

Se han contabilizado 17 cuentas Twitter entre los 75 escaños de la Cámara.

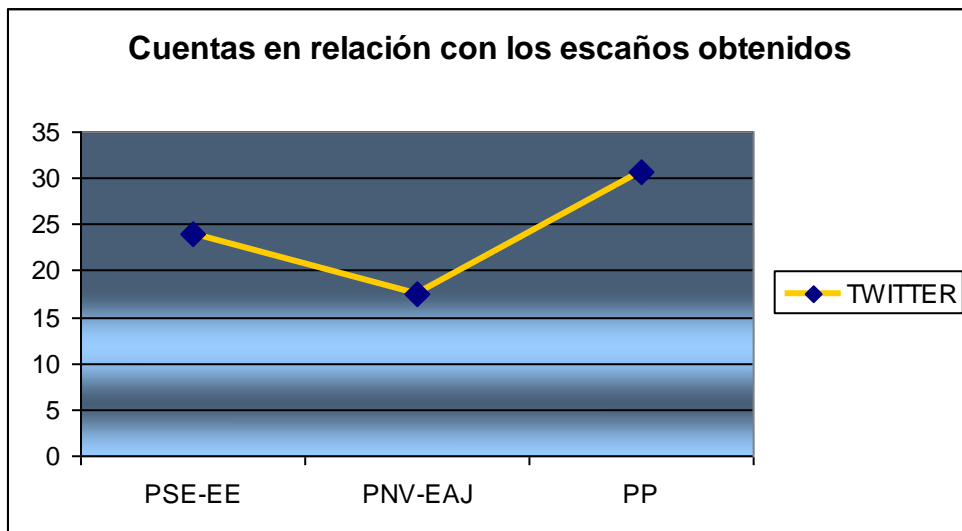


Como muestra el gráfico, la presencia en Twitter segmentada por partidos no se corresponde con la presencia de dichos partidos en cuanto a los escaños obtenidos en las elecciones autonómicas de 2009. Se detecta un fenómeno similar en el Congreso de los Diputados en relación con los resultados de las elecciones generales de noviembre de 2011: de 350 diputados/as, 152 tienen cuentas Twitter. El PP, de 185 diputados tiene 48 cuentas (**25,9%**) y el PSOE, de 110 diputados tiene 64 cuentas (**58,2%**).

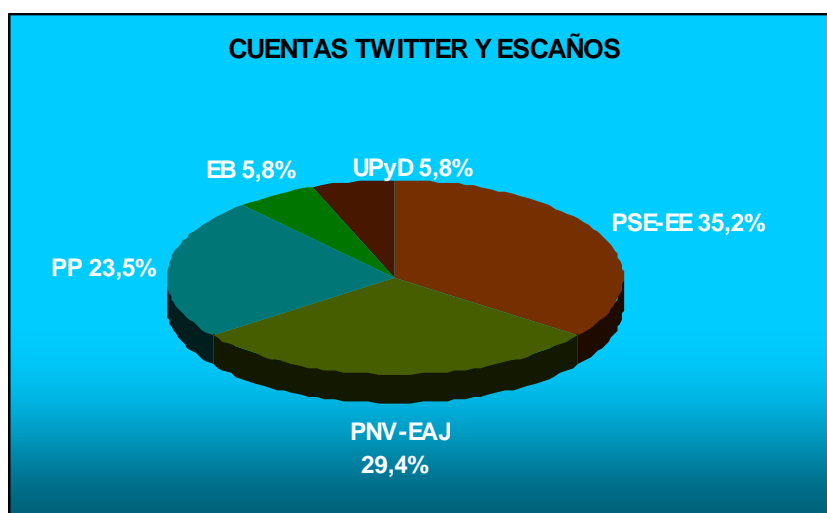
En el caso del Parlamento Vasco, el PSE-EE contabiliza 6 cuentas Twitter, Euzko Abertzaleak tiene 5, el PP 4 cuentas, en el caso de EA y UPyD 1 cuenta y finalmente ni EA ni Aralar disponen de cuenta alguna.



En lo que concierne a la relación de las cuentas con los escaños obtenidos por cada grupo político mayoritario, en este caso, el PP registra el porcentaje más alto con un **30,7%** (de 13 parlamentarios/as 4 cuentas). En segundo lugar, se sitúa el PSE-EE con un **24%**, con 6 cuentas de 25 parlamentarios/as, seguido del PNV-EAJ con tantas cuentas como el PSE-EE, pero de 30 escaños, que suponen el **17,6%**.

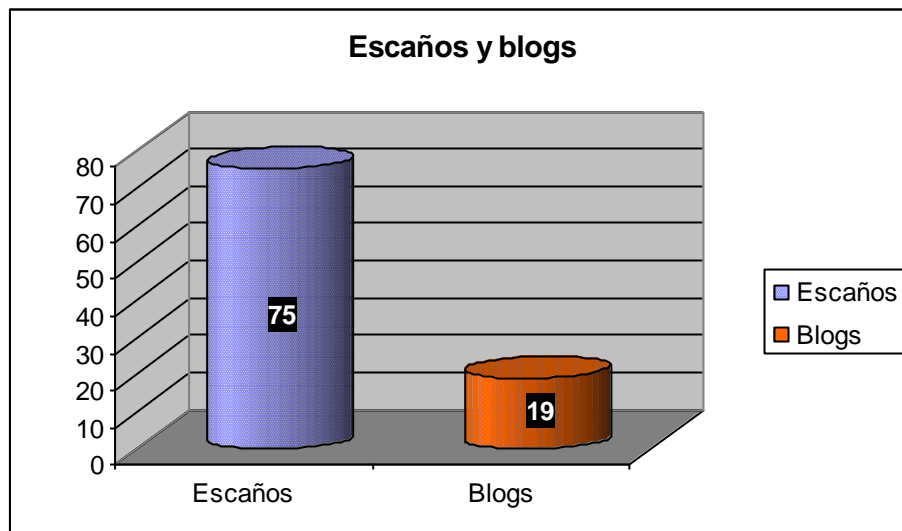


No obstante, estos mismos datos en porcentajes indican que el PSE-EE es el grupo parlamentario con mayor representación digital, a pesar de ser la segunda fuerza más votada.

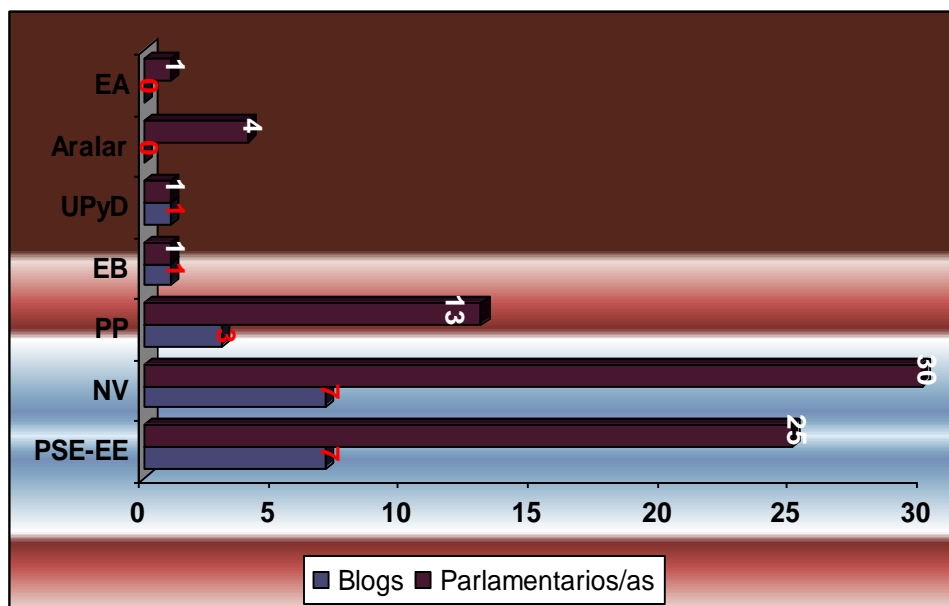


V. BLOG.

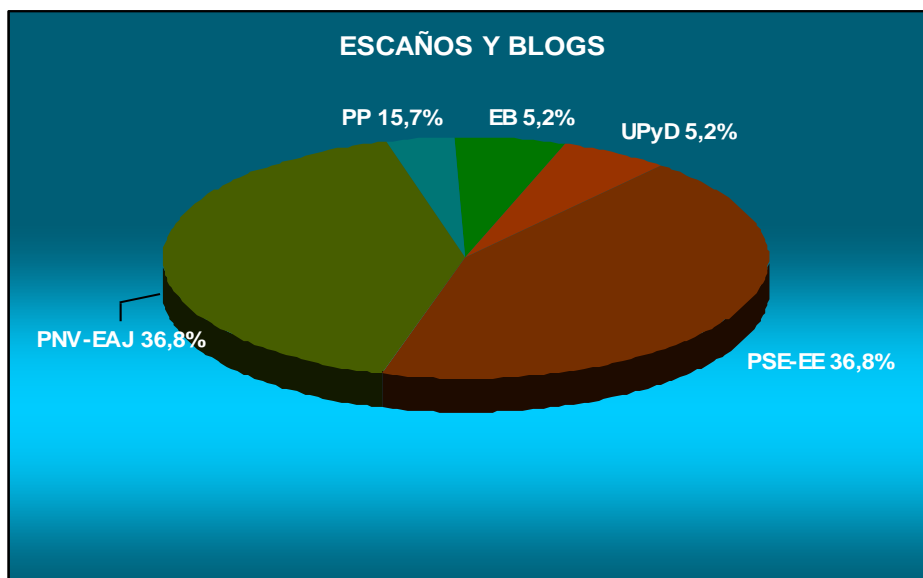
En cuanto al siguiente entorno digital, se registran entre los parlamentarios/as vascos/as 19 blogs: 6 son blogs públicos y todos ellos pertenecen al grupo Euzko Abertzaleak. Los 13 blogs restantes son privados. Por otro lado, ni Aralar ni EA tienen blogs.



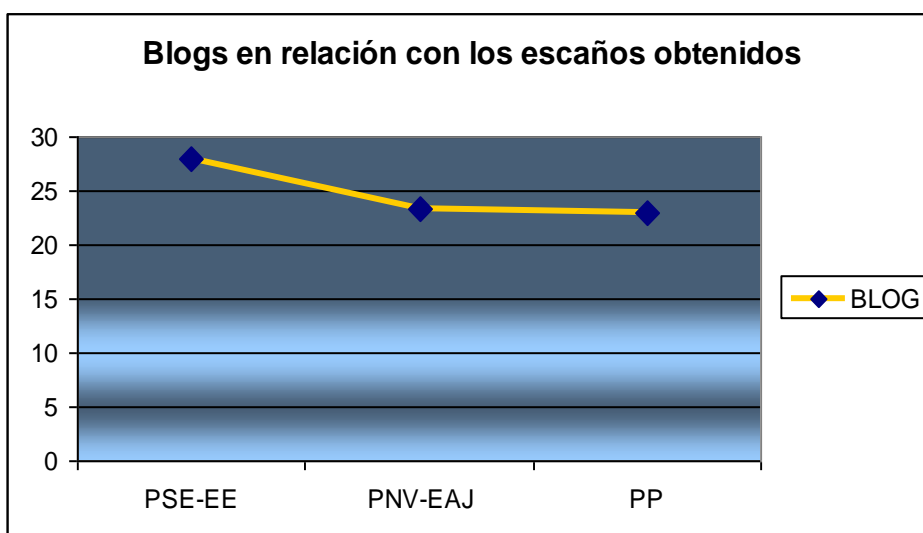
Los blogs distribuidos por grupos parlamentarios reflejan que tanto el PSE-EE como Euzko Abertzaleak tienen el mismo número de blogs (en el caso del PNV, 6 públicos y 1 privado).



En el siguiente gráfico circular se ilustra que el PSE-EE y el PNV-EAJ tienen la más alta representación digital cuantitativamente hablando.



Hay que tener en cuenta, sin embargo, que los socialistas tienen 25 parlamentarios, el **28%** en relación con los escaños obtenidos por el PSE-EE, el **23,3%** por el grupo nacionalista y el **23,1%** por el Partido Popular.



VI. IDENTIDAD DIGITAL.

Este apartado sirve para observar cuántos/as parlamentarios/as tienen una identidad digital más completa, con las siguientes cautelas:

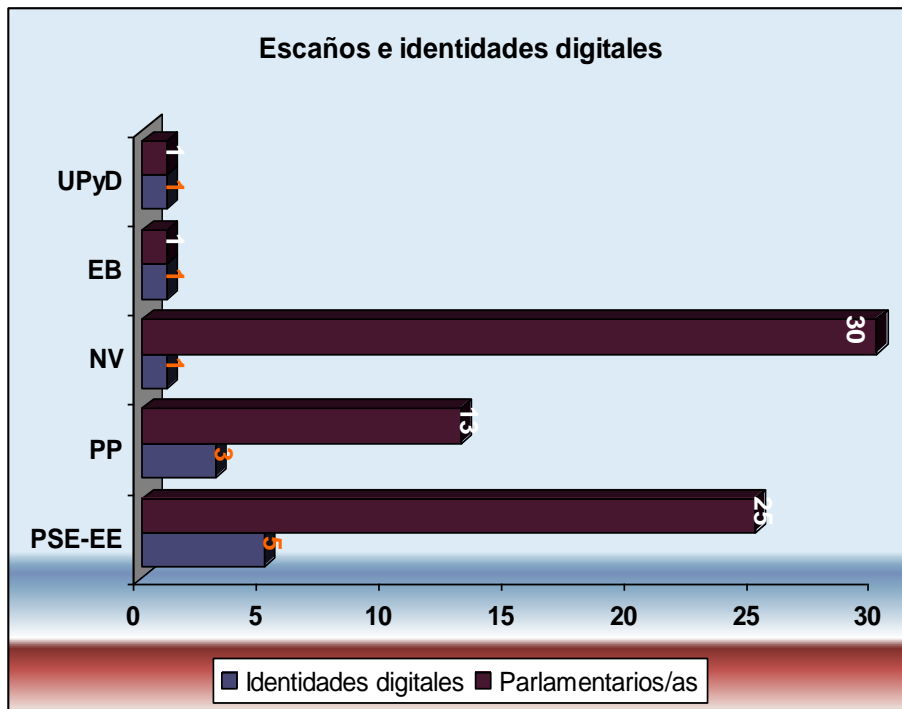
- Sólo se tienen en cuenta los tres entornos ya mencionados.
- Se excluye cualquier valoración sobre su actividad así como sobre su uso.

Por tanto, el análisis que aquí se presenta no es completo. Se trata por tanto, de un concepto de identidad digital adaptado a las circunstancias del estudio.

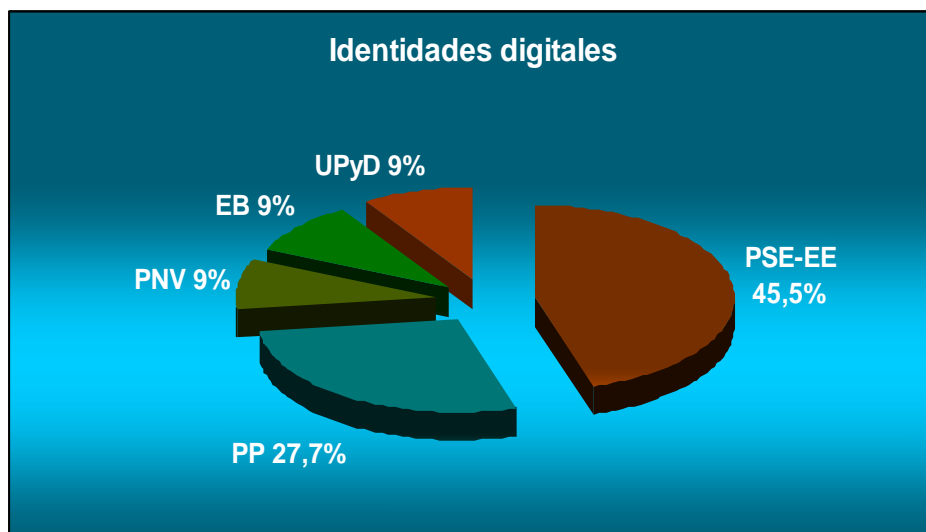
Dicho lo cual, empezaremos por señalar que de 75 parlamentarios y parlamentarias, 11 tienen presencia en los tres entornos digitales que se vienen estudiando.

Las identidades digitales se reparten por grupos políticos de la manera que sigue:

	PSE-EE	PP	NV	EB	UPyD
Parlamentarios/as con presencia en los tres entornos	5	3	1	1	1
Parlamentarios/as	25	13	30	1	1



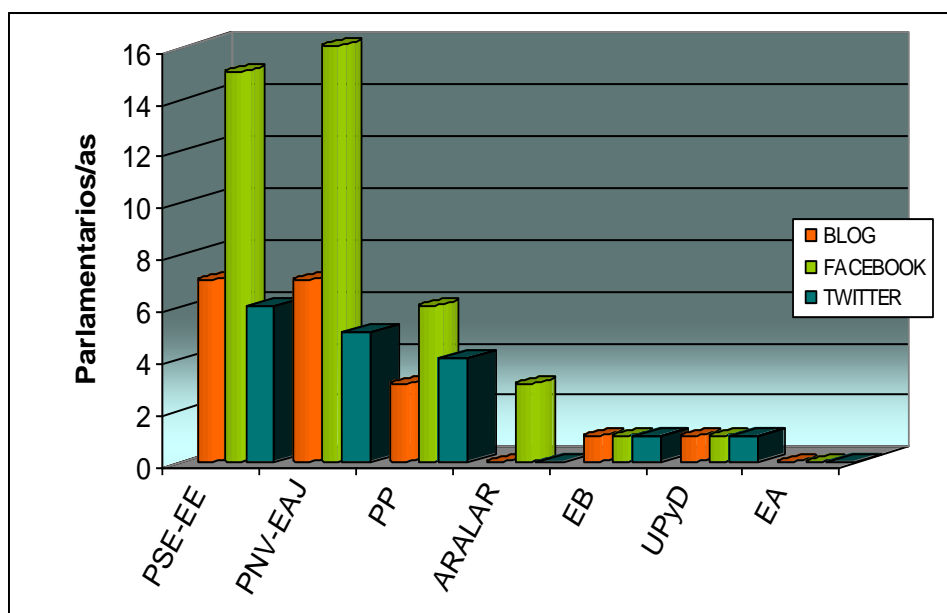
En porcentajes, el PSE-EE obtiene el mejor resultado en relación con la cantidad total de parlamentarios/as con una presencia simultánea en los tres entornos; la mitad pertenecen a este grupo parlamentario. Es decir, un **45,5%**, seguido muy por debajo por el PP con un **27,7%** y el resto de grupos se reparten el resto con un porcentaje de **9%** por cada uno.



En función del binomio cantidad de identidades digitales por grupo parlamentario, es el PP quien arroja la cifra de un **23,1%**, y a menos de tres puntos el Grupo Socialista con un **20%**. NV con un único parlamentario con triple identidad digital apenas logra un **3,3%** dentro del panorama digital de la Cámara.

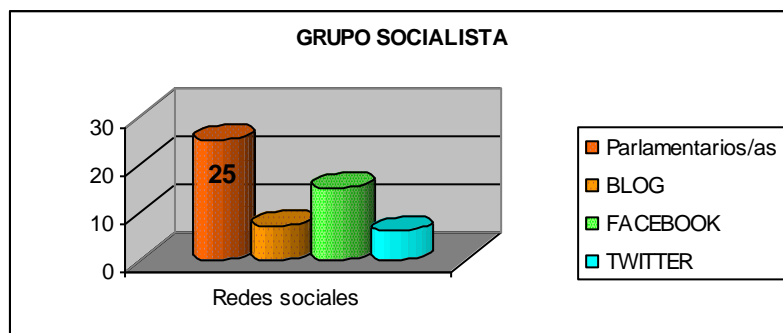
La tabla comparativa y el gráfico que le sigue recogen la distribución de los tres entornos en toda la representación política del Parlamento Vasco:

	PSE-EE	PNV	PP	ARALAR	EB	UPyD	EA
BLOG	7	7	3	0	1	1	0
FACEBOOK	15	16	6	3	1	1	0
TWITTER	6	5	4	0	1	1	0



Esta información segmentada por grupo quedaría de la manera que sigue:

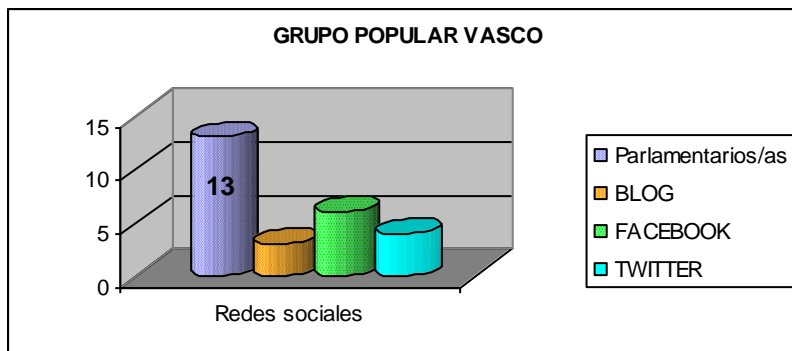
PSE-EE	25
BLOG	7
FACEBOOK	15
TWITTER	6



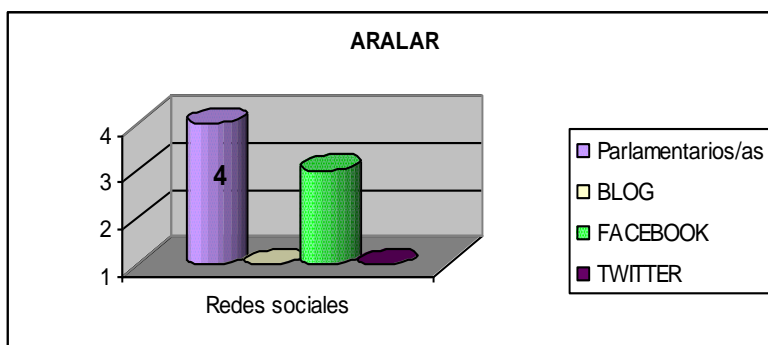
PNV-EAJ	30
BLOG	7
FACEBOOK	16
TWITTER	5



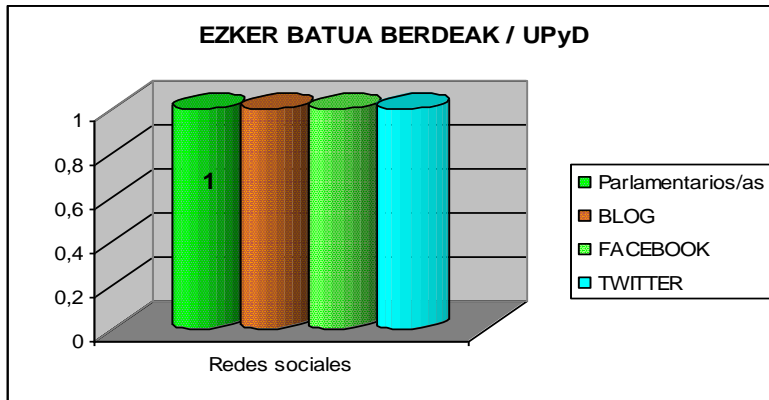
PP	13
BLOG	3
FACEBOOK	6
TWITTER	4



ARALAR	4
BLOG	0
FACEBOOK	3
TWITTER	0



EB	1
BLOG	1
FACEBOOK	1
TWITTER	1



VII. CONCLUSIONES.

En relación con la importancia de las redes sociales en política, una cita del periódico *ADN* del 27 de abril de 2010 decía que "las redes sociales cambiaron la manera de hacer política en Estados Unidos, cuando Obama planteó una campaña de raíces digitales".

Es evidente que Internet se ha convertido en un instrumento esencial en la política para incentivar la participación ciudadana a través de redes sociales como Facebook, Twitter, Tuenti, los blogs. Gracias a estas herramientas, la democracia está más extendida que nunca en todos los ámbitos. La ciudadanía encuentra en Internet una forma de desarrollar su autonomía (e-democracia, política 2.0). No obstante, a pesar de que la mayor parte de los partidos, cuando van a comenzar una campaña electoral, crean su propia web, actualmente no se ha implantado en los términos necesarios la conexión entre política y ciudadano a través de Internet. A pesar de ello, la estructura tradicional de la política apenas ha cambiado, y estos entornos son aún utilizados más como un medio para difundir información. En España, los partidos y políticos, como en el caso del PSOE¹⁴, dan la opción a los usuarios de participar en la web, de enviar contenidos, aportar opiniones, pero esta posibilidad aún no está suficientemente afianzada ni extendida.

Algunas redes sociales como Facebook, blogs (blogosfera progresista en el caso del PSOE), Twitter o Youtube efectivamente se usan y se actualizan constantemente. A través de este tipo de redes sociales la población puede participar y aportar puntos de vista. Pero es necesario que el político adquiera un mayor convencimiento de que puede llegar a más personas si incrementa sus esfuerzos en desarrollar un espacio mucho más activo y participativo.

Sólo uno de los entornos digitales analizados llega a la mitad del número de representantes políticos en la Cámara vasca: hay 42 perfiles de Facebook, sin embargo, apenas 19 blogs y 17 cuentas Twitter. Es evidente que en el Parlamento Vasco hay una mayoría física, en este caso la del PNV, pero esa mayoría desaparece si nos centramos en su presencia en las redes sociales.

En general, el PSE-EE registra los resultados más óptimos. Encabeza la lista de grupos con más cuentas en los entornos digitales de Twitter y Blogs, y tiene más parlamentarios/as que cualquier otro grupo con una presencia simultánea en los tres entornos digitales. En el caso de Facebook, el PSE-EE no es el grupo con mayor cantidad de perfiles, pero en proporción con los escaños obtenidos en las pasadas elecciones autonómicas de 2009, se sitúa claramente por encima de NV, grupo que le precede teniendo en cuenta el parámetro del total de perfiles Facebook en la Cámara Vasca.

En conclusión, es evidente que la adopción de mecanismos de participación para los ciudadanos tiene todavía por delante un largo camino que recorrer. El Parlamento Vasco, al igual que otras instituciones, es un fiel reflejo de ello.

En cualquier caso, la mayor o menor presencia de los representantes públicos en las redes sociales, no deja de ser una actitud más transparente desde un punto de vista democrático. Además puede servir para salvar o, al menos, tratar de acortar la distancia que, en función de los estudios sociológicos, existe entre ciudadanía y política-instituciones. Por tanto, las redes sociales se erigen como un recurso óptimo en ese doble objetivo: más transparencia y más cercanía.

¹⁴ <http://www.psoe.es/ambito/actualidad/home.do>

VIII. APÉNDICE.

Nombre	BLOG	FACEBOOK	TWITTER
<u>PSE-EE</u> <u>(PSOE)</u>			
Patxi Lopez	http://www.patxilopez.com/	SI	@patxilopez
Jesús Eguiguren		NO	
J. Antonio Pastor		NO	
Oscar Rodríguez	http://oscarrodriguezvaz.blogspot.com/ www.dandocuenta.blogspot.com	SI	@rvoscar
Miren Gallastegui		SI	
Natalia Rojo		SI	
Blanca Roncal		SI	
Loly Escudero		NO	
Mertxe Agúndez		NO	
Benjamín Atutxa		SI	@BAututxa
Aitor Casado	http://lamiradadeaitor.blogspot.com/	SI	@aitorcasado
Susana Corcuera		NO	
Francisco García		SI	
Javier Martínez		SI	
Carlos Gorostiza	http://mirandoalasmusaranas.blogspot.com/	SI	
Bixen Itxaso		SI	
Cristina Laborda		SI	
Teresa Laespada		NO	
Esozi Leturiondo		NO	
Joana Madrigal		NO	
Pilar Pérez-Fuentes		NO	
Txarli Prieto	http://www.txarliprieto.com/	SI	@txarliprieto
Vicente Reyes		NO	
Txaro Sarasua	http://www.laudioko-pse-ee.com/	SI	@txarosar
Mikel Unzalu		SI	

