

# Internet, participació, mobilització: la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu

**Eva Anduiza**  
(Coordinadora)



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Interior,  
Relacions Institucionals i Participació  
**Direcció General de Participació Ciutadana**

**Eva Anduiza** és professora de Ciència Política a la Universitat Autònoma de Barcelona, on investiga sobre qüestions relatives a la participació, el comportament i les actituds polítiques. Ha dirigit el projecte de recerca "Internet i participació política a Espanya" (POLNET), finançat pel Ministeri de Ciència i Tecnologia.

**Marta Cantijoch Cunill** és professora ajudant del Departament de Ciència Política i Dret Públic de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). En la seva tesi doctoral analitza l'impacte de l'ús d'Internet en la participació política. La seva activitat de recerca se centra en el comportament polític, la comunicació política i els efectes de les noves tecnologies.

**Clelia Colombo Vilarrasa** és tècnica de la Direcció General de Participació Ciutadana de la Generalitat de Catalunya, on promou projectes de participació electrònica. És investigadora de l'Institut de Govern i Polítiques Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona (IGOP) i membre de l'equip de recerca del projecte POLNET. La seva tesi doctoral analitza l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació en la participació ciutadana.

**Camilo Cristancho** és doctorand en Ciència Política i becari a la Universitat Autònoma de Barcelona des de l'any 2009. Du a terme la seva investigació sobre la influència d'Internet en la participació en la protesta, sota supervisió de la professora Eva Anduiza. Ha estat professor associat a la Universitat Externado de Colòmbia i ha treballat en el disseny i la implementació de programes de govern i democràcia electrònica amb programes internacionals i governs locals a Colòmbia.

**Carolina Galais González** (Tarragona, 1979) és doctora (2008) i llicenciada (2001) en Ciències Polítiques i de l'Administració per la Universitat Pompeu Fabra. Ha participat en diverses investigacions sobre actituds polítiques, participació política, coneixement polític, govern local i civisme. Ha estat professora associada i visitant de la UPF i actualment és investigadora postdoctoral a la UAB.

**Aina Gallego Dobon** és doctora en Ciències Polítiques per la Universitat Autònoma de Barcelona i professora associada a la Universitat Pompeu Fabra. Els seus interessos d'investigació inclouen la participació electoral i política, la psicologia política i les noves tecnologies.

**Michael J. Jensen** és investigador postdoctoral Beatriu de Pinós a l'Institut de Govern i Polítiques Públiques de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat investigador postdoctoral en Ciències Polítiques de la Universitat de Califòrnia Irvine (EUA) sota la supervisió del professor David Easton. Ha estudiat anàlisis de dades a l'Interdisciplinary Center for Social and Political Research (ICPSR) a la Universitat de Michigan, Ann Arbor. Va defensar la seva tesi doctoral la tardor de 2007, sobre la influència d'Internet en pràctiques de democràcia als Estats Units. Ha estat professor associat a la Universitat de Califòrnia Irvine i professor visitant a l'Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya.

**Laia Jorba Galdós** és professora del Departament de Ciències Polítiques de la Universitat Autònoma de Barcelona i doctora en Ciències Polítiques i Socials per la UAB. És investigadora regular des de 2002 a l'Institut de Govern i Polítiques Públiques. Ha treballat en projectes de qualitat democràtica i participativa, la participació i la integració dels immigrants i l'impacte de les noves tecnologies en la democràcia. Ha treballat en el projecte POLNET durant els darrers tres anys.

**Jorge Salcedo** és candidat a doctor en Ciència Política per la UAB. "Pensar i governar les societats complexes", la seva investigació doctoral, analitza com el marc institucional afecta la qualitat de la discussió política en fòrums en línia. El 2009 va obtenir el Diploma d'Estudis Avançats DEA amb la tesina sobre acció col·lectiva i programari lliure. És especialista en Filosofia de la Ciència per la Universitat El Bosque (Colòmbia) 2002 i llicenciat en Govern i Relacions Internacionals per la Universitat Externado de Colòmbia el 2001.

## Internet, participació, mobilització: la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu

BIBLIOTECA DE CATALUNYA - DADES CIP

Internet, participació, mobilització : la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu. – (Col·lecció participació ciutadana ; 6)

Bibliografia

ISBN 9788439382027

I. Anduiza Perea, Eva, ed. II. Cantijoch Cunill, Marta III. Catalunya. Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació IV. Col·lecció: Col·lecció participació ciutadana ; 6

1. Internet – Aspectes polítics 2. Participació política – Recursos electrònics en xarxa 3.

Comunicació en la política

321.7:681.324

# Internet, participació, mobilització: la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu

**Eva Anduiza, Marta Cantijoch Cunill, Clelia Colombo Vilarrasa,  
Camilo Cristancho, Carolina Galais González, Aina Gallego Dobon,  
Michael J. Jensen, Laia Jorba Galdós i Jorge Salcedo**

Col·lecció Participació Ciutadana, 6

Edita: © Generalitat de Catalunya  
Departament de Relacions Institucionals i Participació.  
Barcelona, 2009.

Tiratge: 1.000 exemplars

Disseny: Opac, taller creatiu

Impressió: TG Alfadir, S.A.

Imprès en paper ecològic

Dipòsit Legal: B-47186-2009



Generalitat de Catalunya  
**Departament d'Interior,**  
**Relacions Institucionals i Participació**

# Presentació

Des de la Direcció General de Participació Ciutadana de la Generalitat de Catalunya us presentem un recull d'articles que analitzen la relació entre Internet i la participació política al nostre país. Es tracta d'una tria de ponències presentades i discutides en el seminari Citizen Politics: Are the new media reshaping political engagement? que va tenir lloc a Barcelona, el maig de 2009 i que va comptar amb el suport del Ministeri d'Educació i Ciència, del CIS, de l'AGAUR i d'aquesta Direcció General.

Com constatareu, el volum aborda l'impacte d'Internet en un ampli ventall de temes que van des de les actituds polítiques, el coneixement dels afers públics fins a la mobilització ciutadana. De fet una de les principals conclusions a què s'arriba és que hi ha una estreta connexió entre la participació en línia dels individus i col·lectius amb la major o menor presència d'uns i altres en els mitjans més tradicionals de participació.

En definitiva: estem davant d'una eina més, de potencialitats certament sorprenents, però que no pot ser analitzada ni treballada de forma aïllada respecte al seu context social i institucional. Per aquesta raó, des de la Direcció General de Participació Ciutadana hem optat per incorporar-la en les nostres línies regulars de treball amb ens locals, entitats i departaments de la Generalitat. Addicionalment, hem col·laborat en el desenvolupament del portal e-Catalunya<sup>1</sup>, li estem dedicant seminaris específics com el recent Epolitics: ciutadania, govern i administració a la societat de la informació o projectes internacionals, com l'Ideal-EU<sup>2</sup>, orientats a l'educació dels joves en la participació.

**Marc Rius Piniés**  
Director general de Participació Ciutadana  
Generalitat de Catalunya

1 <http://ecatalunya.gencat.net/portal/index.jsp>

2 <http://www.ideal-debate.eu/ca>

# Índex

1	<b>Introducció</b> (Eva Anduiza)	11
2	<b>L'ús d'Internet i les actituds polítiques: dades qualitatives i quantitatives d'Espanya</b> (Clelia Colombo, Carol Galais i Aina Gallego)	17
3	<b>El coneixement polític en el nou context comunicatiu: polarització o igualació?</b> (Eva Anduiza, Aina Gallego i Laia Jorba)	49
4	<b>Reforç i mobilització. La influència d'Internet en diversos tipus de participació política</b> (Marta Cantijoch)	81
5	<b>Participació política, alienació i Internet als Estats Units i Espanya</b> (Mike Jensen)	118
6	<b>Avaluació de la mobilització per Internet. Integració de l'anàlisi web i les dades de sondeig</b> (Camilo Cristancho i Jorge Salcedo)	159

# 1 Introducció

Eva Anduiza

El desenvolupament d'Internet és un fenomen relativament recent que ha tingut profunds impactes sobre molts aspectes de la nostra vida quotidiana. És comú afirmar que les noves tecnologies han provocat una revolució en la manera de produir, consumir, construir la nostra identitat i relacionar-nos. Un canvi d'aquesta magnitud i profunditat, com el que estan produint les noves tecnologies sobre l'economia, la societat o la cultura, segurament afecta també de manera significativa la relació de la ciutadania amb la política. En un context en què les referències a la desafecció política dels ciutadans són molt habituals, la generalització de l'ús d'Internet ha suposat unes expectatives destacades.

Per a algunes persones, les més optimistes, els nous mitjans de comunicació de masses suposen la possibilitat de superar alguns dels greus problemes que tenen les democràcies consolidades. Facilitarien la comunicació i la mobilització política; reduirien desigualtats en la participació, al disminuir els costos; promourien l'accés fàcil a la informació política i actituds com l'interès i l'eficàcia. Per a d'altres, les pessimistes, la web pot suposar un risc per a la cohesió social, perquè al facilitar la selecció de continguts a què cadascú decideix exposar-se, els ciutadans es fragmentarien i polaritzarien, les desigualtats polítiques es veurien fins i tot reforçades i el capital social es podria reduir per l'absència de contactes personals i per un ús d'Internet fonamentalment destinat a aspectes relacionats amb el lleure. D'altres, finalment, subratllen que la introducció de les noves tecnologies no produeix canvis significatius en les opinions i els comportaments de la ciutadania.

Encara que el debat teòric sobre els efectes potencials d'Internet ha estat intens, l'evidència empírica disponible sobre els impactes reals és molt més restringida, en part perquè el fenomen és recent i ràpidament can-

viant, i en part perquè és difícil considerar les conseqüències que l'ús d'Internet pot tenir, tant en aquest àmbit com en d'altres.

Aquest volum recull algunes de les conclusions d'un projecte de recerca sobre Internet i participació política a Espanya.<sup>1</sup> D'una primera aproximació exploratòria a les dades disponibles<sup>2</sup> podem extreure les conclusions següents:

- Internet és un mitjà d'ús quotidià per a una mica més de la meitat de la població espanyola. La majoria dels usuaris i usuàries hi accedeixen, com a mínim, des de casa. Les dades per a Catalunya no sembla que es desviïn significativament d'aquesta pauta.
- L'accés a Internet està condicionat per variables sociodemogràfiques: el gènere, l'edat, l'ocupació, els ingressos i les dimensions del municipi. Entre les ciutadanes i ciutadans espanyols més joves (menors de 30 anys) les diferències per nivells educatius s'atenuen i les de gènere desapareixen.
- Les activitats més freqüents que es desenvolupen *online* són de caràcter comunicatiu, lúdic i comercial. Són particularment freqüents buscar informació, fer ús del correu electrònic, baixar fitxers i navegar sense cap objectiu concret. L'ús de les aplicacions del Web 2.0 és menor, encara que probablement s'ha incrementat substancialment en els últims dos anys.
- Els usos polítics d'Internet són molt menys freqüents. Un 45% dels internautes ha cercat informació sobre temes d'actualitat, mentre que menys d'un 20% ha consultat el web d'algun partit. Un 32% ha rebut algun correu electrònic amb contingut polític. La participació política *online*

1 La recerca ha estat finançada pel Ministeri d'Educació i Ciència (SEJ2007-60082) i hi ha tingut una rellevància especial l'estudi 2736, elaborat en col·laboració amb el CIS (per a més informació, vegeu [www.polnetuab.net](http://www.polnetuab.net)). Els treballs que s'inclouen en aquest volum van ser presentats i discutits en un seminari fet a Barcelona el maig de 2009 amb el títol "Citizen Politics: Are the new media reshaping political engagement?", dut a terme amb el suport del Ministeri d'Educació i Ciència, el CIS, l'AGAUR i la Direcció General de Participació Ciutadana de la Generalitat de Catalunya. Agraïm a tots els participants les aportacions que hi van fer.

2 Les conclusions que se sintetitzen a continuació procedeixen de l'explotació de l'estudi 2736 del CIS, el treball de camp del qual es va fer el 2007. Les dades en què es basen estan disponibles en línia ([www.cis.es](http://www.cis.es)) i es publicaran properament dins de la col·lecció "Opiniones y Actitudes".

oscil·la entre un 5% del contacte amb polítics i un 20% de la participació en webs, blocs i fòrums de contingut polític.

- Aquestes formes de participació *online* s'agrupen en dos factors independents dels relatius a altres formes de participació tradicionals, un de més genèric i un altre de possiblement més enfocat a causes específiques. Tanmateix, algunes formes de participació i implicació política tradicionals també es completen amb formes de participació *online* (seguiment de notícies, contacte).
- Un 28% dels internautes reforcen la seva participació *offline* amb participació *online*. Un 15% dels internautes s'han mobilitzat políticament només en l'esfera *online*, ja que no participen políticament en les formes tradicionals. Per tant, si bé hi ha espai per a la mobilització de nous participants, el reforç de la participació tradicional prèvia és la pauta més habitual.
- Les variables sociodemogràfiques (gènere, edat, estudis, ingressos) incideixen clarament en els nivells de participació *online* segons les anàlisis bivariades. Aquests efectes són en general petits per al gènere, significatius per a l'edat i molt importants per a l'educació i els ingressos. A més, varien entre els diferents tipus de participació *online* analitzats.
- Com a conseqüència, els segments socials amb menys nivell d'estudis i d'ingressos estan subrepresentats de manera destacada entre les persones que participen *online*. Això és així en gran manera perquè també ho estan entre els internautes. Aquesta subrepresentació és més elevada que la que es produeix en la participació tradicional, fet que suposa evidència empírica addicional a favor de les teories del reforç. A mesura que l'ús d'Internet es faci extensiu als sectors socials amb menys estudis i ingressos, aquesta situació pot canviar.
- Les anàlisis multivariades mostren la importància de les habilitats i la mobilització en línia com a factor explicatiu de la participació en línia, per sobre dels recursos tradicionals, les motivacions i altres formes de mobilització.

Els capítols que compila aquest volum van un pas més enllà en l'anàlisi de les conseqüències dels nous mitjans sobre la implicació política de la

ciudadania. S'hi utilitzen no només dades d'enquesta a ciutadans i ciutadanes, sinó també de grups de discussió i d'enquestes a activistes, tots recollits entre 2007 i 2009. Tracten qüestions com ara: Quines conseqüències pot tenir l'ús d'Internet des del punt de vista de les actituds i la participació política de la ciudadania?; Permet Internet que els ciutadans i ciutadanes sentin la política com una cosa més accessible i els polítics més susceptibles de ser influïts?; Augmenta els nivells de participació i de coneixement polític?; si és així, ho fa per a tota la població o només per a alguns membres de la ciudadania?; Funciona la mobilització en línia de la mateixa manera que a través d'altres canals?; Aquestes pautes són les mateixes que en altres països?

El capítol de Galais, Gallego i Colombo comença l'anàlisi estudiant l'impacte de l'ús d'Internet sobre les actituds polítiques. Per fer-ho utilitza tant dades d'enquesta com informació qualitativa procedent de grups de discussió de persones usuàries i no usuàries d'Internet. La conclusió fonamental és que, malgrat la dificultat de considerar relacions causals, l'ús d'Internet està relacionat amb diferències significatives en el nivell d'interès per la política i d'eficàcia interna (sentiment de competència o capacitat política), així com, en certa mesura, amb la preferència per la democràcia participativa. En canvi, no sembla afectar tant altres actituds com l'eficàcia externa (la valoració de la sensibilitat del sistema polític cap a les demandes de la ciudadania).

El capítol de Gallego, Jorba i Anduiza analitza les conseqüències d'Internet específicament per al coneixement polític, i en particular per a l'anomenat *knowledge gap* o diferencial cognitiu. Segons els resultats, l'ús d'Internet està associat a més nivells de coneixement polític, fins i tot després de controlar per un gran nombre de factors. L'ús d'Internet augmenta a més el diferencial cognitiu a causa de l'educació, però redueix la diferència causada per la motivació.

Cantijoch aborda a continuació els impactes de l'ús d'Internet sobre la participació política. Argumenta que aquests efectes no han de ser els ma-

teixos per a tot tipus de ciutadans i ciutadanes; l'expectativa és que mentre que per a la ciudadania crítica Internet pot tenir efectes de reforç, per a les persones desafectes o participants convencionals l'efecte fonamental seria de mobilització. Les dades confirmen que l'ús d'Internet facilita la participació en accions de protesta i consum polític. Jensen aprofundeix en aquest aspecte, desenvolupant en la seva contribució una comparació dels casos nord-americà i espanyol. Hi cerca específicament en quina mesura la ciudadania alienada troba atractiva la participació en línia.

Finalment Cristancho i Salcedo analitzen els processos de mobilització en línia sobre la base d'enquestes a manifestants i de l'anàlisi de les pàgines web de les organitzacions implicades. Les seves conclusions destaquen les limitacions del potencial d'Internet per a la mobilització, així com la importància dels contactes cara a cara i de les xarxes personals en el procés. Qüestionen que Internet pugui canviar el comportament autoreferencial dels agents mobilitzadors, així com la idea que més visibilitat a Internet es correspon amb més potencial mobilitzador.

El lector o lectora veurà que en molts casos les anàlisis no tanquen les preguntes sinó que obren altres interrogants. Les conseqüències d'Internet per a la implicació, la participació i la mobilització dels ciutadans i ciutadanes no són tan dramàtiques com algunes expectatives inicials preveïen –tant en la versió més optimista com en la més pessimista–, però són apreciables i amb tota probabilitat augmentaran a mesura que més persones tinguin accés a aquesta tecnologia. En tot cas encara és necessària més recerca empírica que permeti anar de les potencialitats teòriques a l'estimació dels efectes reals. En aquest àmbit, més que en cap altre, l'agenda roman oberta.



## 2 L'ús d'Internet i les actituds polítiques: Dades qualitatives i quantitatives d'Espanya

Clelia Colombo, Carol Galais i Aina Gallego

### Resum

En aquest article s'afirma que l'extensió de l'ús de les noves tecnologies pot contribuir a un canvi en les actituds polítiques en les democràcies industrialitzades avançades. Les noves tecnologies permeten un accés més fàcil a la informació i es caracteritzen per la interactivitat i la horitzontalitat. Aquests trets poden fomentar l'interès, l'eficàcia política i les preferències per a la democràcia directa. La teoria s'avalua amb dades quantitatives i qualitatives originals recollides a Espanya. S'empren dades d'un estudi sobre Internet i la participació política i dades de dos grups de discussió formats per joves de classe mitjana segmentats pel nivell d'ús d'Internet. Les persones usuàries d'Internet estan clarament més interessades en la política i tenen un sentit d'eficàcia interna més desenvolupat que les persones no-usuàries, fins i tot després de controlar per una gran varietat de factors sociodemogràfics i actitudinals. Els grups de discussió van aportar elements per comprendre el significat de les diferències actitudinals que es van detectar entre les persones usuàries d'Internet i les no-usuàries.

### Introducció

Les actituds polítiques són importants per diverses raons. Els ciutadans i ciutadanes que hi tenen interès i que són crítics poden controlar activament les activitats dels seus governs i d'aquesta manera fomentar-ne la responsabilitat. Les persones que pensen que tenen la capacitat d'influir en el Govern i que els representants polítics són sensibles a les opinions de la gent és més probable que participin en la política, votin en les eleccions

i segueixin les notícies sobre política. D'aquesta manera, el nivell d'interès per la política o l'eficàcia d'una població és fonamental per al funcionament adequat dels països democràtics. Tanmateix, les actituds polítiques no són un atribut fix dels països. Al contrari, estan patint una transformació profunda en les democràcies industrials avançades (Dalton, 2002 i 2008; Norris, 1999; Pharr i Putnam, 2000).

En aquest article s'explora la hipòtesi que l'ús de les noves tecnologies comporta un canvi en les actituds i els valors polítics entre la població. D'aquesta manera es vol contribuir a la bibliografia emergent sobre els efectes de l'ús d'Internet en el comportament polític per mitjà de l'examen de l'impacte de l'ús d'Internet en les actituds polítiques. En concret, s'analitza si els usuaris d'Internet tenen unes actituds polítiques diferents que persones semblants que no són usuàries d'Internet. Es contrasten dues teories: la hipòtesi nul·la de la normalització i la hipòtesi del canvi cultural. Segons la teoria de la normalització, les noves tecnologies permeten que la política segueixi funcionant de la manera habitual però a través de nous canals. L'ús de les tecnologies no té conseqüències respecte a l'actitud i, per tant, la teoria apunta que els usuaris d'Internet i els no-usuaris tenen actituds polítiques similars un cop controlades les característiques que diferencien els dos col·lectius. La segona possibilitat és que l'ètica d'Internet i determinats usos i experiències amb la xarxa tinguin com a conseqüència una transformació de les actituds polítiques dels usuaris i usuàries. La nostra intuïció és que les característiques de les noves tecnologies, com ara la interactivitat, els nous camins per al reclutament polític, les interaccions socials en línia, les tècniques persuasives i les oportunitats de fer política a baix cost afavoreixen una cultura individualista i crítica.

En les pàgines següents s'avaluen les hipòtesis examinant dades tant qualitatives com quantitatives provinents d'Espanya. Utilitzem una enquesta que es va dur a terme el 2007 a Espanya per analitzar si els usuaris d'Internet estan més interessats en la política, se senten més eficaços i són més propensos a participar directament en la política. A més a més, analitzem amb profunditat els discursos i les actituds dels usuaris i els no-

usuaris per mitjà de dades qualitatives extretes d'uns grups de discussió que van tenir lloc la tardor de 2008.

En la primera part de l'article s'apunten les raons teòriques que van fer suposar que l'ús d'Internet afecta algunes actituds polítiques centrals. Després es presenten la metodologia i el procés de recollida de les dades. A continuació s'exposen els resultats qualitius i quantitius de la recerca segons tres actituds polítiques (l'interès polític, l'eficàcia política i les actituds envers la democràcia directa i la participació). L'article acaba amb l'apartat de conclusions i discussió.

### Les actituds polítiques i Internet

Després d'unes dècades d'haver sorgit, Internet està actualment molt integrat en la vida diària d'una gran part de la població i ha transformat molts aspectes de les relacions socials i econòmiques. Els primers estudis sobre l'efecte d'Internet en el comportament polític esperaven que aquest mitjà tingués grans impactes. Els autors es dividien entre aquells que anticipaven que els canvis tindrien com a resultat l'atomització i la balcanització de la societat (Davis, 1999; Margolis i Resnick, 2000; Sunstein, 2001; Putnam, 2002) i aquells que esperaven un augment de les actituds i la participació cíviqes com a resultat de la quantitat d'informació política disponible a Internet, juntament amb la disminució dels costos de la comunicació i la participació (Negroponte, 1995; Bonchek, 1997; Wellman, 1997; Rheingold, 2000). Després que es van dur a terme els primers estudis empírics, els defensors de la hipòtesi de la normalització argüien que l'ús d'aquest mitjà tenia un impacte moderat, si és que n'arribava a tenir algun, en les actituds i el compromís cíviqes com ara l'eficàcia política, el coneixement polític i l'interès polític (Scheufele i Nisbet, 2002; Bimber, 2003; Jennings i Zeitner, 2003; Uslaner, 2004; Drew i Weaver, 2006).

Aquests darrers anys, la hipòtesi de la normalització ha estat posada en qüestió. Internet sembla fomentar la participació en determinats tipus no

convencionals de formes d'acció com ara moviments socials, associacions cíviques i consum polític (Norris, 2005), així com en les comunitats locals (Kavanaugh *et al.*, 2008). En una metanàlisi recent de la bibliografia s'ha descobert que l'impacte d'Internet en la participació política és més important en els estudis més actuals que no pas en els més antics (Boulianne, 2009). Aquesta conclusió suggereix que els efectes només han estat palpables després que moltes persones han integrat Internet en les seves vides diàries i que algunes característiques dels darrers desenvolupaments, com la xarxa 2.0, tinguin conseqüències polítiques.

Els mecanismes causals que relacionen l'ús d'Internet amb la participació política són menys clars. Hi ha dos tipus de mecanismes que podrien explicar aquest impacte en el comportament polític (Bimber, 2003). En primer lloc, Internet té efectes directes en la participació perquè en redueix els costos. Per exemple, és més barat i ràpid enviar un correu electrònic a un polític que no pas enviar-li una carta. En segon lloc, hi ha mecanismes indirectes perquè l'ús d'Internet provoca canvis en les actituds polítiques que, alhora, afecten el comportament. En aquesta darrera línia de treball, hi ha estudis que afirmen que l'ús d'Internet està efectivament relacionat amb actituds com ara l'eficàcia interna (Eveland i Scheufele, 2000; Kaye i Johnson, 2002; Scheufele i Nisbet, 2002; Lee, 2006), l'eficàcia de la informació política (Tedesco, 2007), l'interès en la campanya (Tolbert i McNeal, 2002) i l'interès polític general (Johnson i Kaye, 2000 i 2002; Di Gennaro i Dutton, 2006; Kenski i Stroud, 2006). Hi ha diversos arguments teòrics que prediuen una influència real de l'ús d'Internet en les actituds polítiques rellevants i la participació.

En primer lloc, els usuaris d'Internet s'exposen potencialment a estímuls polítics a causa de l'abundància de la informació política en la xarxa, que es pot cercar de manera activa. A més a més, la informació es pot trobar de manera no deliberada perquè a molts llocs webs hi ha informació política entrelaçada amb altres continguts o bé també perquè els usuaris d'Internet poden rebre correus electrònics amb continguts polítics que no hagin demanat. Si la informació política es troba de manera no delibera-

da en la xarxa, els usuaris pertanyerien a un "públic inadvertit" que no inclou els no-usuaris d'Internet. Els usuaris s'exposen a un estímul polític addicional, que se suma als que també reben a través dels mitjans de comunicació tradicionals, i se'ls anima a desenvolupar un interès polític i un sentiment que contribuir en aquesta quantitat d'informació és possible i fàcil (Weber, Loumakis i Bergman, 2003). A més a més, Internet permet als ciutadans obtenir informació política directament de les fonts originals, saltant-se a intermediaris com els periodistes o les agències de premsa i evitant els guardians de la informació als mitjans de comunicació tradicionals (Römmele, 2003). Aquesta característica pot tenir un efecte real en els sentiments de competència política de la ciutadania i en la seva confiança en les institucions polítiques.

En segon lloc, les característiques d'interactivitat i horitzontalitat, que són especialment rellevants en la xarxa 2.0, podrien alimentar els sentiments d'eficàcia política i fer augmentar el desig de més formes directes de participació política. Per recerques anteriors, sabem que les relacions horitzontals –és a dir, les no jeràrquiques– a l'escola o a la feina, que es poden entendre com un grau d'autonomia o de participació en la presa de decisions, poden afectar l'eficàcia política interna (Milbrath i Goel, 1971; Mason, 1982; Greenberg, 1986; Peterson, 1992; Sobel, 1993; Greenberg *et al.*, 1996; Torney-Purta, 2004; Jian i Jeffres, 2008). L'horitzontalitat de la xarxa es pot entendre com una legitimació dels actes a través del reconeixement dels iguals en lloc de mitjançant l'obediència a les normes que vénen de dalt. És un dels principals components de l'ètica específica d'Internet, juntament amb la meritocràcia i la innovació constant (Aibar, 2008). Aquests valors són especialment intensos en la versió extrema de la cultura d'Internet, la cultura *hacker*, que està clarament compromesa amb la política i és llibertària (Hardt i Negri, 2004). Els usuaris normals d'Internet també es podrien trobar sota la influència d'aquests valors en la seva activitat quotidiana. La majoria d'usuaris no s'involucren en l'activisme polític, però aquesta ètica de la xarxa és fins a cert punt contrària a la lògica de la democràcia representativa, i el fet de socialitzar-se en un context horitzontal fa que les persones es qüestionin les estructures

jeràrquiques. Per aquesta raó esperem que els usuaris d'Internet donin més suport als valors de la democràcia directa que els no-usuaris.

Si fem un pas més, segons alguns punts de vista, l'horitzontalitat d'Internet pot millorar les habilitats i les actituds discursives dels usuaris. La teoria de Habermas de l'acció comunicativa (1996) requereix que el discurs social tingui franquesa, igualtat discursiva i que es caracteritzi pel joc net i la llibertat perquè tingui èxit. A més, la capacitat de reflectir, expressar i comprendre els arguments polítics (és a dir, els efectes en l'eficàcia política interna) es podria veure afectada per alguns usos d'Internet, ja que la teoria del discurs de Habermas s'ha utilitzat com a guia per desenvolupar sistemes d'informació i eines en línia que donin suport al discurs públic (Heng i De Moor, 2003).

La interactivitat, entesa com "la mesura en la qual els usuaris poden participar en la modificació de la forma i dels continguts d'un entorn mediat en temps real" (Steuer, 1992:84) també ha augmentat dràsticament durant els darrers anys. En la xarxa 2.0, les persones aporten i comparteixen les dades pròpies i treballen amb una actualització constant de la informació i dels continguts. Això comporta una nova fase que permet generar la informació en col·laboració i cooperació i participar-hi mitjançant Internet. Això inclou els blocs; els wikis; les llistes d'adreces d'interès social com Flickr o YouTube, i les aplicacions en xarxa, com el conegut Facebook. Aquestes noves eines fan possible que els usuaris d'Internet aportin continguts web de manera massiva (Breindl i Francq, 2008). La possibilitat d'un nou protagonisme dels ciutadans en l'esfera política contribuiria a la millora de l'eficàcia interna. Amb això no es pretén afirmar que tots els usuaris d'Internet penguin continguts polítics en línia, sinó més aviat que senten que poden intervenir-hi de manera fàcil i utilitzar diverses eines en cas que ho vulguin fer.

Un altre argument que sosté que l'ús d'Internet té un efecte en les actituds polítiques és que permet una relació més interactiva i directa entre la ciutadania i els seus representants. Les tecnologies de la informació i

la comunicació fan que posar-se en contacte amb les figures polítiques i les institucions sigui més fàcil i permeten que les persones es comuniquin amb els seus representants públics i els imputin responsabilitats. Molts polítics actualitzen els seus blocs, responen els correus electrònics i busquen crear una relació virtual amb determinats ciutadans sense la mediació dels partits. Aquest fet podria contribuir a una visió més transparent i positiva del sistema polític, gràcies a aquesta manera més fàcil d'obtenir informació de dins o de dur a terme procediments administratius. En termes generals, això podria millorar el concepte que té la ciutadania de la política i els polítics, fet que repercutiria de manera positiva en els índexs d'eficàcia externa. No obstant això, cal destacar que la recerca prèvia no dóna suport a aquesta afirmació i fins i tot ofereix una base empírica per demostrar el contrari, és a dir, que la interactivitat podria debilitar l'eficàcia política externa (Lee, 2006; Williams i Tedesco, 2006). Aquest descobriment té sentit, ja que la possibilitat d'obtenir informació política de manera directa i horitzontal pot agreujar el cinisme, la desconfiança i el malestar envers les institucions tradicionals i les regles de la democràcia representativa. El descobriment de camins alternatius per informar-se sobre els afers públics i per participar-hi augmentaria la distància entre els individus i els representants. Per tant, a alguns ciutadans la democràcia directa els semblaria més atractiva i viable i aprofitarien aquesta oportunitat per evitar les formes convencionals de participació.

Una altra característica d'Internet és l'anonimat, que pot tenir efectes diferents en les actituds, com ara un impacte negatiu en la confiança entre les persones. Tanmateix, també pot ajudar les persones tímides a superar la por d'expressar l'opinió, de manera que l'anonimat que ofereix Internet podria reduir la vergonya pública i millorar el nivell d'eficàcia política interna (Cornfield, 2003). A més a més, Internet permet una participació no condicionada pel temps. Aquest fet, juntament amb el caràcter escrit de la comunicació per la xarxa, facilita que les intervencions siguin més pensades i elaborades, amb la possibilitat de documentar-se i preparar-les exhaustivament. D'aquesta manera, Internet pot millorar el nivell d'eficàcia política.

Finalment, Internet té la funció específica de connectar les persones. La comunitat virtual n'és una d'alternativa a les comunitats familiars o físicament localitzades, amb un valor i utilitat similars (Rheingold, 1993). Els usuaris d'Internet disposen d'un avantatge respecte al seu capital social, ja que tendeixen a tenir uns cercles socials més amplis que els no-usuaris (Uslaner, 2004) i una vida social més rica, fins i tot fora de la xarxa (Neustradtl i Robinson, 2002). Algunes de les raons són que les xarxes socials virtuals i el correu electrònic permeten a la ciutadania conèixer gent nova i mantenir el contacte amb més facilitat i més econòmicament amb els amics i els familiars. Gràcies als estudis precedents, sabem que les xarxes grans (i el seu grau de politització i homogeneïtat) promouen unes actituds positives envers la participació política (Leighley, 1990). A més a més, el fet de pertànyer a una xarxa virtual té un impacte positiu en la confiança entre les persones (Kobayashi i Kakuro, 2006), fet que està relacionat amb nivells alts d'eficàcia política externa i l'interès pels afers col·lectius. Fins i tot s'ha descobert que com més utilitza una persona Internet, més capaç se sent de canviar les seves xarxes, de manera que la seva autoeficàcia augmenta (Furutani *et al.*, 2007). Hi ha moltes oportunitats per unir-se a les comunitats en línia i estar al corrent de les opinions polítiques dels i les membres que la formen. Però fins i tot aquelles persones que naveguen per Internet i no pertanyen a cap xarxa virtual en concret poden sentir que comparteixen certes habilitats tecnològiques o patrons de relació i un conjunt d'interessos particulars diferents de les persones no-usuàries. Mentre desenvolupin un sentiment de pertinença a la "comunitat d'Internet" i una consciència de grup, milloraran els seus nivells de confiança, eficàcia interna i interès per la política (Gurin i Epps, 1975; Gurin, Hatchett i Jackson, 1989; Tate, 1994; Anderson, 2005).

Tots aquests camins que relacionen Internet amb l'eficàcia política, l'interès polític i les percepcions de la democràcia directa tenen una contrapartida. Des de la perspectiva pessimista, a Internet la quantitat d'informació política és tan caòtica, inexacta i immensa que pot conduir cap a un desinterès polític o només atreure a aquells que ja hi estan interessats (Graber, 1996; Norris, 2001; Prior, 2007). La interactivitat pot desanimar les persones,

ja que no és gaire probable que els representants públics responguin als seus esforços de contacte (Johnson i Kaye, 2003). Finalment, els usuaris poden acabar més aïllats i utilitzar Internet principalment per a finalitats de lleure i evitar les persones amb perfils i motivacions diferents, de manera que serien invulnerables als efectes de la socialització política d'Internet (Kavanaugh i Patterson, 2001; Putnam, 2002).

### El cas d'Espanya

Espanya és un camp idoni per avaluar la hipòtesi que l'ús d'Internet realment influeix en les actituds de les persones. Des de la transició democràtica al final de la dècada de 1970, els espanyols mostren uns trets persistents en el seu perfil actitudinal: un baix sentiment de compromís públic; una manca d'interès polític; uns nivells baixos d'eficàcia política, tant interna com externa, i altres símptomes de desafecció política (Bonet *et al.*, 2004, Gunther *et al.*, 2004; Martín, 2005). La hipòtesi d'aquest capítol és que l'ús d'Internet té un impacte positiu en l'interès polític, l'eficàcia i les actituds envers la democràcia directa. Un context que hagi generalitzat uns nivells baixos d'aquestes actituds és òptim per avaluar aquesta hipòtesi, ja que permet que hi hagi espai per millorar. Al contrari, en contextos amb un alt grau d'interès o eficàcia polític és més difícil de detectar canvis positius en les actituds, a causa dels efectes de sostre del nivell màxim d'actituds positives.

A Espanya, els especialistes preocupats pel fenomen de la desafecció política apunten a causes contextuals per explicar-ne els orígens. Segons les teories racional-culturals, el comportament de les elits polítiques causa desafecció política, mentre que per a les teories de la modernització, és el desenvolupament econòmic i institucional el que explica aquest fenomen. Val la pena analitzar si l'arribada i generalització d'Internet es pot considerar un nou factor que afecta les actituds i el compromís polítics i si té el potencial de canviar aquesta desafecció tan estesa.

Un altre argument que sosté la selecció d'Espanya com a cas d'estudi és que aquest país pertany al grup de democràcies desenvolupades que encara no ha assolit els nivells més elevats d'adopció d'Internet. Dins la seva població hi podem trobar persones que han adoptat ràpidament aquesta tecnologia i persones que no la volen utilitzar, així com ciutadans que simplement no s'ho poden permetre a causa de la divisió digital (Norris, 2001). El 2007 gairebé la meitat de la població tenia accés a Internet segons les dades de l'Institut Nacional d'Estadística, que ofereixen la variació suficient per avaluar els efectes d'Internet sobre la població usuària en comparació amb la no-usuària.

### El disseny de la recerca i la operacionalització

La hipòtesi que l'ús d'Internet té efectes en les actituds polítiques s'avalua aquí mitjançant un enfocament metodològic híbrid que ofereix unes conclusions més robustes i una comprensió més profunda dels mecanismes que relacionen l'ús d'Internet amb determinades actituds polítiques. S'examina si hi ha diferències en les actituds de les persones usuàries i no-usuàries d'Internet amb dades quantitatives i qualitatives. La base de l'anàlisi quantitativa és una enquesta cara a cara que es va dur a terme a Espanya el novembre de 2007 (N=3.739) amb la finalitat d'estudiar l'impacte d'Internet en la participació política. En la mostra hi ha una sobrerrepresentació dels joves (de 18 a 40 anys) per tal d'aconseguir que hi entressin tants usuaris i usuàries d'Internet com fos possible (N=1.884). Durant el període de recollida de les dades no hi va haver esdeveniments extraordinaris i les eleccions generals següents van ser al cap de mig any. Aquest fet és important, ja que es poden deixar de banda els efectes del període polític i emfatitzar els que tenen lloc al mesonivell o al micronivell.

En l'anàlisi qualitativa es comparen les actituds polítiques de persones que han escollit no adoptar aquesta tecnologia (sense estar-hi obligades per les condicions socioeconòmiques ni condicionades per l'edat o el nivell educatiu) amb les de persones que han après a navegar per la xarxa i a fer-ho

amb freqüència. Es van dur a terme dos grups de discussió a Saragossa la tardor de 2008. Els membres d'ambdós grups eren joves d'entre 20 i 40 anys que tenien estudis secundaris però no havien acabat els estudis universitaris i que, per tant, tenien un estatus educatiu i socioeconòmic similar. Es van excloure expressament d'aquests dos grups els activistes polítics, com ara membres de partits polítics o organitzacions cíviques. Un grup estava compost per usuaris freqüents d'Internet, persones que utilitzen la xarxa gairebé cada dia, mentre que els membres del segon grup tan sols utilitzaven Internet molt ocasionalment (menys d'un cop a la setmana). Es va preguntar als grups sobre l'opinió que tenien dels polítics, la democràcia i la política en general i quins sentiments els despertaven. Les discussions duraven aproximadament una hora i es transcrivien del principi a la fi. En un inici, l'anàlisi de la informació textual va ser inductiva i anava dirigida a identificar les categories i els temes comuns. Es van organitzar les qüestions comunes de manera que es pogués fer una anàlisi dels discursos dels usuaris i dels no-usuaris d'Internet.

Les variables dependents de l'anàlisi quantitativa són:

- L'interès polític, en una escala de quatre categories (molt, força, poc o cap interès).
- L'eficàcia política interna, constituïda per dos ítems: "En general, la política és tan complicada que les persones com jo no podem entendre què passa" i "Estic més ben informat sobre la política que la majoria de la gent".
- L'eficàcia política externa, constituïda per dos ítems: "Als polítics no els preocupa el que pensen les persones com jo" i "Els que manen sempre miren pel seu interès".
- Les actituds envers la democràcia directa. Aquesta variable mesura les visions positives de la democràcia directa. Està constituïda per dos ítems: "És necessari buscar mecanismes per tal que els ciutadans participin més directament en la presa de decisions públiques" i escollint com a primer o segon ítem en importància "Donar als ciutadans més oportunitats per participar en les decisions polítiques".

Per tal d'examinar l'impacte de les noves tecnologies en les actituds polítiques es van incloure diversos aspectes de l'ús d'Internet:

- Anys d'ús d'Internet: quantitat d'anys d'ús regular d'Internet.
- Habilitats d'Internet: emprem una bateria de nou activitats en línia, com ara utilitzar el correu electrònic, comprar en línia, buscar informació, trucar en línia o mantenir un bloc o una pàgina web. Les persones que no són usuàries es codifiquen com que no tenen cap habilitat (valor 0), i per als usuaris els ítems s'agreguen en un índex sumatori (que va del 0 al 9), esperant que les persones amb poques habilitats en línia només facin algunes d'aquestes activitats mentre que les persones amb moltes habilitats en facin moltes.<sup>1</sup> Aquest índex s'estableix d'una manera semblant al que va proposar Krueger (2002) i que mostrava una fiabilitat considerable del constructe.<sup>2</sup>
- Necessitat de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) per a la feina: es van adaptar les mesures d'habilitats cíviques proposades per Verba, Schlozman i Brady (1995) i es va preguntar a les persones enquestades si necessitaven tenir coneixements nuls, bàsics o avançats de les TIC per a les seves activitats com ara la feina o pel fet de ser socis d'alguna associació. Es va fer la distinció entre les que necessitaven saber fer anar les TIC per a la feina i les que no.

Tal com és conegut, no tothom té la mateixa probabilitat d'utilitzar Internet. Al contrari, l'ús d'Internet està relacionat amb els recursos socioeconòmics i l'edat. D'altra banda, els estudis del comportament polític que emfatitzen el paper de les variables de l'estatus socioeconòmic i la teoria dels recursos també apunten a l'efecte dels estudis, els ingressos i el temps de lleure. Per aquesta raó s'ha afegit un conjunt de variables de control que podrien

.....  
 1 S'assumeix que aquestes variables no mesuren les activitats polítiques en línia ni la participació política en línia. Quan establim una correlació entre elles i altres activitats polítiques en línia, obtenim uns coeficients significatius però baixos (menys de 0,1), que indiquen que no mesuren el mateix fenomen.

2 Alfa de Cronbach: 0,616.

afectar l'accés i l'ús d'Internet per a usos polítics o potenciar les actituds cíviques a les quals l'estudi fa referència. Són les següents:

- Sexe.
- Edat mesurada en anys.
- Nivell d'estudis, que es codifica en quatre categories: sense estudis primaris, estudis primaris acabats, estudis secundaris acabats i estudis universitaris acabats.
- Ingressos: s'operacionalitza en deu categories que van des dels 300 euros d'ingressos totals mensuals per llar fins a més de 6.000.
- Freqüència de consum de premsa: es mesura en una escala de cinc categories (cada dia, tres o quatre dies a la setmana, un o dos dies a la setmana, menor freqüència, mai).
- Temps lliure: es mesura com a temps lliure de responsabilitats, és a dir, el temps disponible en un dia normal després d'haver fet totes les activitats necessàries com dormir, treballar, menjar, fer les feines de casa, etc.

## L'interès polític

L'interès polític és una actitud fonamental per a la participació política, ja que les persones amb un interès polític més elevat participen més en l'esfera pública (Verba, Schlozman i Brady, 1995). En aquest apartat es tracten l'interès polític i la seva possible relació amb l'ús d'Internet. En primer lloc, cal dir que a Espanya l'interès polític és especialment baix, és a dir, hi ha una manca generalitzada d'interès per la política. Hi ha una gran majoria (72%) de persones que admeten estar "poc" o "gens" interessades en la política, mentre que un 6,6% de la població declara estar-hi "molt" interessada. L'ús d'Internet cada cop és més estès, i a la tardor de 2007 el 51,1% de la gent afirmava haver utilitzat Internet durant els darrers tres mesos, una xifra semblant a les dades reunides en les estadístiques oficials.<sup>3</sup>

.....  
 3 Segons l'Institut Nacional d'Estadística, un 50% de la població era usuària d'Internet el 2007 (www.ine.es).



Per tal d'examinar l'associació entre les variables de l'ús d'Internet i l'interès polític, tenint en compte els factors que poden afectar ambdues variables com ara l'edat, els ingressos o el sexe, s'elabora una anàlisi de regressió lineal múltiple. Tal com es pot observar en la taula 3, l'interès polític presenta una correlació significativa amb els "anys d'ús d'Internet", les "habilitats bàsiques de les TIC necessàries per a la feina o les activitats normals", les variables socioeconòmiques clàssiques, el nombre d'usos no polítics d'Internet i la freqüència de lectura de la premsa, ja sigui en paper o en línia. L'interès polític és més elevat a mesura que augmenten els anys d'ús d'Internet, a mesura que els ciutadans utilitzen Internet amb més freqüència per a usos no polítics i en tant que necessiten més habilitats bàsiques de les TIC per a la feina o les activitats normals. Entre les variables socioeconòmiques destaca el coeficient negatiu de les dones. En aquest cas, aquesta variable apunta a un efecte de socialització molt conegut, heretat de l'època de Franco, quan s'educava les dones perquè fossin mares i esposes i se les separava expressament de l'esfera pública, fins i tot més que els nois.

TAULA 3: L'ÚS D'INTERNET I L'INTERÈS POLÍTIC

	Coeficient	Error estàndard
Anys d'ús d'Internet	0,175 **	0,071
Habilitats d'Internet	0,028 ***	0,009
Habilitats TIC necessàries a la feina	0,186 ***	0,035
Dona	-0,170 ***	0,030
Edat	0,007 ***	0,001
Nivell d'estudis	0,076 ***	0,010
Ingressos	0,058 ***	0,012
Lectura de premsa	0,075 ***	0,010
Temps lliure	0,000	0,000
Constant	-0,159 *	0,088
N	3151	
R <sup>2</sup>	0,196	

\*p < 0,1 \*\*p < 0,05 \*\*\* p < 0,01

L'ús d'Internet, especialment els anys d'ús, la necessitat d'habilitats TIC bàsiques per a la feina o les activitats normals i l'ús d'Internet per a activitats no polítiques, estan fermament relacionats amb el grau d'interès polític. Així, l'ús d'Internet sembla fomentar l'interès polític, tal com preveia la teoria anunciada.

En l'anàlisi qualitativa hi ha diferències en les actituds relacionades amb l'interès polític dels usuaris i els no-usuaris d'Internet. Els no-usuaris se senten distants dels polítics que els representen i insisteixen repetidament en el seu sentiment d'alienació. Al·leguen un gran ventall de raons pel seu marcat desinterès. En primer lloc, la política és una qüestió que perceben com a molt llunyana de les seves vides, no és estimulants i els resulta desagradable. La idea de fons del seu discurs és que no té cap sentit d'interessar-se per la política perquè és una esfera molt obscura i maliciosa. Entenen que les decepcions han de ser una constant en la vida d'aquelles persones benintencionades que proven d'influir en la política. Així doncs, és recomanable no estar en contacte amb aquest món. Tal com un membre del grup de no-usuaris afirma:

H: Quan els polítics arriben al poder, tots es corrompen d'una manera o altra. Al final, tots fan el mateix: no escolten les persones que els han votat i es limiten a repartir-se els calés i a debatre entre ells (...). Quan la gent és jove i comença a pensar i a ser una mica conscient de tot el que passa, pot ser que digui: "M'agrada aquest partit o aquesta persona". Però al cap d'un temps, ni tan sols té ganes de veure'ls a la televisió.

Una segona raó pel desinterès dels no-usuaris és que no hi ha una diferència clara entre les opcions polítiques. Manifesten repetidament que tots els partits polítics s'assemblen. La política és una esfera dominada per la hipocresia i per debats intensos en aparença però estèrils en realitat. Als ulls dels ciutadans, les diferències reals en els punts de vista dels partits polítics, tal com és palès en el debat polític quotidià, són mínimes. Per a aquest grup de població, les lluites entre els partits polítics semblen una



actuació teatral, però en realitat els partits no representen ni comuniquen posicions polítiques gaire diferents:

D: [Els polítics] No busquen una solució, només es barallen.

H: Però quan coincideixen en un punt semblen amics de tota la vida.

D: Sí, és el que et dic, després de barallar-se se'n van a sopar i de copes junts.

H: Acostumo a pensar que simplement representen un circ com els antics romans, que feien això en els circs. Quan el Cèsar volia, organitzava lluites de lleons. Els polítics fan exactament el mateix.

Al contrari, el grup dels usuaris d'Internet no mostra aquests profunds sentiments de desinterès i decepció. Com la majoria d'espanyols, no presenten un gran interès per la política però justifiquen la seva manca de llaços forts amb la política amb raons pragmàtiques i instrumentals. Així, doncs, interessar-se per la política no tindria gaire sentit perquè l'opinió de la gent no influeix gaire en el món polític. Tanmateix, afirmen tenir un interès general pels afers públics. Les raons per la manca de compromís amb la política són més aviat de caràcter racional:

H: La majoria de la gent està desencantada de la política.

H: Sí. Sóc molt jove però no conec cap cas en què l'opinió de la gent hagi significat res.

Tanmateix, els membres d'aquest grup són capaços de percebre algunes diferències entre les opcions a la dreta i a l'esquerra de l'espectre polític. El fet que hi hagi opcions entre les quals es pugui escollir fa que l'acte de votar i de seguir els debats polítics tingui més significat.

### L'eficàcia política interna i externa

Hi ha la hipòtesi que l'ús d'Internet influeix en l'eficàcia política interna i externa dels ciutadans. Per avaluar si aquest efecte existeix, controlant per altres variables, es fan dues anàlisis de regressió lineal múltiple.

Respecte a l'eficàcia política interna, tal com es pot observar en la taula 4, s'associa positivament als anys d'ús d'Internet, a les habilitats d'Internet i a la necessitat d'habilitats TIC bàsiques per a la feina o les activitats normals, així com a les variables socioeconòmiques clàssiques i a la freqüència de lectura de la premsa, ja sigui *online* o *offline*. Els usuaris d'Internet tenen un nivell més elevat d'eficàcia política interna que els no-usuaris, fet que apunta a la possibilitat que l'ús d'Internet augmenti la confiança dels ciutadans en la seva capacitat de comprendre les qüestions polítiques i d'influir-hi.

TAULA 4: L'ÚS D'INTERNET I L'EFICÀCIA POLÍTICA INTERNA

	Coefficient	Error estàndard
Anys d'ús d'Internet	0,182 **	0,081
Habilitats d'Internet	0,030 ***	0,010
Habilitats TIC necessàries per a la feina	0,082 **	0,039
Dona	-0,264 ***	0,034
Estat	0,006 ***	0,001
Nivell d'estudis	0,105 ***	0,011
Ingressos	0,052 ***	0,013
Lectura de premsa	0,084 ***	0,011
Temps lliure	-0,000	0,000
Constant	-1,129 ***	0,099
N	2967	
R <sup>2</sup>	0,211	

\*p < 0,1 \*\*p < 0,05 \*\*\*p < 0,01

Al contrari, l'ús d'Internet està menys clarament relacionat amb l'eficàcia política externa. La taula 5 mostra que, entre les variables d'Internet, només és significativa estadísticament la necessitat de les habilitats bàsiques de les TIC per a la feina o les activitats normals. Pot ser que aquesta variable estigui capturant l'efecte de tenir un càrrec de responsabilitat dins d'una empresa; si fos així, podria ser que s'establís un sentiment d'empatia

amb els càrrecs públics i els governants per part de persones amb cert poder de decisió a la feina. L'eficàcia política externa també està relacionada amb les variables socioeconòmiques clàssiques i la freqüència de lectura de la premsa.

Així doncs, pel que fa a la percepció per part dels ciutadans de la receptivitat dels polítics i les institucions, ni els anys d'ús d'Internet ni el nombre d'usos no polítics d'Internet són importants. Aquesta descoberta sembla sostenir la hipòtesi nul·la de la normalització, ja que l'ús d'Internet no tindria cap efecte. A més a més, és un model dèbil, ja que només explica el 6% de la variància observada.

TAULA 5: L'ÚS D'INTERNET I L'EFICÀCIA POLÍTICA EXTERNA

	Coefficient	Error estàndard
Anys d'ús d'Internet	0,029	0,086
Habilitats d'Internet	0,012	0,011
Habilitats TIC necessàries per a la feina	0,096 **	0,042
Dona	-0,139 ***	0,037
Edat	0,007 ***	0,001
Nivell d'estudis	0,064 ***	0,012
Ingressos	0,043 ***	0,014
Lectura de la premsa	0,043 ***	0,012
Temps lliure	0,000	0,000
Constant	-0,899 ***	0,108
N	3017	
R <sup>2</sup>	0,063	

\*p < 0,1 \*\*p < 0,05 \*\*\*p < 0,01

En línia amb els resultats de l'anàlisi quantitativa, els dos grups de discussió difereixen notablement en l'eficàcia política interna, però hi ha poques diferències destacables en els discursos relacionades amb el sentit de l'eficàcia política externa dels participants.

Els no-usuaris d'Internet tenen un sentiment molt fort d'impotència a l'hora d'influir en el sistema polític. Afirmen que no entenen bé què passa en el món polític, que es caracteritza per la manca de transparència i la complexitat. Se senten fàcilment aclaparats per les discussions sobre qüestions públiques i la seva reacció és evitar discutir sobre temes polítics o fins i tot pensar-hi. Tal com explica un no-usuari d'Internet:

D: No en sé gaire, de política. No m'interessa perquè quan els sento a la televisió no els entenc gaire (...).

H: I [els polítics] fan el que els dona la gana amb nosaltres perquè, quan parles amb ells, t'enganyen. Al final els acabes donant la raó per avorriment i cansament. Ho deixes córrer (...).

H: A mi em sembla que no ens adonem de què ens diuen i què ens volen dir.

El grup de no-usuaris d'Internet insisteix en la idea que la dificultat d'entendre què passa en el món de la política i què es pot fer per influir-hi d'alguna manera és deguda, només en part, a la manca d'interès. Els polítics també són responsables de la seva apatia perquè molt sovint no comuniquen amb claredat les idees i polítiques i, per tant, és impossible que els qui no són experts compreguin aquest món. A més a més, els polítics empren l'estratègia de no ser gaire clars deliberadament a l'hora de comunicar-se amb el públic, per tal que la gent no sigui conscient d'algunes qüestions polítiques rellevants.

H: Amb la crisi econòmica és com si parlessin en morse i, si no saps morse, no entens res del que diuen. Quan es volen fer els fantàstics diuen "mireu què hem fet, que bé" i parlen d'allò més clar. És com si vas al metge i et parla en llenguatge mèdic. No entens res fins que diu: "Miri, el que li passa té a veure amb el cor". Crec que amb els polítics passa el mateix. Si no volen que la gent entengui què passa per tal que no hi hagi protestes, parlen en Morse. I penses: "Bé, què han dit? No he entès res: al final ho arreglaran o no?".

En canvi, els usuaris d'Internet presenten un nivell més elevat d'eficàcia política interna que els no-usuaris. En determinades circumstàncies es poden imaginar duent a terme accions per tal d'influir en el Govern i confien en la seva capacitat d'entendre què passa en el món de la política. La qüestió de l'eficàcia política interna no surt tan sovint en la conversa com en el grup dels no-usuaris d'Internet i sembla que tenen confiança en les seves habilitats per comprendre el món polític i eventualment provar d'influir-hi.

Ambdós grups mostren una visió negativa de la política i dels polítics, cosa que és coherent amb els baixos nivells d'eficàcia política externa. Coincideixen a afirmar que el Govern i els partits polítics no són receptius a les opinions de la ciutadania. Segons els participants en els grups de discussió, les eleccions són l'únic moment en què els ciutadans i les ciutadanes poden influir en el govern. Ara bé, un cop passades les eleccions, no hi ha cap altra oportunitat per participar i s'han d'esperar fins a les eleccions següents. Tal com afirma una persona usuària d'Internet:

H: Tan sols tenim capacitat de decisió a les urnes, quan votem; després, només ens queda la resignació.

O segons un membre del grup de no-usuaris d'Internet:

D: Crec que tenen massa poder amb els vots i que a nosaltres no ens en deixen gens. Vull dir que, gràcies als nostres vots, sembla com si poguessin fer qualsevol cosa... S'obliden de nosaltres, hi ha eleccions i després se n'obliden. I per nosaltres és al revés: després de votar no tenim més capacitat de votar, no tenim veu.

Durant la conversa, els dos grups admeten que en determinades circumstàncies el govern actua com demanen els ciutadans. Tanmateix, els grups no valoren aquests episodis de receptivitat i argumenten que tan sols tenen

lloc quan els polítics tenen algun interès en les propostes dels ciutadans i no els suposa cap cost a l'hora d'implementar una política que satisfaci les peticions populars. Així doncs, la percepció que es té dels polítics és que són persones indiferents a les opinions dels ciutadans, que actuen de manera oportunista impulsats principalment pel seu interès i que no se senten amb l'obligació de representar la voluntat del poble per norma general.

### Les actituds envers la participació política i la democràcia directa

Aquest apartat examina la relació entre l'ús d'Internet i les preferències dels ciutadans per la democràcia directa. Per analitzar aquesta qüestió, es van dur a terme unes anàlisis de regressió lineal múltiple agafant com a variable dependent un factor de preferència per la democràcia directa per part dels ciutadans, és a dir, si creuen que és necessari implementar mecanismes que els permetin participar de manera més directa en la presa de decisions públiques.

Tal com es pot observar en la taula 6, les preferències per la democràcia directa estan relacionades amb el nombre d'usos no polítics d'Internet i amb la necessitat de tenir habilitats TIC bàsiques per a la feina i les activitats normals. En aquest cas, els anys d'ús d'Internet no són significatius, mentre que l'edat dels ciutadans i els ingressos sí que ho són. El coeficient d'edat és negatiu, fet que confirma la sospita que els joves són més propensos a donar suport a la democràcia directa. R quadrat és molt petita. Els resultats indiquen que l'ús d'Internet no té massa relació amb les variables socioeconòmiques, actitudinals i d'Internet que s'inclouen en l'anàlisi.

En els grups de discussió s'examina si els usuaris i els no-usuaris d'Internet tenen un discurs i unes opinions diferents sobre la participació política i la democràcia directa. Hi ha diferències que s'observen de manera clara,

TAULA 6: L'ÚS D'INTERNET I LES PREFERÈNCIES PER LA DEMOCRÀCIA DIRECTA

	Coefficient	Error estàndard
Anys d'ús d'Internet	0,052	0,086
Habilitats d'Internet	0,036 ***	0,011
Habilitats TIC necessàries per a la feina	0,155 ***	0,042
Dona	-0,002	0,037
Edat	-0,004 ***	0,001
Nivell d'estudis	0,012	0,012
Ingressos	0,032 **	0,015
Lectura de premsa	0,012	0,012
Temps lliure	-0,000	0,000
Constant	-0,179 *	0,109
N	2966	
R <sup>2</sup>	0,063	

\*p < 0,1 \*\*p < 0,05 \*\*\*p < 0,01

com el fet que els usuaris d'Internet tenen un discurs més elaborat que els no-usuaris. Tanmateix, ambdós grups coincideixen en el fet que la democràcia directa no és possible i que no hi ha alternatives clares per a la democràcia representativa.

Els no-usuaris d'Internet són molt pessimistes sobre les possibilitats del compromís ciutadà amb la política. Senten que votar és una experiència frustrant però no creuen que els repertoris de protesta siguin una opció viable. Al contrari, les accions com les manifestacions i les vagues no tenen un impacte real en les polítiques públiques i, a més a més, tenen conseqüències negatives per als participants. Tal com descriuen els no-usuaris:

D: [Els espanyols] No sabem ni manifestar-nos bé (...).

H: I per què hauríem de fer una vaga general? (...) Sí que podem

paralitzar el país, però després hi sortim perdent clarament perquè ens fan fora de la feina.

Els usuaris d'Internet també se senten impotents en parlar de la participació no electoral. No obstant això, destaquen que, en determinades circumstàncies, quan les persones s'uneixen per una causa, és possible influir en la política. Aquest grup descriu de manera clara i directa la idea que molts ciutadans se sumen a les protestes polítiques a causa de la insatisfacció amb la democràcia representativa tradicional.

H: No hi ha una relació entre les persones i els partits. Vull dir que aquesta relació no funciona. Aleshores ens associem amb moltes altres persones i provem de convèncer els altres gràcies al fet que som molts. Per això hi ha hagut tantes manifestacions, tantes peticions i totes aquestes plataformes que provenen del teixit associatiu, per tal de mirar de canviar el funcionament de moltes coses.

El tema dels límits de la democràcia representativa es debat en els dos grups, que també discuteixen les alternatives a aquest sistema polític. Aquest punt de la discussió assoleix un alt nivell d'abstracció i sofisticació. El grup d'usuaris d'Internet parla amb profunditat dels límits i els avantatges de les diverses formes d'organització política. En canvi, la discussió és molt més superficial en el grup de no-usuaris d'Internet.

Segons els usuaris d'Internet, tots els sistemes polítics tenen punts forts i febles. La democràcia representativa és frustrant perquè és difícil influir en la política més enllà de les eleccions. Tanmateix, no hi ha cap solució òbvia, perquè el Govern necessita prou temps entre les eleccions perquè les polítiques que implementen es puguin desenvolupar i puguin desplegar plenament els seus efectes. També apunten que hi ha moltes diferències entre els éssers humans i que és necessari establir sistemes de govern que no parteixin del supòsit que tothom és benintencionat i que estableixin mecanismes de control per limitar el poder de les institucions i els càrrecs polítics. Aquests requisits són satisfets per la democràcia representativa.

H: El primer home de la Terra va dir que era el cap de la tribu i que decidiria els afers importants, i a partir d'aquí hem inventat tot tipus de fórmules polítiques i hem descobert que n'hi ha que no són tan dolentes com d'altres. Penso realment que no queden més alternatives per descobrir, que ja hem descobert el menor dels mals. Podem ser més o menys horitzontals, això és l'única cosa que podria canviar. Crec en el repartiment del poder i en la fórmula actual de separació de poders, o sigui, amb un poder judicial i un de legislatiu que li pot dir a l'executiu: "Ep, que us esteu passant i ara us parare els peus". Crec que és l'opció més realista que hi ha.

Segons aquest grup de participants, la democràcia directa és una idea interessant, però tan sols s'hauria d'aplicar per decidir sobre determinats temes importants i hi ha dificultats pràctiques per establir-la. En primer lloc, la política no és prou central en la vida de les persones perquè dediquin tota l'energia necessària a participar-hi de manera més directa, fins i tot si se'ls ofereix l'oportunitat de fer-ho. Moltes persones no tenen la capacitat de comprendre els afers públics en profunditat. Per tant, té sentit que deleguin la gestió i la decisió dels afers públics als i les representants, tal com fa la democràcia moderna. A més a més, alguns usuaris d'Internet opinen que la implementació de la democràcia participativa seria problemàtica i creuen que un sistema d'aquestes característiques no seria viable en les societats de masses. D'altra banda, donen suport a la democràcia directa en determinades circumstàncies. Apunten que algunes qüestions són prou importants com perquè la ciutadania tingui l'oportunitat d'expressar l'opinió i influir en les decisions del Govern.

H: Creus que tots els espanyols s'haurien de posar d'acord a l'hora de prendre decisions?

H: Bé, hi ha diferents tipus de decisions. Una cosa és dur un país a la guerra: és una decisió que s'hauria de prendre per referèndum. Portaràs persones a un lloc on poden morir i on poden matar gent en nom del teu país. Penso que aquesta qüestió és massa important com perquè un partit polític decideixi per si mateix, sense tenir en

compte l'opinió de ningú més.

H: El problema és on posaríem el límit, és a dir, quines qüestions mereixen sotmetre's a referèndum i quines no.

Els no-usuaris d'Internet també parlen dels problemes pràctics de la democràcia directa i ofereixen arguments semblants. Hi ha problemes pràctics a l'hora d'introduir mecanismes participatius polítics directes en comunitats de diversos milions de persones i, a més a més, és difícil distingir entre les qüestions que haurien de ser objecte de la participació directa i les que s'haurien de delegar als representants.

D: Crec que és massa difícil, que mai no ho aconseguireu [més participació directa]... Quants votants hi ha? No ho sé...

## Conclusió i discussió

En aquest article s'ha analitzat si l'ús d'Internet té un impacte en les actituds polítiques. S'han dut a terme diverses anàlisis per avaluar si els usuaris d'Internet tenen unes actituds polítiques diferents de les dels no-usuaris. En concret, s'ha examinat la influència d'aquest mitjà en l'interès polític, en l'eficàcia política interna i externa i en les actituds envers la participació política i la democràcia directa.

En termes generals, tant les anàlisis quantitatives com les qualitatives revelen que l'ús d'Internet està més relacionat amb l'interès polític i l'eficàcia política interna, però menys amb les actituds envers la democràcia directa i, especialment, amb l'eficàcia política externa. Això confirma les recerques anteriors i les conclusions pessimistes sobre els efectes d'Internet en l'eficàcia externa, apuntant a una possible relació negativa amb els valors de la democràcia directa i la receptivitat que es percep dels polítics. Cal esmentar que tots els diversos aspectes d'ús d'Internet que s'han analitzat estan relacionats amb les altres actituds polítiques en la direcció esperada, cosa que dona robustesa als resultats.

Així doncs, si està emergint una nova cultura política com a conseqüència de la generalització d'Internet, aquesta es limita a actituds com l'interès polític i l'eficàcia política interna. Aquesta constatació és important en dos sentits. En primer lloc, aquestes dues actituds juntes constitueixen la dimensió actitudinal del compromís polític (Verba, Schlozman i Brady, 1995), una variable latent fonamental per predir el comportament participatiu. En segon lloc, són unes actituds tan simbòliques i difuses que alguns estudiosos les veuen com la base i l'explicació de moltes altres actituds i comportaments polítics. Des d'una perspectiva optimista, aquestes actituds en què hem notat que incideix positivament l'ús d'Internet es poden considerar la punta de llança d'un conjunt de canvis de valors important. És destacable el fet que aquest canvi s'està produint força ràpid per medis de socialització política secundària, com ara la feina. Tot i que les tendències culturals se suposa que són estables, es constata que les habilitats d'Internet necessàries per a la feina —és a dir, en la maduresa i independentment de l'experiència prèvia amb Internet—, fomenten el compromís polític.

Per desgràcia, les dades de què es disposa per a l'anàlisi no permeten elaborar una llista dels mecanismes que expliquin el perquè d'aquests efectes en l'actitud. Tanmateix, els quatre mecanismes causals que s'exposaven a l'inici d'aquestes pàgines semblen prou raonables. Una explicació plausible del foment de l'interès polític i l'eficàcia política interna és que els usuaris d'Internet estarien exposats a estímuls polítics més sovint que els no-usuaris. D'aquesta manera, estarien més en contacte amb la política, de manera que creixeria l'interès i la confiança en la capacitat de comprendre i influir en les qüestions polítiques. L'horitzontalitat i la interactivitat caracteritzen una ètica particular de la xarxa que millora la percepció de la democràcia directa i optimitza l'eficàcia política interna, així com ho fa l'anonimat. A més a més, la pertinença a comunitats online i la participació en xarxes socials són explicacions plausibles del nivell més elevat d'interès per la política i l'eficàcia política interna que s'observa entre els usuaris d'Internet, ja que gaudirien d'un capital social major i de més qualitat que els no-usuaris. Finalment, és plausible que la interactivitat d'Internet sigui un predictor potent de l'interès polític i l'eficàcia política interna.

Prenent tot això en consideració, es fan necessàries anàlisis més detallades de les dades que permetin testar hipòtesis més concretes i els mecanismes causals que fan que relacionen l'ús d'Internet amb el desenvolupament d'un major interès polític i eficàcia política interna.

## Bibliografia

- AIBAR, Eduard. "Las culturas de Internet: la configuración sociotécnica de la red de redes". *CTS, Ciencia, tecnología y sociedad*, vol. 4, núm. 11, (desembre de 2008), p. 9-21.
- ANDERSON, Mary R. *Beyond membership: A sense of community and Political Action*. Tesi doctoral. Florida: Universitat de Florida. Departament de Ciències Polítiques, 2005.
- BALCH, George. I. "Multiple Indicators in Survey Research: The Concept Sense of Political Efficacy". *Political Methodology*, 1974, vol. 1, p. 1-43.
- BIMBER, Bruce. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Nova York. Cambridge University Press, 2003.
- BONCHEK, Mark Seth. *From Broadcast to Netcast: The Internet and the Flow of Political Information*. Tesi doctoral no publicada. Cambridge, Massachusetts: Universitat de Harvard, 1997.
- BONET, Eduard. [et al.]. "Actitudes políticas de los españoles". A: FONT, J.; MONTERO, J. R.; TORCAL, M. *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*. Madrid: CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), 2006.
- BOULIANNE, Shelley. "Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research". *Political Communication*, 2009, vol. 26, núm. 2, p. 193-211.
- BREINDL, Yana.; FRANCO, Pascal. "Can Web 2.0 applications save e-democracy? A Study of How New Internet Applications May Enhance Citizen Participation in the Political Process Online". *International Journal of Electronic Democracy*, 2008, vol. 1, núm. 1, p. 14-31.
- CORNFIELD, Michael. "Adding in the Net: Making Citizenship Count in the Digital Age". A: ANDERSON, David. M. (ed.); CORNFELD, Michael.



- (ed.). *The Civic Web: Online Politics and Democratic Values*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2003, p. 97-112.
- CRAIG, Stephen. C. "Efficacy, Trust and Political Behaviour: An Attempt to Resolve a Lingering Conceptual Dilemma". *American Politics Quarterly*, 1979, núm. 7, p. 225-239.
- DAHLBERG, Lincoln. "Net-Public Sphere Research: Beyond the 'First Phase'". *Electronic Networks and Democracy*, 2002, vol. 11, núm. 1, p. 27-44.
- DALTON, Russell J. *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Nova York i Londres: Chatam House Publishers, 2002.
- DALTON, Russell. *The Good Citizen. How a Younger Generation is Reshaping American Politics*. Washington DC: CQ Press, 2008.
- DAVIS, Richard. *The Web of Politics. The Internet's Impact on the American Political System*. Nova York: Oxford University Press, 1999.
- DI GENNARO, Corinna; DUTTON, William. "The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom". *Parliamentary Affairs*, 2006, vol. 59, p. 299-313.
- DREW, Dan.; WEAVER, David. "Voter Learning in the 2004 Presidential Elections: Did the Media Matter?". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 2006, vol. 83, p. 25-42.
- EVELAND, William P.; SCHEUFELE, Dietram. A. "Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation". *Political Communication*, 2000, vol. 17, núm. 3, p. 215-237.
- FURUTANI, Kaichiro.; KOBAYASHI, Tetsuro.; URA, Mitsuhiro. "Effects of Internet use on self-efficacy: perceived network-changing possibility as a mediator". *AI & Society*, 2007, vol. 23, núm. 2, p. 0951-5666.
- GRABER, Doris A. "The 'New' Media and Politics: What Does the Future Hold?". *PS: Political Science & Politics*, 1996, vol. 29, núm. 1, p. 157-168.
- GREENBERG, Edward. *Workplace Democracy: The Political Effects of Participation*. Ithaca, Nova York: Cornell University Press, 1986.
- GREENBERG, Edward. S.; GRUNBERG, Leon.; DANIEL, Kelley. "Industrial Work and Political Participation: Beyond 'Simple Spillover'". *Political Research Quarterly*, 1996, núm. 49, p. 305-330.
- GUNTHER, Richard.; MONTERO, José. R.; BOTELLA, Joan. *Democracy in Modern Spain*. New Haven: Yale University Press, 2004.
- GURIN, Patricia.; EPPS, Edgar. *Black Consciousness, Identity and Achievement: A Study of Students in Historically Black Colleges*. New York: Wiley, 1975.
- HABERMAS, Jürgen. *Between Facts and Norms*. Oxford: Polity Press, 1996.
- HARDT, Michael.; NEGRI, Antonio. *Multitud: Guerra y democracia en la era del imperio*. Barcelona: Debate, 2004.
- HENG, Michael. S. H.; DE MOOR, Aldo. "From Habermas's communicative theory to practice on the internet". *Information systems Journal*, 2003, vol. 13, p. 331-352.
- JENNINGS, Kent. M.; ZEITNER, Vicki. "Politics and the Virtual Event: An Overview of the Hill-Thomas Hearings". *Political Communication*, 2003, vol. 11, núm. 3, p. 263-275.
- JIAN, Guowei.; JEFFRES, Leo. "Spanning the Boundaries of Work: Workplace Participation, Political Efficacy, and Political Involvement". *Communication Studies*, 2008, vol. 59, núm. 1, p. 35-50.
- JOHNSON, Thomas. J.; KAYE, Barbara. K. "A Boost or Bust for Democracy? How the Web Influenced Political Attitudes and Behaviours in the 1996 and 2000 Presidential Elections". *Harvard International Journal of the Press-Politics*, 2003, vol. 8, núm. 3, p. 9-34.
- KAVANAUGH, Andrea; PATTERSON, Scott. J. "The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and Community Involvement". *American Behavioural Scientist*, 2001, núm. 45, p. 496-509.
- KAVANAUGH, Andrea [et al.]. "Net Gains in Political Participation: Secondary Effects of Internet on Community". *Information, Communication & Society*, 2008, vol. 11, núm. 7, p. 933-963.
- KAYE, Barabara. K.; JOHNSON Thomas. J. "Online and in the Known: Uses and Gratifications of the Web for Political Information". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2002, núm. 46, p. 54-71.
- KENSKI, Kate; STROUD, Natalie Jomini. "Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2006, vol. 50, núm. 2, p. 173-192.

- KOBAYASHI, Tetsuro.; MIYATA, Kakuko. "Social Capital Online: Collective Use of the Internet and Reciprocity as Lubricants of Democracy". *Information, Communication & Society*, 2006, vol. 9, núm. 5, p. 582-611.
- KRUEGER, Brian. "Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach". *American Politics Research*, 2002, vol. 30, núm. 5, p. 476-498.
- LEE, Kwain Min. "Effects of Internet Use on College Students' Political Efficacy". *CyberPsychology & Behavior*, 2006, vol. 9, núm. 4, p. 415-422.
- LEIGHLEY, Jan E. "Social Interaction and Contextual Influences on Political Participation". *American Politics Research*, 1990, vol. 18, núm. 4, p. 459-475.
- MARGOLIS, Michael; RESNICK, David. *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'*. Thousand Oaks, Califòrnia: Sage Publications, 2000.
- MARTÍN, Irene. "Interés por la política y desapego político". A: TORCAL, Mariano.; PÉREZ NIEVAS, Santiago; MORALES, Laura. *España: sociedad y política en perspectiva comparada. Un análisis de la primera ola de la Encuesta Social Europea*. València: Tirant lo Blanch, 2005, p. 63-82.
- MASON, Ronald M. *Participatory and Workplace Democracy: A Theoretical Development in Critique of Liberalism*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press, 1982.
- MILBRATH, Lester W.; GOEL, M. Lal. *Political Participation*. 2a edició. Chicago: Rand McNally, 1971.
- MILLER, Arthur H. [et al.]. "Group Consciousness and Political Participation". *American Journal of Political Science*, 1981, vol. 25, p. 494-511.
- NEGROPONTE, Nicholas. *Being Digital*. New York: Random House, 1995.
- NEUSTADTL, Alan; ROBINSON, John P. "Social Contact Differences between Internet Users and Nonusers in the General Social Survey". *IT & Society*, 2002, vol. 1, núm. 1, p. 73-102.
- NIEMI, Richard G.; JENNINGS, Kent M. "Issues and Inheritance in the Formation of Party Identification". *American Journal of Political Science*, 1991, núm. 35, p. 970-988.
- NORRIS, Pippa. "Who Surfs? New Technology, Old Voters and Virtual Democracy". A: CIULLA; NYE. *Democracy.com, Governance in a Networked World*. New Hampshire: Hollis Publishing, 1999.

- NORRIS, Pippa. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Nova York: Cambridge University Press, 2001.
- NORRIS, Pippa. "The Impact of the Internet on Political Activism: Evidence from Europe". *International Journal of Electronic Government Research*, 2005, vol. 1, p. 20-39.
- PETERSON, Steven A. "Workplace Politicization and its Political Spillovers: A Research Note". *Economic and Industrial Democracy*, 1992, núm. 13, p. 511-524.
- PHARR, Susan J.; PUTNAM, Robert D. *Disaffected Democracies. What's troubling the trilateral countries?* Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 2000.
- PRIOR, Markus. *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nova York: Cambridge University Press, 2007.
- PUTNAM, Robert. (ed.). *Democracies in Flux*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
- RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1993.
- RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Boston: MIT Press, 2000.
- RÖMMELE, Andrea. "Political parties, party communication and New information and Communication Technologies". *Party Politics*, 2003, vol. 9, núm. 1, p. 7-20.
- SCHEUFELE, Dietram. A.; NISBET, Matthew C. "Being a Citizen Online: New Opportunities and Dead Ends". *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2002, núm. 7, p. 55-75.
- SOBEL, Richard. "From Occupational Involvement to Political Participation: An Exploratory Analysis". *Political Behaviour*, 1993, núm. 15, p. 339-353.
- STEUER, Jonathan. "Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence". *Journal of Communication*, 1992, vol. 42, núm. 4, p. 73-93.
- SUNSTEIN, Cass R. *Republic.com*. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 2001.
- SUNSTEIN, Cass R. "Group Judgements: Statistical Means, Deliberation



- and Information Markets". *New York University Law Review*, 2005, núm. 80, p. 962-1049.
- TATE, Katherine. *From Protest to Politics: The New Black Voters in American Elections*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1994.
- TEDESCO, John. C. "Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy". *American Behavioral Scientist*, 2007, vol. 50, núm. 9, p. 1183-1194.
- TOLBERT, Caroline J.; MCNEAL, Ramona S. "Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?" *Political Research Quarterly*, 2003, vol. 56, núm. 2, p. 175-185.
- TORNEY-PURTA, Judith. "Adolescents' Political Socialization in Changing Contexts: An International Study in the Spirit of Nevitt Sanford". *Political Psychology*, 2004, vol. 25, núm. 3, p. 465-478.
- USLANER, Eric. M. "Trust, Civic Engagement and the Internet". *Political Communication*, 2004, núm. 21, p. 223-242.
- VERBA, Sidney; SCHLOZMAN, Kay Lehman; BRADY, Henry. E. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- WEBER, Lory. M.; LOUMAKIS, Alysha; BERGMAN, James. "Who Participates and Why? An Analysis of Citizens on the Internet and the Mass Public". *Social Science Computer Review*, 2003, núm. 21, p. 26-42.
- WELLMAN, Barry. "An Electronic Group is Virtually a Social Network". A: KIESLER, Sara (ed.). *Culture of the Internet*. Mahwah, Nova Jersey: Lawrence Erlbaum, 1997, p. 179-205.
- WILLIAMS, Andrew. P. (ed.); TEDESCO, John. C. (ed.). *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2006.

## 3 El coneixement polític en el nou context comunicatiu: polarització o igualació?

Eva Anduiza, Aina Gallego i Laia Jorba

### Introducció

La facilitat d'accés als mitjans de comunicació i les possibilitats de seleccionar-ne els continguts han augmentat de manera dràstica amb la generalització de l'ús de les noves tecnologies de la informació i la comunicació. Aquesta expansió de les possibilitats d'elecció de continguts pot tenir un impacte sobre el coneixement polític de la població. Tot i així, hi ha discrepàncies sobre la natura d'aquest efecte. D'una banda, segons alguns autors la creixent possibilitat d'escollir els continguts desitjats té com a resultat una major diferència en el tipus de consum realitzat en funció dels gustos i les capacitats de la persona. Mentre que algunes persones poden consumir quantitats ingents d'informació política, d'altres prefereixen altres tipus de continguts i poden viure normalment sense ensopegar amb gairebé cap notícia d'actualitat. Aquest fet produiria una polarització en el coneixement polític de la població entre les persones que tenen més interès per la política i més recursos cognitius, i aquelles amb poc interès i recursos. Aquest tipus de diferència sistemàtica en els nivells d'informació política de diferents segments de la població segons les seves habilitats i la motivació es coneix a la literatura com *knowledge gap* o diferencial cognitiu. D'altra banda, des d'una perspectiva més optimista l'abundància de mitjans de comunicació i continguts ofereix més oportunitats perquè les persones que no presenten un interès especial per la política tinguin oportunitats per aprendre'n més. La utilització d'algunes d'aquestes oportunitats reduiria el diferencial de coneixement amb les persones més motivades.

Per poder participar en la vida política i exercir un cert control sobre l'activitat del Govern, els ciutadans han de tenir un nivell bàsic de co-

neixements polítics, com a mínim sobre el sistema polític i els candidats que els han de representar. El coneixement polític permet als ciutadans fer avaluacions precises sobre temes polítics i candidats (Kim, Scheufele i Shanahan, 2005). Tanmateix, l'aprenentatge polític té costos i, en conseqüència, no tothom té un coneixement bàsic sobre política. Hi ha ciutadans que tenen capacitats cognitives elevades i els resulta força fàcil de comprendre què passa en el món polític. N'hi ha que s'interessen per la política o senten que és la seva obligació saber què passa en el món polític: aquestes persones obtenen satisfacció pel simple fet de dedicar temps i esforços a informar-se sobre política. En canvi, la majoria de ciutadans i ciutadanes no disposa d'amplis coneixements. Com que no té sentit dedicar gaires recursos a informar-se, molta de l'adquisició del coneixement polític depèn de la facilitat d'accés a la informació que es troba mentre es fan tasques quotidianes sense buscar-la expressament, mentre es parla amb altres persones o es consumeix els mitjans de comunicació (Downs, 1957).

Els mitjans de comunicació són una de les fonts principals d'informació política tant per a les persones interessades en política com per a les que no hi estan. Contribueixen a emmarcar els afers polítics i fomenten la mobilització política. Els mitjans de comunicació han canviat dràsticament en els darrers anys amb l'auge de les noves tecnologies de la informació i la comunicació, i ara ofereixen una major facilitat d'elecció d'informació. Aquests canvis modifiquen la manera en què la població aprèn sobre política, la qual cosa tindrà efectes en aspectes importants de la participació política i en diverses activitats cíviques. Primerament, en el nou context és d'esperar que la motivació tingui un paper més important a l'hora de predir l'exposició a la informació i l'aprenentatge polítics. En segon lloc, les capacitats cognitives cada vegada són més importants per gestionar el flux ingent d'informació disponible en un món cada cop més complex.

Tot i així, encara hi ha moltes qüestions controvertides sobre l'impacte de les noves tecnologies de la informació i la comunicació sobre la política. No queda clar quin efecte tenen aquestes en el procés d'adquisició de

coneixements. La qüestió clau és identificar els principals elements que faciliten o obstaculitzen l'aprenentatge polític en el nou context dels mitjans de comunicació. Si ens centrem principalment en l'impacte d'Internet, trobem perspectives escèptiques (Scheufele i Nisbet, 2002; Kim, 2008; Prior, 2005), però també de força optimistes (Lupia i Philpot, 2005; Jerit *et al.*, 2006). En aquest aspecte, no només és important el context estructural dels mitjans de comunicació (Kim, 2008; Curran *et al.*, 2009), sinó també l'ús real que les persones en fan i la seva exposició a la informació política (Kwak, 1999).

Aquest article examina si l'ús de l'Internet produeix un augment del diferencial cognitiu entre els ciutadans amb diferents nivells d'estudis i de motivació política a Espanya. L'estudi emprà dades d'una enquesta sobre l'impacte d'Internet en la participació política que es va dur a terme a Espanya el novembre de 2007. L'article s'estructura en quatre apartats. En el primer, s'expliquen els principals arguments teòrics de la hipòtesi del diferencial cognitiu. En el segon apartat, s'introdueixen noves variables teòriques en aquella hipòtesi clàssica, com la motivació, el context i l'ús dels mitjans de comunicació. El tercer descriu l'operacionalització de les dades i les variables. El quart apartat presenta les anàlisis empíriques i, finalment, en el darrer apartat se'n discuteix els resultats.

Els resultats mostren clarament que els usuaris i usuàries habituals d'Internet tenen més coneixements sobre política que les persones que no en són usuàries. Entre els usuaris d'Internet, aquells amb un nivell educatiu alt aprenen més coses quan utilitzen aquest mitjà que els menys instruits. En aquest aspecte, la diferència en coneixement polític relativa als estudis podria créixer amb la introducció de les noves tecnologies. Tanmateix, també es comprova com el diferencial cognitiu entre les persones interessades en política i les no interessades és més reduït en el cas dels usuaris o usuàries habituals d'Internet que en els no-usuaris o no-usuàries. En suma, els resultats ofereixen una visió complexa i contradiuen la teoria pessimista sobre l'impacte de l'elecció de mitjans i continguts comunicatius en el coneixement polític.

## La hipòtesi del diferencial cognitiu

Una major facilitat d'accés a la informació no afecta tots els ciutadans per igual. Ja fa temps es va iniciar una línia de recerca sobre les diferències en l'aprenentatge polític de diversos grups de població sota la hipòtesi del *knowledge gap* o diferencial cognitiu (Tichenor, Donohue i Olien, 1970). Aquesta teoria estableix que, en contextos informatius rics i diversos, les persones amb més recursos són més capaces d'utilitzar, entendre i retenir la informació que les persones amb menys recursos. Els autors van concloure que “a mesura que augmenta la informació dels mitjans de comunicació de masses en un sistema social, els segments de població amb un estatus socioeconòmic més elevat tendeixen a adquirir aquesta informació amb més rapidesa que els segments més baixos” (Tichenor, Donohue i Olien, 1970: 159-160). Així, a mesura que creix la facilitat d'accés a la informació, la diferència relativa en el coneixement polític entre els grups més i menys afavorits augmenta a causa de la desigual velocitat en l'aprenentatge. Les persones que es troben en posicions socialment avantatjades adquireixen i processen millor la informació política i treuen molt més rendiment d'aquesta millora que suposa la facilitat d'accés a la informació perquè tenen una habilitat cognitiva millor, poden situar la informació en un context més ampli, etc.

Una gran quantitat de bibliografia s'ha dedicat a avaluar aquesta hipòtesi (com ara Genova i Greenberg, 1979; Scheufele i Nisbet, 2002; Jerit *et al.*, 2006; per a un resum vegeu Gaziano, 1997). Gairebé tots els estudis han trobat que a mesura que augmenta la disponibilitat d'informació, la relació entre el coneixement i l'estatus socioeconòmic es fa més forta.

Paral·lelament a les característiques individuals, que condicionarien la demanda d'informació, cal tenir en compte l'oferta d'informació proporcionada pels mitjans de comunicació. Tichenor, Donohue i Olien afirmaven que la relació entre aprenentatge i característiques individuals variaven segons quin mitjà de comunicació examinem. La seva teoria s'aplicava principalment a la influència dels diaris en el coneixement polític, però no

funcionava en el cas de la televisió. Els diaris cobreixen un gran ventall de dimensions temàtiques i no només descriuen fets sinó que també proporcionen explicacions de les causes i les conseqüències, donen al lector una visió general de la història i contribueixen a assentar el seu coneixement polític i el seu sentiment d'eficàcia política (Neuman, Just i Crigler, 1992). En canvi, la televisió explota més aviat els components de l'impacte visual, emocional i dramàtic (Graber, 2004), de manera que presenta la informació d'una forma menys sofisticada que requereix menys habilitats cognitives. Fins i tot si els espectadors o espectadores no estan motivats i són passius, ho poden aprendre d'una manera prou palpable (Eveland i Scheufele, 2000; Kim, 2008; Graber, 1990). Així doncs, mentre que els diaris acostumen a fer augmentar el diferencial cognitiu entre els més afavorits i els més desfavorits, la televisió funciona com un anivellador del coneixement, en el sentit que “les persones menys instruïdes es beneficien gairebé igual que les més instruïdes (i en termes de guanys relatius, se'n surten millor)” (Jerit *et al.*, 2006: 278).

El diferencial cognitiu és important per a la política en societats democràtiques. Tot i que hi ha interpretacions diferents sobre el nivell de coneixement polític que cal que tingui la ciutadania (Graber, 1994; Delli Carpini i Keeter, 1996), un nivell bàsic de coneixement polític és necessari per participar en la vida política (Palfrey i Poole, 1987; Lassen, 2005). Les persones han d'entendre el món polític per comprometre's o avaluar els candidats o els partits a les eleccions. Diferències importants en els nivells de coneixement polític de diferents grups socials podrien comportar més desigualtats en la participació política, fet que fa poc probable que les peticions i els interessos de la població més desfavorida es tinguessin en compte (Verba, Schlozman i Brady, 1995).

## El diferencial cognitiu i el nou context dels mitjans de comunicació

Actualment ens trobem en un moment de transició cap a un context dels mitjans de comunicació caracteritzat per la multiplicació de la informació

disponible i la generalització de les noves tecnologies de la comunicació i la informació. Aquests canvis afecten profundament els costums de la gent i també haurien de tenir efectes en el coneixement polític. El nou entorn dels mitjans de comunicació es caracteritza per ser un marc amb majors possibilitats d'elecció (Prior, 2007). Fa unes dècades, la televisió, la ràdio i els diaris eren les fonts d'informació i interpretació claus del món polític. Es tractava d'un entorn amb poques possibilitats de selecció de continguts per part dels usuaris, en el sentit que l'oferta de la informació i dels espectacles era limitada i prefixada pels programadors. A determinades hores del dia tots els canals emetien el mateix tipus de programes i als ciutadans o ciutadanes no els era possible d'escollir entre diverses opcions. Avui dia, amb la generalització d'Internet i de la televisió per cable, hi ha moltes més fonts d'informació i entreteniment alternatives. El ciutadà o ciutadana pot controlar d'una manera molt més eficient la seva exposició a les notícies i altres continguts dels mitjans de comunicació.

Així doncs, el marc dels mitjans de comunicació ha canviat en el sentit que aquests darrers ofereixen més informació i espectacle, però els canvis són molt recents i tot just ara se'n pot investigar l'impacte en la ciutadania i l'esfera política. Més que qualsevol altre mitjà de comunicació, Internet és el símbol d'aquesta revolució. La qüestió sorgeix, doncs, de manera natural: com afecta l'ús d'Internet en l'adquisició del coneixement polític i el diferencial cognitiu? En general, s'assumeix que la generalització dels nous mitjans de comunicació té un gran impacte (Sunstein, 2003; Norris, 2001; Bimber, 2001). Tanmateix, no hi sol haver consens respecte a la direcció d'aquest impacte.

S'han proposat dos factors que relacionen l'augment de l'oferta d'informació amb l'ampliació del diferencial cognitiu: les habilitats cognitives i la motivació. Aquest article se centra en la manera com l'ús d'Internet afecta la relació entre les habilitats cognitives, la motivació i l'aprenentatge polític.

En primer lloc, les habilitats cognitives són importants per comprendre un món complex i plural amb una gran quantitat d'informació disponible que

segurament caracteritza el marc dels nous mitjans de comunicació. El fet que hi hagi més informació disponible no sempre va associat a una qualitat més elevada d'aquesta informació i l'augment de l'oferta no va acompanyat per un increment en la capacitat de processar la informació (Polat, 2005; Bimber, 2003; Clément, 2002; Noveck, 2000). Pot ser, per exemple, que les persones benestants puguin treure més profit d'informació complexa i comprendre-la millor (Tichenor *et al.*, 1970; Eveland i Scheufele, 2000). Les habilitats cognitives són necessàries per discernir entre la informació important i la supèrflua, els fets reals dels improbables. En general, el format de la informació a Internet s'assembla més a la que es pot trobar en els diaris, basada en text escrit, més que no pas a la informació visual que es troba a la televisió (Norris i Sanders, 2003), la qual cosa faria pensar que Internet reforçaria els patrons de desigualtat en l'adquisició de coneixement. La "bretxa digital" s'explica, per tant, per la diferència en les habilitats cognitives a l'hora de gestionar una quantitat d'informació complexa, plural i en augment. És d'esperar que el diferencial cognitiu polític s'ampliï i que trobem més coneixement polític entre aquelles persones amb alt nivell educatiu que utilitzin Internet amb freqüència, ja que aquelles que disposen de més recursos cognitius són més capaces de comprendre i processar la informació que llegeixen en línia, mentre que les persones amb poques habilitats cognitives no en serien tan capaces.

La segona font d'escepticisme afirma que com més possibilitat d'elecció de continguts té la ciutadania, més important és la motivació a l'hora de consumir informació política. Markus Prior (2007) ha formulat una teoria sòlida sobre el paper creixent de la motivació en els contextos de mitjans de comunicació amb possibilitats d'elecció. L'argument central és que la majoria de les persones tenen unes preferències bàsiques, ja sigui per als continguts d'entreteniment o de notícies, però el consum real d'informació política i l'aprenentatge polític depenen de les opcions que ofereix l'entorn dels mitjans de comunicació.

En un entorn amb poques possibilitats d'elecció no hi ha gaire selecció de continguts possible, hi ha més ineficiències en els sistemes dels mitjans

de comunicació i moltes persones acaben aprenent sobre política fins i tot si no cerquen intencionadament continguts polítics. Aquesta observació s'exemplifica amb el fet de veure els telenotícies del vespre en la televisió. Quan tots els canals de televisió emetien notícies al vespre, la majoria de la gent estava en contacte amb temes polítics, ni que fos perquè a aquella hora del dia no feien altra cosa que telenotícies a totes les cadenes televisives. En canvi, el nou entorn dels mitjans de comunicació es caracteritza per les enormes possibilitats de seleccionar continguts. Les persones que es troben en un entorn de mitjans de comunicació amb possibilitats d'elecció poden triar entre un conjunt d'opcions gairebé il·limitat. Si es pot escollir, l'exposició a les notícies dependrà de la motivació de l'individu: les persones que estan interessades en política en seguiran la informació i n'aprendran, mentre que les que no hi estan interessades se saltaran fàcilment els continguts polítics i es decantaran per altres opcions.

La teoria de Prior es desenvolupa principalment per explicar l'impacte de la transició de la televisió convencional a la televisió per cable. L'argument es basa en la idea que tenir més possibilitats d'elecció afecta la selecció de continguts que duu a terme l'individu. Aquest argument s'aplica també a Internet perquè fa que augmentin dràsticament les possibilitats d'escollir els continguts (Norris, 2001; Eveland i Scheufele, 2000). La predicció d'aquesta teoria és que el consum d'informació política a Internet té més a veure amb la motivació que no pas el consum en alguns mitjans de comunicació tradicionals, com ara la televisió. D'això es desprèn que, com més gran sigui el consum d'informació a través d'Internet, major serà el diferencial cognitiu entre les persones interessades en la política i les que no hi estan interessades.

En resum, en el nou entorn dels mitjans de comunicació, la motivació és més important per predir l'exposició i és de preveure que el diferencial cognitiu entre les persones interessades i les no interessades augmenti. Al seu torn, aquest diferencial incrementaria la desigualtat en la participació entre els ciutadans més privilegiats i els més desfavorits (DiMaggio i Hargittai, 2001; Scheufele i Nisbet, 2002).

En canvi, hi ha raons per argumentar que l'ús d'Internet pot tenir efectes positius en l'aprenentatge polític de les persones que no tenen interès per la política, i que, per tant, seria un nivellador de coneixement, si més no per a alguns segments de la població. A Internet, es pot tenir accés a una informació il·limitada amb relativa facilitat (Bimber, 2001). És veritat que aquelles persones que la cerquen és perquè hi estan interessades, però, al mateix temps, l'elevat grau d'interactivitat i horitzontalitat de l'ús d'Internet pot oferir oportunitats perquè fins i tot aquelles persones que no busquen aquesta informació de manera activa puguin aprendre política. Es poden identificar tres mecanismes bàsics mitjançant els quals es podrien donar aquests efectes.

En primer lloc, hi ha moltes pàgines web, així com servidors de correu electrònic, que contenen portals de notícies. Hi ha molts usuaris o usuàries que, encara que no els interessi la política, llegeixen els titulars de les notícies mentre fan un altre ús d'Internet, com ara consultar la correspondència digital. Així mateix, hi ha moltes pàgines web o blocs que no tracten de política però que contenen fragments d'informació política barrejada amb altres tipus de continguts. En altres paraules, hi ha molts llocs web que no tenen caràcter polític però que contenen algun tipus de notícia o d'informació política i les persones que no estan interessades en la política és probable que es trobin amb aquesta informació i la llegeixin mentre estan connectades.

En segon lloc, hi ha molts usuaris d'Internet que l'utilitzen com a element de lleure. Tal com es veurà més endavant, dos terços dels usuaris d'Internet espanyols admeten que normalment naveguen per la xarxa sense cap objectiu ni finalitat particulars. Aquests usuaris d'Internet, que es poden etiquetar com a "internauts aleatoris", es limiten a passar estona a la xarxa consultant pàgines web sense cap tipus de planificació. El simple fet d'estar connectat és ja una manera de lleure. És probable que els internauts aleatoris topin amb algun tipus d'informació política mentre estan connectats i també que llegeixin part d'aquesta informació. Així doncs, és d'esperar que determinades persones que no presenten un interès per

la política però que passen estona connectades navegant per la xarxa acabin coneixent per casualitat alguns fets de la política de la mateixa manera que passen l'estona de lleure saltant d'una pàgina a una altra.

Finalment, la televisió de pagament i Internet són mitjans de comunicació que permeten un consum selectiu. Teòricament això significa que es poden esquivar amb facilitat els continguts no desitjats i que el ciutadà o ciutadana pot controlar l'exposició de manera eficient, escollint el que li interessa entre una quantitat gairebé il·limitada de continguts. Tanmateix, Internet es diferencia de la televisió per cable fonamentalment en les possibilitats que ofereix de producció del contingut (Flanagin i Metzger, 2001) i aquest fet pot ser transcendent per al tema d'aquesta recerca.

La tesi de Prior s'ha desenvolupat principalment per explicar una situació en què el ciutadà o ciutadana tria entre els diversos canals de televisió, segons les seves preferències, com un consumidor en el mercat. Tanmateix, a Internet, i especialment a la xarxa 2.0, l'usuari no només ha d'escollir si visitar determinades pàgines web segons les preferències, sinó que també està fortament connectat a xarxes d'amics i coneguts, que contínuament produeixen continguts i envien informació. Prenguem el correu electrònic d'exemple. Hi ha moltes persones que reben correus electrònics que no han demanat amb continguts polítics enviats per amics, familiars o companys de feina (Gibson, Lusoli i Ward, 2005: 577). Independentment dels interessos polítics de la persona destinatària, és força probable que l'individu llegeixi el correu electrònic de caire polític que rep, només perquè li ha enviat algú que coneix. En aquest sentit, l'usuari no és un consumidor aïllat en un mercat, sinó que està inserit en unes xarxes complexes i pren decisions tenint en compte diferents criteris. A diferència del cas de la televisió per cable, les persones a Internet no només es plantegen les preferències pròpies a l'hora d'escollir els continguts. En aquest aspecte, Internet es pot entendre com un context en què l'habilitat de decidir sobre els continguts es veu molt més determinada per factors diferents a la motivació que en el cas de la televisió per cable.

Aquests darrers arguments fan dubtar de la predicció que apunta a un augment de la diferència en el coneixement polític entre les persones usuàries d'Internet interessades en la política i les que no hi estan interessades, perquè s'insinua que hi ha mecanismes pels quals les persones no interessades en la política es poden informar igualment quan es connecten a la xarxa. Malgrat tot, aquelles persones que tenen molts recursos cognitius poden entendre amb més facilitat la informació que troben a Internet i, d'aquesta manera, la diferència en coneixement segons les habilitats cognitives hauria de créixer.

### La contrastació de la hipòtesi en el context espanyol

L'anàlisi empírica que es fa aquí revisa aquestes qüestions en el context espanyol. El més habitual és que la majoria de teories sobre l'impacte dels mitjans de comunicació es desenvolupin i testin als Estats Units. No obstant això, és important de contrastar aquestes teories en altres contextos per dues raons fonamentals. En primer lloc, si els resultats són similars en diferents contextos, aquest fet reforça la validesa dels arguments teòrics. En segon lloc, analitzar què succeeix en altres països pot ajudar a comprendre de quina manera el context conforma el comportament i l'aprenentatge de la persona. Fins i tot, un nou tema en la recerca destaca que les diferències en la regulació i les característiques dels sistemes dels mitjans de comunicació comporten que s'emetin continguts diferents i això afecta l'aprenentatge polític (Curran *et al.*, 2009).

A Espanya, el sistema dels mitjans de comunicació tradicionals<sup>1</sup> i el marc per programar continguts i publicitat estan regulats per l'Estat i controlats per

1 Es classifica la televisió, la ràdio i els diaris com a mitjans de comunicació tradicionals, els quals, a part de tenir una història pròpia més llarga, no faciliten la selecció dels continguts. El criteri principal per distingir entre els mitjans de comunicació vells i nous no és cronològic, quelcom que per definició es diluiria amb el temps, sinó tipològic. Els nous mitjans permeten que hi hagi interactivitat i fan augmentar dràsticament les possibilitats de triar-ne els continguts. Tot i que els mitjans de comunicació tradicionals es regeixen per polítiques diferents, tenen una estructura dels continguts semblant. En tots hi ha seccions de notícies similars: internacional, nacional, societat, cultura, esports, etc. Això significa que tothom, independentment del canal o el diari, està subjecte a informació que no li interessa i amb la qual es troba perquè és en el mateix suport físic juntament amb altres continguts. Les decisions editorials tenen una importància molt marcada en aquest context. A més, des del moment que les notícies les proporcionen les mateixes agències, el subministrament complet de notícies a tots els mitjans de comunicació és força similar, encara que la interpretació ideològica difereixi.



agències independents. Encara que hi hagi canals tant públics com privats, el 80% de l'audiència es concentra en dos canals públics i en dos de privats (fins i tot si es té en compte la televisió de pagament o per cable, que encara té un paper marginal). Gairebé tots els canals ofereixen notícies a les 15.00 hores i a les 21.00 hores.<sup>2</sup> A aquestes hores del dia, les persones que no tenen televisió de pagament i no utilitzen Internet a casa només tenen dues opcions: mirar les notícies o apagar el televisor. En aquest sentit, un segment important de la població espanyola encara viu en un entorn de mitjans de comunicació amb poques possibilitats d'elecció. Segons les dades recollides en el nostre estudi, un 48% dels enquestats es troben en aquesta situació, ja que no tenen ni televisió per cable ni Internet a casa. Aquest fet permet d'avaluar les diferències entre les persones en entorns de mitjans de comunicació amb diferents possibilitats d'elecció. L'expectativa és que l'exposició a les notícies hauria de ser superior en un sistema de mitjans de comunicació tradicionals que en un model de mitjans de comunicació de mercat (Currant *et al.*, 2009). Pel que fa als diaris, a Espanya hi ha fonamentalment sis diaris nacionals i internacionals, que cobreixen les notícies més importants, mentre que també hi ha molts altres diaris especialitzats i regionals. Es pot dir, per tant, que el mercat dels diaris és competitiu.

En canvi, els nous mitjans de comunicació no disposen d'una regulació específica ni complerta i només recentment s'han començat a utilitzar àmpliament. La televisió per cable encara no és gaire comuna a les llars espanyoles. A finals de 2007, tan sols el 26% dels enquestats de l'estudi afirmaven que tenien televisió de pagament a casa. A més a més, en una anàlisi preliminar, es va comprovar com la televisió de pagament no afectava gaire el coneixement polític, de manera que aquesta variable s'ha exclòs de les anàlisis finals. Per contra, un 50% de la població afirmava que era usuària d'Internet quan es va dur a terme l'estudi. Aquesta xifra és

.....  
 2 No obstant això, alguns canals tenen programacions lleugerament diferents. El segon canal públic en importància emet les notícies a les 13.00 hores i a les 20.30 hores. A dos canals gratuïts (Cuatro i La Sexta) les notícies s'emeten a les 14.25 hores i a les 20.25 hores aproximadament. Tanmateix, les notícies de Cuatro són molt llargues i se solapen completament amb les altres. Aquests tres canals tenen les audiències més baixes d'Espanya.

semblant a la d'altres estudis duts a terme aquell mateix any. Un nivell de disponibilitat d'Internet del 50% entre les persones usuàries i no usuàries és molt convenient per estudiar l'impacte d'aquest medi a Espanya. En no disposar de dades longitudinals, que serien millors a l'hora d'estudiar l'impacte dels nous mitjans de comunicació en el coneixement polític, la segona millor manera de fer l'estudi és comparant el nivell de coneixement polític dels usuaris i els no-usuaris.

L'apartat empíric se centra en les qüestions i hipòtesis següents. En primer lloc, s'espera que hi hagi una diferència en el coneixement polític entre les persones amb molts estudis i pocs estudis i entre aquelles interessades en la política i les que no hi estan interessades. En segon lloc, encara que no sigui l'objectiu principal d'aquest estudi, s'examinarà l'impacte relatiu de diferents factors en el coneixement polític, com ara l'exposició total als mitjans de comunicació tradicionals, l'exposició total a Internet com a nou mitjà de comunicació principal, el consum de notícies polítiques en els mitjans de comunicació tradicionals i en els nous, l'interès polític, els estudis i altres variables de control rellevants. En tercer lloc, es vol esbrinar si el diferencial cognitiu és més important en diferents tipus de persones dependent del consum de notícies que facin. S'espera que el diferencial cognitiu entre les persones amb molts estudis i amb pocs estudis s'incrementi quan utilitza Internet. Segons una perspectiva pessimista, seria d'esperar que el diferencial cognitiu entre les persones interessades en la política i les que no hi estan interessades sigui més gran en el cas dels usuaris d'Internet. En canvi, la perspectiva optimista preveu que el diferencial cognitiu romanirà estable o fins i tot es reduirà quan les persones passen molt de temps connectades a Internet. El darrer pas de l'anàlisi consistirà a examinar possibles explicacions del canvi detectat en el diferencial cognitiu entre els usuaris d'Internet. Tal com es veurà, el diferencial cognitiu causat per la motivació és més petit en el cas de les persones que usen Internet. Es planteja la hipòtesi que aquest fet és el resultat de determinats usos específics que la gent fa d'Internet, com ara navegar aleatòriament o llegir els correus electrònics amb continguts polítics que els envien els coneguts. Finalment, es testa aquesta hipòtesi.

## L'operacionalització de les dades i les variables

Per analitzar aquests punts s'empren dades d'un estudi que es va dur a terme el mes de novembre de 2007 amb 3.739 enquestats cara a cara i que estava dissenyat per investigar l'impacte d'Internet en la participació política a Espanya.<sup>3</sup> La mostra contenia una sobrerrepresentació de persones d'edats compreses entre els 18 i els 40 anys per tenir un nombre elevat d'usuaris d'Internet, de manera que l'enquesta és especialment vàlida per avaluar les teories sobre l'impacte dels nous mitjans de comunicació.

La variable dependent és el coneixement polític, que es mesura sumant les respostes correctes a tres ítems sobre coneixement objectiu. Es preguntava a les persones enquestades el nom del president de la seva comunitat autònoma, el del ministre de Treball i Afers Socials i el del president de França. Per tant, els possibles valors de l'escala són des del zero, que marca que cap resposta és correcta, fins a tres respostes correctes. Aquesta variable s'ha recodificat perquè vagi del 0, que significa el nivell de coneixement polític mínim, a l'1, que és el nivell màxim de coneixement polític. Certament, informació no és el mateix que coneixement (Grönlund, 2007): la primera pot ser tan sols l'acumulació de dades mentre que el segon es concep com l'ús de la informació per comprendre el món polític.<sup>4</sup> Però, encara que des del punt de vista teòric ambdós conceptes no siguin iguals, el coneixement se sol mesurar com la resposta correcta a determinades preguntes objectives, que estrictament comptarien com a informació política.

Hi ha mesures més complexes del coneixement polític que fan la distinció entre el coneixement sobre el sistema polític, la política quotidiana i les

3 El qüestionari el va dissenyar específicament un equip d'investigadors de la UAB per estudiar la relació entre el consum de mitjans de comunicació nous i vells i la participació i les actituds polítiques a Espanya. El Centro de Investigaciones Sociológicas en va fer el treball de camp. Podeu trobar més informació a [www.polnetuab.net](http://www.polnetuab.net) i a [www.cis.es](http://www.cis.es).

4 També hi ha un altre concepte relacionat, la *sofisticació política* (Luskin, 1987), però si simplifiquem aquesta mesura, arribem a indicadors semblants als del coneixement polític.

diferències ideològiques entre els participants.<sup>5</sup> De totes maneres, Delli Caprini i Keeter (1996) van arribar a la conclusió que hi ha una dimensió bàsica comuna dels diversos tipus de coneixement polític. A més a més, tal com expliquen Jerit *et al.* (2006), el coneixement general és més estable i dependent de la socialització mentre que el coneixement d'un camp en concret és preferible per mesurar la disponibilitat i l'actualització del coneixement i, per tant, l'impacte de l'entorn informatiu.

No disposem de mesures directes de les habilitats cognitives, però utilitzem el nivell d'estudis de les persones enquestades com una variable substituïda d'aquelles habilitats. Els estudis es codifiquen en cinc categories que van de "sense estudis" a "educació superior" (per a més informació de la codificació de les variables, vegeu l'apèndix 1).

La variable de motivació que tenim en compte és l'interès polític. L'interès és una de les variables de predicció més importants d'implicació i compromís polític. Tot i que no és clar d'on prové l'interès polític, se sap que és un dels mecanismes que associen el nivell socioeconòmic amb el comportament polític i que, a més, l'afecta de manera independent (Verba, Schlozman i Brady, 1995). La variable d'interès polític de l'enquesta té quatre categories, que van de "sense interès" a "amb molt interès" en política i s'ha codificat amb valors que van del 0 a l'1, igual que la resta de variables de l'anàlisi.

En aquesta anàlisi es considera els usuaris i usuàries d'Internet com a persones exposades als nous mitjans de comunicació i, per tant, a un entorn amb possibilitats d'elecció, mentre que els no-usuaris es troben en un entorn amb poques possibilitats d'elecció. Fem la distinció entre l'exposició total i els usos polítics específics. L'ús d'Internet, o l'exposició total, es

5 Tradicionalment només s'han diferenciat dues categories: el coneixement general o cívic respecte del coneixement de polítiques o específic, sobre fets i esdeveniments (S. H. Kim, 2008). Per exemple, Genova i Greenberg només fan referència al coneixement polític estructural, el que s'ha anomenat coneixement del sistema polític, i el coneixement objectiu, que inclou les altres dues categories de coneixement polític que es descriuen més amunt (1979). Prior (2005) també utilitza una categoria doble paral·lela en què fa la distinció entre coneixement cívic i coneixement polític.



mesura com una variable contínua amb una pregunta sobre la freqüència d'ús d'Internet de l'enquestat o enquestada, que va del 0, que significa mai, a l'1 per a aquelles persones que utilitzen Internet sis o set dies a la setmana. Així mateix, disposem d'una variable que explica la freqüència amb què la persona enquestada utilitza Internet per informar-se sobre la política.

El consum de mitjans de comunicació tradicionals també es divideix entre l'ús general i els usos polítics. S'inclou la variable que pregunta quantes hores al dia passa la persona enquestada mirant la televisió o escoltant la ràdio i mesura, per tant, l'exposició total a aquests mitjans de comunicació. Pel que fa als usos polítics, s'inclou la freqüència de lectura dels diaris (sense comptar la premsa esportiva) i la freqüència amb què l'enquestat o enquestada afirma que mira o escolta les notícies a la televisió o la ràdio. Tots es codifiquen del 0 (valor mínim) a l'1 (valor màxim).

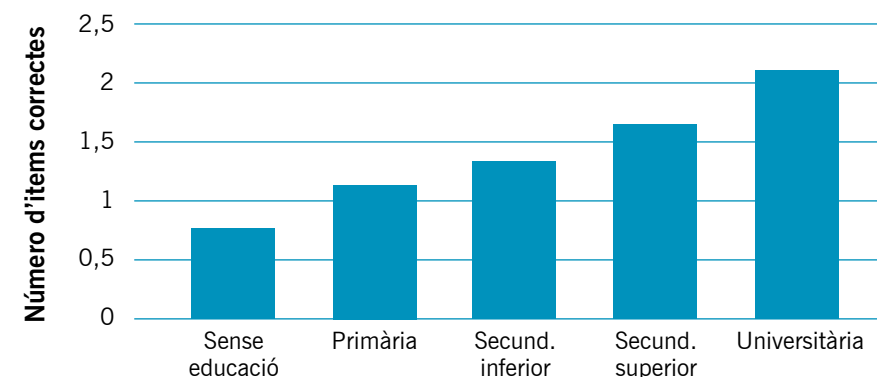
Finalment, s'han inclòs variables que poden afectar els nivells de coneixement polític, com ara les sociodemogràfiques i la freqüència amb què es parla de política. Com que hi ha molts valors perduts de la variable dels ingressos, els hem imputat. Primer es fa una regressió que té els ingressos com a variable dependent i 20 variables com a independents. Després s'imputa els ingressos predits a cada valor perdut. S'ha introduït una variable de l'edat al quadrat donada la possibilitat que la relació entre l'edat i el coneixement no sigui lineal. Totes les variables excepte l'edat i l'edat al quadrat es registren amb uns valors entre el 0 i l'1.

## L'anàlisi

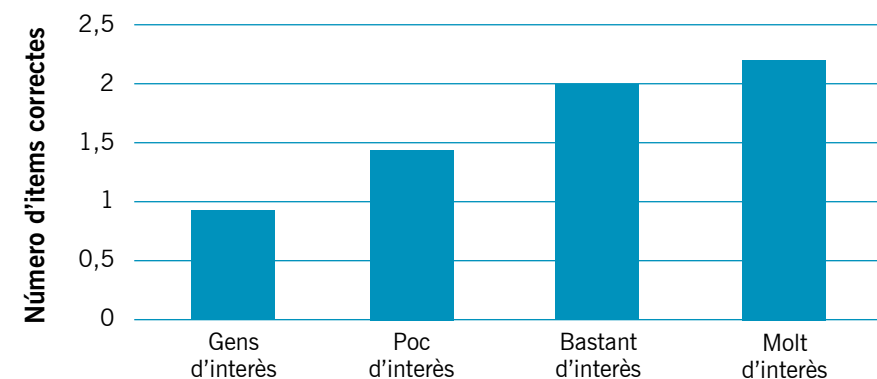
En primer lloc cal saber la magnitud del diferencial de coneixement polític de segments rellevants de la població. Les xifres següents mostren la mitjana de respostes correctes que donen els diversos grups de població en funció dels estudis i el nivell que acrediten d'interès per la política. Com que hi havia tres preguntes sobre el coneixement, el nombre màxim de respostes

correctes era tres, mentre que el mínim era zero. És clar que hi ha una relació forta, positiva i lineal entre els estudis i el coneixement polític i entre l'interès polític i el coneixement polític. De mitjana, aquelles persones que tenen molts estudis o que estan molt interessades en la política donen més del doble de respostes correctes a les preguntes de coneixement polític que les que no han acabat l'educació primària o aquelles que no presenten cap interès per la política.

GRÀFIC 1: DIFERENCIAL COGNITIU SEGONS EL NIVELL EDUCATIU



GRÀFIC 2: DIFERENCIAL COGNITIU SEGONS L'INTERÈS EN LA POLÍTICA



A continuació, hem examinat els factors que determinen el coneixement polític a fi i efecte de comprendre quins són rellevants a l'hora de desenvolupar-lo o no. El coneixement polític hauria de dependre tant de la motivació com de l'entorn dels mitjans de comunicació en què viu la persona, ja que aquest conforma les oportunitats i les alternatives per a l'aprenentatge polític. També s'han de controlar altres factors rellevants que poden influenciar el coneixement polític. Analitzem l'impacte del fet de parlar de política i de les variables sociodemogràfiques. A més de l'exposició total als mitjans de comunicació, també s'examina l'impacte específic de l'exposició a informació política. Com que totes les variables, excepte la de l'edat, es codifiquen entre el 0 i l'1, es pot comparar amb facilitat la magnitud dels coeficients, que s'interpretarà com la diferència mitjana en el nombre de respostes correctes sobre el coneixement polític quan es passa del màxim al mínim de la variable (excepte en el cas de l'edat). El coneixement polític també es codifica entre el 0 i l'1.

Tal com era d'esperar, l'interès polític, els estudis i l'edat són les variables de predicció més potents del coneixement polític. Totes les altres variables tenen un efecte semblant. Una constatació imprevista és que les persones que afirmen veure o sentir les notícies a la televisió o la ràdio acostumen a no saber més de política que les persones que no ho fan assíduament. Una explicació podria ser que veure les notícies a la televisió o sentir-les a la ràdio està relacionat amb altres variables del model. Les variables estan correlacionades de manera òbvia les unes amb les altres.<sup>6</sup> Ara bé, no n'hi ha cap que tingui relació amb el fet de veure les notícies que sigui superior a 0,21 i, per això, es pot descartar l'existència de multicolinealitat. En segon lloc, es podria donar el cas que les persones no extreguin cap coneixement real del fet de veure les notícies a la televisió, fet que és inversemblant tenint en compte la bibliografia anterior, que considera el fet de veure les notícies com un igualador del coneixement. Finalment, també podria ser que aquesta mesura sigui inexacta i que moltes persones declarin veure les

<sup>6</sup> Les correlacions més fortes, a banda de la que s'estableix entre l'edat i l'edat al quadrat, són les que hi ha entre l'interès polític i el fet de parlar de política (0,72), la freqüència d'ús d'Internet i el nivell d'estudis (0,60) i el nivell d'estudis i els ingressos (0,56).

TAULA 1: FACTORS DETERMINANTS DEL CONEIXEMENT POLÍTIC A ESPANYA

	Coefficient	Error estàndard
<b>Actituds polítiques</b>		
Interès polític	0,179 ***	0,022
Parlar de política	0,126 ***	0,019
<b>Recursos i variables sociodemogràfiques</b>		
Nivell d'estudis	0,241 ***	0,022
Ingressos	0,112 ***	0,034
Edat	0,018 ***	0,002
Edat al quadrat	0,000 ***	0,000
Dones	-0,104 ***	0,009
<b>Exposició no política als mitjans de comunicació</b>		
Ús d'Internet	0,044 ***	0,016
TV i ràdio d'entreteniment	0,040 **	0,018
<b>Ús polític dels mitjans de comunicació</b>		
Notícies a la TV i la ràdio	0,025	0,021
Consum de premsa	0,090 ***	0,013
Informació política al web	0,041 **	0,018
Intercepte	-0,351 ***	0,041
N	3597	
R <sup>2</sup> ajustat	0,364	

\*\*\*p<0,005; \*\*p<0,05; \*p<0,1

notícies perquè pensen que és el més idoni socialment parlant. Tanmateix, no podem contrastar aquesta explicació.

L'interès primordial d'aquesta recerca és investigar els diferencials cognitius a Espanya i l'impacte de l'entorn dels mitjans de comunicació en el coneixement. Es vol saber si el fet d'utilitzar Internet fomenta de manera desproporcionada el coneixement polític de les persones amb més estudis

o amb més interès per la política. Aquest impacte diferencial sobre determinats tipus de persones comportaria l'ampliació o la reducció dels diferencials cognitius. S'avalua aquesta possibilitat mitjançant la introducció de termes d'interacció entre el nivell d'estudis, l'interès polític i la freqüència d'ús d'Internet en les regressions. Els termes d'interacció examinen la hipòtesi que determinats segments de la població (les persones amb més estudis o les persones amb menys estudis; les interessades per la política i les que no hi estan interessades) treuen molt més profit de l'exposició a Internet, és a dir, s'examina si hi ha persones que n'aprenen més que d'altres quan utilitzen aquest nou mitjà.<sup>7</sup>

El diferencial cognitiu, és a dir, la diferència en el nivell de coneixement polític entre les persones amb més estudis i les que en tenen menys és més acusat en les persones usuàries d'Internet que en les que no ho són. En la primera regressió, el fet d'usar Internet no té cap efecte positiu significatiu en el coneixement polític. La interacció entre els estudis i l'ús d'Internet és positiva i significativa. Tan sols alguns usuaris o usuàries d'Internet, els que tenen més estudis, aprenen sobre política quan estan connectats. Aquest fet implica que l'ús d'Internet amplia les diferències en el coneixement polític, perquè les persones amb més estudis que utilitzen Internet aprenen més sobre política que els ciutadans o ciutadanes amb menys estudis que naveguen per Internet. Aquest és el tipus d'efecte de reforç que s'esperava, ja que les habilitats cognitives són importants per a l'aprenentatge polític en un mitjà com Internet, complex i carregat d'informació escrita.

La segona regressió dona un resultat completament diferent. L'efecte de l'ús d'Internet és positiu i significatiu, de manera que de mitjana els usuaris i usuàries freqüents d'Internet saben més de política que els no-usuaris o no-usuàries, fins i tot després d'haver controlat altres factors. No obstant això, la interacció entre l'interès polític i l'ús d'Internet és negativa i significativa. La interpretació és que l'interès polític té una relació més dèbil

<sup>7</sup> Es van dur a terme dues regressions diferents, ja que els termes d'interacció s'han d'interpretar tenint en compte els efectes principals i els interactuats i la interpretació és molt més difícil quan hi ha diversos termes d'interacció. Tanmateix, el signe i el nivell d'importància són els mateixos amb especificacions diferents.

TAULA 2: L'ÚS D'INTERNET I EL DIFERENCIAL COGNITIU A ESPANYA

	<i>Interacció amb els estudis</i>		<i>Interacció amb l'interès polític</i>	
	Coefficient	Error estàndard	Coefficient	Error estàndard
<b>Actituds polítiques</b>				
Interès polític	0,179 ***	0,022	0,220 ***	0,028
Parlar de política	0,127 ***	0,019	0,123 ***	0,019
<b>Recursos i variables sociodemogràfiques</b>				
Nivell d'estudis	0,196 ***	0,029	0,241 ***	0,022
Ingressos	0,114 ***	0,034	0,111 ***	0,034
Edat	0,018 ***	0,002	0,018 ***	0,002
Edat al quadrat	0,000 ***	0,000	0,000 ***	0,000
Dones	-0,106 ***	0,009	-0,103 ***	0,009
<b>Exposició no política als mitjans de comunicació</b>				
Ús d'Internet	-0,021	0,032	0,074 ***	0,020
TV i ràdio d'entreteniment	0,041 **	0,018	0,040 **	0,018
<b>Ús polític dels mitjans de comunicació</b>				
Notícies a la TV i la ràdio	0,027	0,021	0,023	0,021
Consum de premsa	0,091 ***	0,013	0,090 ***	0,013
Informació política al web	0,034 *	0,019	0,057 ***	0,019
<b>Interaccions</b>				
Ús d'Internet * educació	0,106 **	0,044		
Ús d'Internet* nterès			-0,091 **	0,037
Intercepte	-0,331 ***	0,042	-0,364 ***	0,041
N	3597		3597	
R <sup>2</sup> ajustat	0,367		0,368	

\*\*\*p<0,005; \*\*p<0,05; \*p<0,1

amb l'aprenentatge polític per als usuaris freqüents d'Internet que per als no-usuaris. El diferencial cognitiu entre les persones interessades per la política i les que no hi estan interessades es redueix quan es connecten a la xarxa. Aquest resultat és sorprenent des d'un punt de vista teòric, ja que la recerca anterior suggereix que la motivació hauria de ser una variable de predicció més potent de l'aprenentatge polític en contextos de mitjans de comunicació amb possibilitats d'elecció.

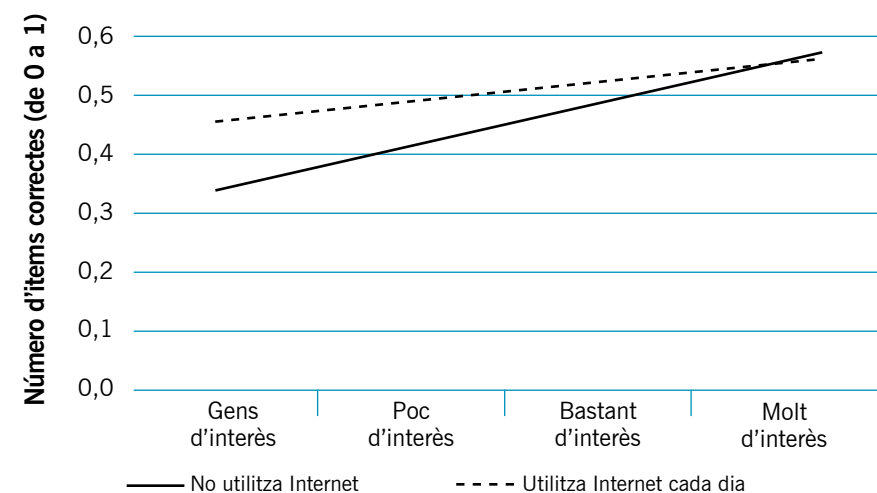
S'han dut a terme més anàlisis de regressió per examinar l'impacte de l'ús dels mitjans de comunicació tradicionals (televisió, ràdio i diaris) sobre el diferencial de coneixement relacionat amb les habilitats cognitives i la motivació. Tot i que no es mostren els resultats, les principals constatacions són que hi ha una interacció negativa entre el nivell d'estudis i la freqüència amb què es miren o s'escolten les notícies a la televisió o la ràdio. El fet de sentir o veure les notícies a la ràdio o la televisió és un igualador del coneixement i les persones amb menys estudis aprenen molt més exposant-se a aquests mitjans. En segon lloc, hi ha una interacció negativa entre l'interès polític i la lectura de diaris. Aquest fet indica que les persones no interessades en política aprenen poc quan llegeixen el diari. En canvi, les persones que no llegeixen el diari amb regularitat tenen un nivell de coneixement polític similar, amb independència de l'interès que tinguin per la política. Les altres interaccions examinades no són significatives.

Com que sol ser difícil interpretar la magnitud dels efectes interactius, la figura següent mostra de manera gràfica el nivell predit de coneixement polític (en una escala que va del 0 a l'1) de persones que no són usuàries d'Internet i per als usuaris o usuàries freqüents d'Internet (sis o set dies a la setmana) ordenats segons l'interès polític. Cal especificar els valors de les altres variables en el model per calcular el coneixement polític previst per diferents tipus de persones. Els valors que es mostren corresponen a una dona de 40 anys i el nivell de la resta de variables s'han fixat a la mitjana.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> L'única excepció és que, per als usuaris o usuàries d'Internet, el valor del consum d'informació política al web s'ha establert a la mitjana. Aquest valor és zero per als no-usuaris, que lògicament no poden utilitzar Internet per llegir informació política.

El gràfic mostra que el diferencial cognitiu entre les persones interessades en la política i les no interessades és menor en el cas dels usuaris o usuàries freqüents d'Internet que en el cas dels no-usuaris o no-usuàries. És a dir, els grans usuaris i usuàries d'Internet, ja sigui amb interessos polítics o sense interessos d'aquesta mena, tenen un nivell de coneixement polític més uniforme que els no-usuaris, fins i tot havent controlat per nombroses variables. Sembla ser que per a aquelles persones que no utilitzen Internet la motivació tindria un paper menys important per a l'aprenentatge polític a Internet, que és un entorn amb possibilitats d'elecció i selecció de continguts, que en un entorn amb poques possibilitats d'elecció.

GRÀFIC 3: EL DIFERENCIAL COGNITIU SEGONS EL NIVELL D'INTERÈS PER LA POLÍTICA I D'ÚS D'INTERNET



El darrer pas que es duu a terme és examinar els possibles mecanismes intermediaris que poden explicar la disminució del diferencial cognitiu entre les persones usuàries d'Internet interessades per la política i les que no hi estan interessades. En l'apartat teòric hem plantejat la hipòtesi dels possibles mecanismes que podrien fomentar l'aprenentatge polític de les persones que no estan interessades en la política durant l'estona que es

tan connectades a la xarxa. En l'estudi es disposa de dades que permeten avaluar dos d'aquests mecanismes intermediaris. Es va preguntar a les persones enquestades si passaven temps navegant a la xarxa sense un objectiu determinat: aquestes persones s'han anomenat internautes aleatoris i són el 67% dels usuaris d'Internet espanyols. Si la hipòtesi que moltes persones es troben amb informació política quan naveguen sense rumb per la xarxa, la llegeixen i aprenen alguns fets sobre política fins i tot quan no en cercaven intencionadament és veritat, aleshores seria d'esperar que els internautes aleatoris sabessin més de política que els qui no tenen aquest hàbit.

En segon lloc, s'ha proposat en aquest article que moltes persones reben informació política que no han sol·licitat de persones que coneixen, com ara familiars, amics o companys de feina, i que sovint llegeixen aquests missatges. Així doncs, pot ser que algú sense interessos polítics pugui aprendre de política només perquè li hagin enviat estímuls informatius i de mobilització i no perquè tingui un interès temàtic intrínsec en la informació. Es disposa d'una bateria de quatre elements en l'estudi que pregunta si la persona enquestada ha rebut correus electrònics amb informació positiva sobre partits polítics o candidats, amb crítiques, amb demandes per signar una petició o amb altres tipus de contingut polític. Els quatre elements es van afegir a una variable que es codifica amb un 0 si la persona enquestada no ha rebut cap correu electrònic amb aquests continguts els darrers 12 mesos i amb un 1 si l'enquestat ha rebut com a mínim un missatge d'aquestes característiques.

Cap de les dues variables examinades té un impacte en el coneixement polític. Així doncs, queda sense fonament la teoria que alguns usuaris o usuàries d'Internet no interessats en la política podrien aprendre de manera no intencionada quan naveguen per la xarxa sense cap finalitat particular o que n'aprenen perquè reben missatges de correu electrònic amb informació política i estímuls per a la mobilització que no han sol·licitat per part dels seus coneguts. No queda clar per quina raó els diferencials de coneixement relacionats amb l'interès polític disminueixen quan les persones tenen accés a Internet.

TAULA 3: POSSIBLES EXPLICACIONS DE LA DISMINUCIÓ DEL DIFERENCIAL COGNITIU

	<i>Internautes aleatoris i informació que no se cercava</i>		<i>Correus electrònics amb contingut polític que no s'han demanat</i>	
	Coeficient	Error estàndard	Coeficient	Error estàndard
<b>Camí causal</b>				
Navega sense objectius	-0,006	0,014		
Rep missatges polítics			0,013	0,014
<b>Motivació</b>				
Interès polític	0,222 ***	0,028	0,221 ***	0,028
Parla de política	0,124 ***	0,019	0,122 ***	0,019
<b>Variables sociodemogràfiques</b>				
Nivell d'estudis	0,238 ***	0,022	0,240 ***	0,022
Ingressos (imputats)	0,113 ***	0,034	0,110 ***	0,034
Edat	0,018 ***	0,002	0,018 ***	0,002
Edat al quadrat	0,000 ***	0,000	0,000 ***	0,000
Dona	-0,103 ***	0,009	-0,103 ***	0,009
<b>Exposició no política als mitjans de comunicació</b>				
Ús d'Internet	0,077 ***	0,022	0,071 ***	0,020
Ús de la televisió i la ràdio	0,039 **	0,018	0,040 **	0,018
<b>Ús polític dels mitjans</b>				
Notícies a la TV i la ràdio	0,023	0,021	0,023	0,021
Consum de premsa	0,089 ***	0,013	0,090 ***	0,013
Informació política al web	0,060 ***	0,019	0,055**	0,019
<b>Interacció</b>				
Interès* per Internet	-0,094 **	0,037	-0,096 **	0,037
Constant	-0,359 ***	0,041	-0,367 ***	0,041
N	3597		3597	
R <sup>2</sup> ajustat	0,364		0,365	

\*\*\*p<0,005; \*\*p<0,05; \*p<0,1

## Debat

En aquest article s'ha examinat una variant de la hipòtesi que la diferència en els nivells de coneixement polític de diferents tipus de persones varia en funció de la seva exposició als mitjans de comunicació, centrant-se en l'impacte de l'ús d'Internet en el coneixement polític a Espanya. S'ha fet la distinció entre el diferencial de coneixement a causa de la motivació i el diferencial provocat per les habilitats cognitives.

La hipòtesi del diferencial cognitiu sens dubte porta a pensar que l'expansió d'Internet hauria d'ampliar aquells diferencials relatius a les habilitats cognitives, que cada vegada són més importants en un món complex. En primer lloc, s'ha avaluat i demostrat el fet que, a Espanya, en línia amb altres països, l'ús de les noves tecnologies de la informació i la comunicació va associat amb una relació més estreta entre el nivell d'estudis i els nivells de coneixement polítics. Internet no és un anivellador per a les persones amb habilitats cognitives diferents, més aviat amplia el diferencial cognitiu: el nivell de coneixements de les persones amb més estudis que consumeixen informació política a Internet augmenta amb més rapidesa que el coneixement de les persones amb pocs estudis que consumeixen informació política. En aquest sentit, és probable que el fet de comptar amb unes habilitats cognitives avançades i una capacitat de processar una quantitat d'informació ingent expliqui les diferències en la capacitat d'adquirir coneixement i aguditzar les desigualtats socials.

Les conseqüències del consum de diaris i d'Internet d'una banda i el consum de televisió i ràdio de l'altra serien gairebé oposades. Mentre que els primers mitjans de comunicació fan augmentar el diferencial cognitiu entre les persones amb més estudis i aquelles amb menys estudis, la televisió i la ràdio són igualadors de coneixements. El nivell d'estudis no és tan necessari per aprendre de política com en el cas dels diaris o Internet, perquè les notícies a la televisió i la ràdio es donen amb un caràcter més lleuger, acompanyades d'imatges o sons, fet que ajuda el ciutadà a entendre-les i recordar-les.

No obstant això, cal esmentar una altra constatació cabdal d'aquest estudi: hi ha arguments contradictoris respecte a l'efecte que causaria un augment en la capacitat d'elecció dels continguts en un mitjà de comunicació sobre la importància de la motivació a l'hora d'adquirir coneixements polítics. Els pessimistes addueixen que a Internet la motivació té un paper més rellevant a l'hora d'exposar-se a la informació política perquè hi ha opcions il·limitades respecte als continguts. Els optimistes afirmen que hi ha molta ineficiència a Internet, fet que porta a l'exposició no planificada ni volguda a informació política que, al seu torn, pot comportar que persones no interessades en la política n'aprenguin. Aquests camins es relacionen amb una de les característiques d'Internet: la dimensió interactiva que no comparteix amb els diaris. S'ha vist que les persones menys interessades en la política, un cop tenen accés a Internet i l'utilitzen amb freqüència, adquireixen més coneixement polític, un cop controlats el nivell d'estudis i altres factors. El més important d'aquest resultat és que l'exposició no intencionada pot succeir en el grup de persones no interessades. En aquest sentit, caldria no ser tan pessimistes sobre la generalització d'Internet i la possibilitat que faci augmentar la desigualtat política, ja que està vist que hi ha alguns efectes positius en l'aprenentatge polític de les persones no interessades en aquest sector.

No obstant això, no s'ha pogut oferir una explicació convincent sobre la raó per la qual l'ús d'Internet redueix el diferencial cognitiu entre les persones interessades i les no interessades, i segur que aquest és un element a desenvolupar en futures recerques. A més a més, no queda gens clar de quina manera el fet d'utilitzar Internet podria afectar el desenvolupament de les motivacions cap a l'aprenentatge polític. Un altre àmbit important per a recerques futures serien els factors que afecten la motivació política i la seva relació amb els usos dels mitjans de comunicació.



## Bibliografia

- BIMBER, B. "Information and Political Engagement in America: The Search for Effects of Information Technology at the Individual Level". *Political Research Quarterly*, 2001, vol. 54, núm. 1, p. 53-67.
- BIMBER, B. *Information and American Democracy*. Nova York: Cambridge University Press, 2003.
- CLÉMENT, M. "Internet, l'avenir radieux!". A: Serfaty, V. (ed.) *L'Internet en politique: des Etats-Unis à l'Europe*. Estrasburg: Presses Universitaires de Strasbourg, 2002.
- CURRAN, J. [et al.]. "Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study". *European Journal of Communication*, 2009, vol. 24, núm. 1, p. 5-26.
- DELLI CARPINI, M. X.; KEETER, S. *What Americans Know about Politics and Why it Matters*. New Haven: Yale University Press, 1996.
- DIMAGGIO, P.; HARGITTAI, E. "From the Digital Divide to Digital Inequality: Studying Internet Use as Penetration Increases". *Center for Arts and Cultural Policy Studies*, 2001, article 15, Princeton University.
- DOWNS, A. *An Economic Theory of Democracy*. Nova York: Harper & Row, 1957.
- EVELAND, W. P. [et al.]. "Connection News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation". *Political Communication*, 2000, vol. 17, núm. 3, p. 215-237.
- FLANAZIN, A. J.; METZGER, M. J. "Internet use in the contemporary media environment". *Human Communication Research*, 2001, vol. 27, núm. 1, p. 153-181.
- GAZIANO, C. "Forecast 2000: Widening Knowledge Gaps". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 1997, vol. 74, núm. 2, p. 237-264.
- GENOVA, B. K. L.; GREENBERG, B. S. "Interest in News and Knowledge Gap". *The Public Opinion Quarterly*, 1979, vol. 43, núm. 1, p. 79-91.
- GIBSON, R. K.; LUSOLI, W.; WARD, S. "Online Participation in the UK: Testing a 'Contextualised' Model of Internet Effects". *British Journal of Politics and International Relations*, 2005, vol. 7, núm. 2, p. 561-583.
- GRABER, D. A. "Mediated Politics and Citizenship in the Twenty-First Century". *Annual Review of Psychology*, 2004, vol. 55, p. 545-571.
- GRABER, D. A. "Seeing is Remembering: How Visuals Contribute to Learning from Television News". *Journal of Communication*, 1990, vol. 40, núm. 3, p. 134-155.
- GRABER, D. A. "Why Voters Fail Information Tests: Can the Hurdles be Overcome?". *Political Communication*, 1994, vol. 11, núm. 4, p. 331-346.
- GRÖNLUND, K. "Knowing and Not Knowing. The Internet and Political Information". *Scandinavian Political Studies*, 2007, vol. 30, núm. 3, p. 397-418.
- JERIT, J.; BARABAS, J.; BOLSEN, T. "Citizens, Knowledge, and the Information Environment". *American Journal of Political Science*, 2006, vol. 50, núm. 2, p. 266-282.
- KIM, S. H. "Testing the Knowledge Gap Hypothesis in South Korea: Traditional News Media, the Internet, and Political Learning". *International Journal of Public Opinion Research*, 2008, vol. 2, núm. 2, p. 193-210.
- KIM, S. H.; SCHEUFELE, D. A.; SHANAHAN, J. "Who Cares about Issues? Issue Voting and the Role of News Media during the 2000 US Presidential Election". *Journal of Communication*, 2005, vol. 55, p. 103-121.
- KWAK, N. "Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: Education, Motivation, and Media Use". *Communication Research*, 1999, vol. 6, núm. 4, p. 385-413.
- LASSEN, D. "The Effect of Information on Voter Turnout: Evidence from a Natural Experiment". *American Journal of Political Science*, 2005, vol. 49, núm. 1, p. 103-118.
- LUPIA, A.; PHILPOT, T. S. "Views from Inside the Net: How Websites Affect Young Adults' Political Interest". *The Journal of Politics*, 2005, vol. 67, núm. 4, p. 1122-1142.
- LUSKIN, R. C. "Measuring Political Sophistication". *American Journal of Political Science*, 1987, vol. 31, p. 856-899.
- NEUMAN, W. E.; JUST, M. R.; CRIGLER, A. N. *Common Knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: Chicago University Press, 1992.

- NORRIS, P. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- NORRIS, P.; SANDERS, M. "Message or medium? Campaign learning during the 2001 British General Election". *Political Communication*, 2003, vol. 20, p. 233-262.
- NOVECK, B. S. "Paradoxical Partners: Electronic Communication and Electronic Democracy". A: Ferdinand, P. (ed.) *The Internet, Democracy, and Democratization*. Londres: Frank Cass, 2000.
- PALFREY, T. R.; POOLE, K. T. "The Relationship between Information, Ideology, and Voting Behavior". *American Journal of Political Science*, 1987, vol. 31, núm. 3, p. 511-530.
- POLAT, R. K. "The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links". *European Journal of Communication*, 2005, vol. 20, núm. 4, p. 435-459.
- PRIOR, M. "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout". *American Journal of Political Science*, 2005, vol. 49, núm. 3, p. 577-592.
- PRIOR, M. *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nova York: Cambridge University Press, 2007.
- SCHUEFELE, D. A.; NISBET, M. "Being a Citizen Online: New Opportunities and Dead Ends". *The Harvard Journal of Press/Politics*, 2002, vol. 7, núm. 3, p. 55-75.
- SUNSTEIN, C. R. *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós, 2003.
- TICHENOR, P. J.; DONOHUE, G. A.; OLIEN, C. N. "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge". *Public Opinion Quarterly*, 1970, vol. 34, p. 159-170.
- VERBA, S.; SCHLOZMAN, K. L.; BRADY, H. E. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1995.

## Apèndix 1. Codificació de les variables

Coneixement polític: 0 = cap resposta correcta; 0,33 = 1 resposta correcta; 0,67 = 2 respostes correctes ; 1 = 3 respostes correctes

Interès en la política: 0 = sense interès; 0,33 = sense massa interès; 0,67 = amb força interès; 1 = amb molt interès

Parlar sobre política: 0 = mai; 0,17 = menys d'un cop al mes; 0,33 = un cop al mes; 0,5 = diversos cops al mes; 0,67 = un cop a la setmana; 0,84 = diversos cops a la setmana; 1 = cada dia

Nivell d'estudis: 0 = sense estudis; 0,25 = estudis primaris; 0,5 = educació bàsica; 0,75 = educació secundària; 1 = educació superior

Ingressos totals per llar (mensuals): 0 = menys de 300 €; 0,11 = de 301 a 600 €; 0,22 = de 601 a 900 €; 0,33 = de 901 a 1.200 €; 0,44 = de 1.201 a 1.800 €; 0,55 = de 1.801 a 2.400 €; 0,66 = de 2.401 a 3.000 €; 0,77 = de 3.001 a 4.500 €; 0,88 = de 4.501 a 6.000 €; 1 = més de 6.000 €

Edat: contínua en anys. Mínima: 18; màxima: 95

Edat al quadrat: edat al quadrat

Dona: 0 = home; 1 = dona

Freqüència d'ús d'Internet: 0 = no utilitza Internet; 0,2 = menys d'alguns cops al mes; 0,4 = uns quants cops al mes; 0,6 = 1 o 2 dies a la setmana; 0,8 = entre 3 i 5 dies a la setmana; 1 = 6 o 7 dies a la setmana

Exposició a la televisió o la ràdio (consumint qualsevol tipus de continguts): 0 = mai; 0,25 = menys d'una hora al dia; 0,5 = 1 o 2 hores al dia; 0,75 = entre 2 i 3 hores al dia; 1 = més de 3 hores al dia



Veure les notícies a la televisió o escoltar-les a la ràdio: 0 = mai; 0,25 = menys d'un cop a la setmana; 0,5 = 1 o 2 cops a la setmana; 0,75 = 3 o 4 dies a la setmana; 1 = cada dia

Cerca d'informació política per Internet: 0 = mai; 0,25 = menys d'un cop al mes; 0,5 = un cop al mes; 0,75 = un cop a la setmana; 1 = més d'un cop a la setmana

Navegar per la xarxa sense un objectiu concret: 0 = no utilitza Internet per navegar sense cap objectiu; 1 = utilitza Internet per navegar sense cap objectiu

Recepció de correus electrònics polítics: 0 = no ha rebut cap correu electrònic polític els darrers 12 mesos; 1 = ha rebut un correu polític (criticant o donant suport a un partit, amb una petició, amb informació sobre una campanya o amb altres continguts polítics) els darrers 12 mesos

## 4 Reforç i mobilització. La influència d'Internet en diversos tipus de participació política<sup>1</sup>

Marta Cantijoch

### Resum

En aquest treball s'analitza l'impacte d'Internet en la participació política i es distingeix entre activitats representatives i extrarepresentatives. S'argumenta que l'ús d'Internet pot tenir un impacte en formes específiques de participació política. L'augment de la quantitat d'informació disponible a Internet permet evitar el discurs dominant i diversificar els temes limitats per l'agenda formal. Una major diversitat d'informació és a l'abast i el ciutadà implicat hi accedirà voluntàriament o per mitjà d'exposicions no planificades. Aleshores, aquesta exposició a discursos més diversos contribuiria a l'impuls de la participació extrarepresentativa.

S'analitza l'impacte de la freqüència d'ús d'Internet i alguns usos concrets d'Internet en diferents tipus de participació, i es constata que l'enfocament de la mobilització és aplicable al cas espanyol pel que fa a les activitats extrarepresentatives. També es comproven els impactes diferenciant entre tres perfils d'individus segons els seus trets actitudinals: els desafectes, els crítics i els institucionalitzats. Els nostres resultats suggereixen que l'ús d'Internet reforça els ciutadans crítics en els hàbits participatius i mobilitza els individus institucionalitzats en activitats extrarepresentatives. La nostra conclusió és que ambdues hipòtesis –reforç i mobilització– es verifiquen. No són exclusives, sinó complementàries.

<sup>1</sup> L'autora vol expressar el seu agraïment als membres de l'equip investigador del projecte Polnet pels comentaris durant l'elaboració d'aquest treball, i especialment a Eva Anduiza, Agustí Bosch, Guillem Rico i Josep San Martín.

La literatura especialitzada sobre l'impacte de l'ús d'Internet en el comportament polític ha debatut si Internet té un efecte positiu o negatiu en el volum de participació política. D'una banda, els autors que defensen la hipòtesi del reforç argumenten que l'ús d'Internet brinda noves oportunitats als qui ja participaven abans d'accedir a Internet (Hill i Hughes, 1998; Norris, 2000; Weber, Loumakis i Bergman, 2003; Curtice i Norris, 2004). D'una altra, la hipòtesi de la mobilització sosté que Internet contribuirà a una societat més participativa atraient ciutadans fins al moment inactius (Delli Carpini, 2000; Ward, Gibson i Lusoli, 2003; Tolbert i McNeal, 2003; Stanley i Weare, 2004).

En aquest estudi defensem que aquesta pregunta d'investigació cal tractar-la tenint en compte el caràcter multidimensional de la participació política, atès que l'ús d'Internet pot tenir un impacte en modes específics de participació política. Anàlitzem la participació distingint entre el mode representatiu i l'extrarepresentatiu (Teorell, Torcal i Montero, 2007). Si bé el primer ha disminuït en les darreres dècades en la majoria de països industrialitzats (participació electoral, activitats de partit, etc.), la protesta i algunes noves activitats que difereixen de les més formals, com ara el consum polític, estan augmentant.

Paral·lelament, diversos estudis han identificat un creixent descontentament públic amb els mecanismes i institucions de la democràcia representativa (Norris, 1999; Dalton i Wattenberg, 2000; Pharr i Putnam, 2000; Dalton, 2002). Aquesta insatisfacció política podria trobar-se en l'origen de l'apatia d'alguns sectors de la ciutadania. Tanmateix, els ciutadans crítics però que senten implicació per la política no estan disposats a renunciar a la seva capacitat d'intervenció en l'esfera política i, per tal de fer sentir la seva veu, tendeixen a dur a terme activitats participatives de tipus contenciosos.

Aquesta naturalesa canviant de l'acció ciutadana ha captat l'atenció dels especialistes en ciència política, atès que es podria argumentar que el qüestionament dels mecanismes institucionals amenaça el sistema demo-

cràtic. Malgrat això, aquestes transformacions afavoreixen la intervenció dels ciutadans d'una manera que desafia les elits institucionals, exercint pressió en el sistema per reforçar la manera en què afronta la demanda. No és un debat sobre si la democràcia és el millor sistema polític possible, sinó sobre com funciona aquest. I la creixent extensió d'Internet és un fenomen que cal considerar com un factor que contribueix a aquesta transformació.

Defensarem en aquest document que l'augment de la quantitat d'informació disponible a Internet permet sortir dels discursos formals dominants i dels temes (*issues*) definits per les elits tradicionals. Una major diversitat d'informació està disponible a la xarxa i els ciutadans que se senten implicats políticament hi accediran voluntàriament o per mitjà d'exposicions no planificades. Aleshores, aquesta exposició a discursos més diversos contribuiria a l'impuls cap a modes de participació extrarepresentatius. I aquest fenomen afectaria també aquells individus que potser no experimenten descontentament i insatisfacció, però que es mantenen lleials a les regles i procediments institucionals formals.

Aleshores argumentem que necessitem categoritzar la influència de l'ús d'Internet sobre la participació política depenent del perfil actitudinal dels individus. Primerament, els membres crítics de la ciutadania poden trobar a Internet una alternativa que suposi un impuls per als modes de participació contenciosos. Aquest seria un exemple d'un efecte reforç de comportaments previs. En segon lloc, aquells que donen suport a les institucions formals i que és més versemblant que ja siguin actius en modes participatius de tall més convencional es podrien veure atrets cap a repertoris informals. Aquest segon perfil es veuria afectat per un procés de mobilització cap a formes de participació política extrarepresentatives. En conjunt, si considerem la multidimensionalitat de la participació política i l'existència de diferents tipus d'individus segons els seus perfils actitudinals, podríem concloure que les hipòtesis del reforç i la mobilització són complementàries més que excloents.

En el primer apartat d'aquest document es debaten els arguments teòrics que vinculen les tendències quant als nivells participatius i el fenomen del canvi actitudinal. Es debat també el paper d'Internet en aquest escenari i el fet que hi ha més informació i més diversa disponible per a diferents perfils de la ciutadania. En la secció següent, presentem les nostres hipòtesis i les dades que hem emprat per a les anàlisis. A continuació mostrem els resultats principals.

### La participació política com a fenomen multidimensional: conceptualitzacions i tendències

Als anys setanta, Verba i Nie (1972) van definir el caràcter multidimensional de la participació política i van descriure l'existència del que van anomenar *modes de participació*. Aquests autors distingien entre quatre modes (a més de la inactivitat): participació electoral, activitats de campanya, activitats comunitàries (amb i per a la comunitat) i la participació parroquial (Verba i Nie, 1972; Verba, Nie i Kim, 1978). Paral·lelament a aquests desenvolupaments, diversos autors van dur a terme les primeres anàlisis sobre la protesta política o la participació no convencional (Marsh, 1977; Barnes i Kaase, 1979). Les activitats de protesta havien quedat excloses dels estudis realitzats per Verba i els seus col·legues, probablement arran d'una influència per les anàlisis sobre la rebel·lió, en què la protesta s'analitzava centrant-la en el seu tret violent (Gurr, 1970). En canvi, els autors de l'estudi *Political Action* van aportar un punt de vista nou i menys restringit en afirmar que la principal característica de la conducta de protesta no és necessàriament la violència, sinó la seva no-adequació a les regles i convencions normatives d'una societat (Marsh, 1977; Marsh i Kaase, 1979).

A partir d'aquesta definició, van establir una conceptualització teòrica que ha estat àmpliament emprada en les darreres dècades: la distinció entre participació política convencional i no convencional. Mentre que les activitats analitzades per Verba *et al.* pertanyen al primer grup, la participació no convencional es refereix a accions heterodoxes, com ara participar en

una manifestació o en una vaga, boicotejar productes o prendre part en activitats violentes. De fet, aquesta distinció va més enllà de la tipologia de Verba *et al.*, ja que no només té en compte diferències en la forma i procediments de l'acció (que a la vegada poden vincular-se als costos associats a l'acció i als recursos individuals necessaris per assumir-los), sinó que també inclou una avaluació més subjectiva que realitza l'individu a l'hora de triar una activitat participativa. La no-observació de les regles normatives d'una societat és un comportament que es pot vincular a actituds i percepcions polítiques molt concretes.

En els darrers anys, la protesta ha anat creixent i ha esdevingut així, paradoxalment, més convencional. Excepció feta dels mètodes més violents i contundents, les activitats de protesta són menys rares i excepcionals i estan esdevenint més un mitjà relativament comú i acceptat (Parry *et al.*, 1995; Verba *et al.*, 1995; Dalton, 2002; Norris, 2002; Torcal *et al.*, 2006; Rucht, 2007). Així, la connotació del terme *no-convencional* ha deixat de ser adequat per definir aquesta forma de participació.

No obstant això, les accions de protesta encara mantenen uns atributs especials que les distingeixen de l'anomenada *participació convencional*. Una aproximació recent que pretén subratllar aquestes característiques és la que se centra en el canal que s'empra per dur a terme l'acció, establint una diferència entre formes de participació representatives i extrarepresentatives (Teorell, Torcal i Montero 2007). Aquesta distinció es fonamenta en el fet de si l'execució de l'activitat participativa està directament relacionada amb les institucions formals de la democràcia representativa i els seus procediments o si es du a terme en paral·lel a aquests. Algunes de les accions prèviament esmentades com a convencionals són activitats desenvolupades en el marc establert per les institucions de l'estat (partits polítics, institucions del govern, etc.). Això implica que les activitats no només adrecen un missatge a aquests actors, sinó que també segueixen regles procedimentals determinades, i fins i tot controlades, per aquests: els exemples més clars són el fet de votar o les activitats de partit i de campanya.

Ben al contrari, les accions extrarepresentatives són activitats en què, fins i tot quan els participants poden estar intentant fer arribar un missatge a un agent institucional (com a objectiu d'una demanda),<sup>2</sup> l'acció es realitza en paral·lel al marc institucional. Certament, les accions legals de protesta han de complir unes normes formals (per exemple, les manifestacions autoritzades). Però a l'hora de dur a terme aquestes activitats, el participant manté un elevat control sobre la capacitat d'iniciar l'acció, modelar-ne la forma i determinar-ne el contingut temàtic. En aquest sentit, Dalton s'hi refereix com a activitats *iniciades pels ciutadans* (2002: 60).

A les darreres dècades, diversos estudis han detectat un declivi en la participació electoral i representativa a la majoria de països industrialitzats (Rosenstone i Hansen, 1993; Verba *et al*, 1995; Whiteley i Seyd, 1998; Gray i Caul, 2000; Blais, 2007; Scarrow, 2007). Com ja s'ha dit més amunt, en paral·lel, la protesta i altres formes de participació extrarepresentativa augmenten. Així, el comportament d'alguns ciutadans no s'estaria transformant en apatia i inactivitat. Al contrari, alguns estudis mostren que té lloc un canvi en repertoris participatius (Inglehart, 1990; Topf, 1995; Tarrow, 2000; Norris, 2002; Dalton, 2002; Inglehart i Catterberg, 2003; Stolle i Hooghe, 2004; Stolle i Micheletti, 2005; Zukin *et al.*, 2006; Rucht 2007).

Una de les explicacions que la literatura especialitzada ofereix per a aquesta transformació de repertoris està relacionada amb els canvis actitudinals que s'observen a les democràcies avançades. En les darreres dècades, s'ha detectat una creixent insatisfacció envers les institucions de la democràcia representativa (Norris, 1999; Dalton i Wattenberg, 2000; Pharr i Putnam, 2000; Dalton, 2002). A les societats actuals, la complexitat dels afers públics ha crescut de manera que l'enfocament clàssic d'acord amb les clivelles no ofereix les respostes adequades (Rucht, 2007). L'agenda política s'està transformant i hi ha un canvi pel que fa a la legitimitat, atès que

sovint es qüestiona la capacitat dels governs per fer front a les demandes per mitjà de sistemes burocràtics i jeràrquics (Dalton, 2000).

Per tant, atesa l'existència d'una massa crítica de gent que cerca espais efectius per donar a conèixer les seves exigències, no tota la ciutadania estaria transformant una percepció negativa de les institucions en apatia i desafecció (Dalton 2004, Norris 2002). De fet, tal com assenyalen Montero, Gunther i Torcal (1997), la desafecció política és diferent del descontentament. D'una banda, la desafecció implica el desenvolupament de sensacions d'ineficàcia, confusió envers la política i distanciament respecte del sistema polític. Per tant, té relació amb nivells inferiors d'implicació psicològica en la política i pot conduir a l'apatia o inactivitat participativa.

D'altra banda, una manca de confiança en les institucions polítiques i elits, de fet, pot afavorir la cerca de formes de participació no controlades per aquestes. Alguns ciutadans no estan disposats a renunciar a la seva capacitat d'intervenció en l'esfera política malgrat la manca de confiança en els actors formals, perquè, de fet, les seves orientacions cíviques continuen sent de caràcter compromès: no experimenten un descens en els sentiments d'implicació política i consideren que el seu rol com a ciutadans exigeix un compromís. Per tant, les formes de participació extrarepresentatives constituïrien una alternativa adequada per a donar a conèixer les seves demandes.

En conjunt, veiem que segons els diferents perfils actitudinals dels ciutadans podem no només identificar si un individu té més possibilitats d'esdevenir actiu o no, sinó si la seva activitat tendirà cap a formes específiques de participació. La taula següent sintetitza aquests perfils:

<sup>2</sup> Hi ha una altra distinció, en funció de si els objectius del missatge o demanda de l'acció són agents estatals o no estatals (Norris, 2002; Stolle i Micheletti, 2005; Torcal *et al*, 2006).

TAULA 1: DESCRIPCIÓ DE TRES PERFILS ACTITUDINALS I DEL SEU COMPORTAMENT POLÍTIC ESPERAT

Perfil ciutadà	Característiques actitudinals	Comportament esperat
<i>Desafecte</i>	Implicació política: baixa. Alta insatisfacció amb el sistema polític. Baixos nivells de percepció de rol de ciutadania com a deure o com a compromís.	Inactiu. Propensió més baixa a participar en qualsevol mode.
<i>Crític</i>	Implicació política: alta. Alta insatisfacció amb el sistema polític. Alt nivell de percepció de rol de ciutadania com a compromís.	Actiu. Propensió més alta a participar en modes extrarepresentatius.
<i>Institucionalitzat</i>	Implicació política: alta. Baixa insatisfacció amb el sistema polític. Alt nivell de percepció de rol de ciutadania com a deure.	Actiu. Propensió més alta a participar en modes representatius.

### L'impacte d'Internet en diversos tipus de participació política

Com interfereix Internet en aquest escenari? Un dels grans arguments apuntats per la literatura és el fet que Internet augmenta la quantitat d'informació política disponible, mentre que en redueix els costos d'accés

(Bimber, 2001). La informació és clau per als ciutadans en el seu paper en el procés polític. S'utilitza per contextualitzar la realitat i modelar les percepcions (Mulder, 1999). De fet, l'accés a la informació és un component bàsic de la sofisticació política (Luskin, 1990). Estar informat forma part d'una actitud cívica, ja que s'associa a l'interès i la responsabilitat. Aleshores, l'accés a la informació política té conseqüències en el comportament, i es considera un antecedent de la participació (Bimber, 2003).

En conseqüència, el fet que hi hagi més quantitat d'informació disponible a Internet hauria de promoure un impacte positiu en el coneixement i actituds com ara l'interès i l'eficàcia, els quals a la vegada propicien la participació política. Malgrat això, els autors que defensen la hipòtesi del reforç afirmen que els efectes positius de l'ús d'Internet en la participació serien només efectius per a un segment restringit de la ciutadania: Internet només reforçaria les actituds i els comportaments d'aquells prèviament interessats i actius.

En primer lloc, aquests autors argumenten que l'exposició a la informació no és una activitat passiva, ja que requereix una motivació prèvia. Navegar per Internet és una activitat individual que exigeix més implicació i atenció que, per exemple, veure la televisió (Nie i Erbring, 2002). Això suposa, per tant, que els continguts polítics es poden evitar amb més facilitat. De fet, la cerca d'informació política no és l'activitat en línia més comuna. La majoria de gent empen activitats sense cap contingut explícitament polític, com ara els usos vinculats a la comunicació interpersonal, la feina, els estudis o l'entreteniment.<sup>3</sup> Aleshores, s'argumenta que aquesta mena d'activitats en línia no promouen cap efecte sobre la participació política (Shah, Kwak i Holbert, 2001).

<sup>3</sup> A Espanya, el 95,3% dels usuaris d'Internet busca informació general (feina, estudi, salut, viatges, etc.), el 84,8% envia o rep missatges de correu electrònic, i el 75,7% descarrega material (documents, música, vídeo, programari, etc.). Només el 45,2% fa servir Internet per cercar-hi informació política i el 9,6% ha consultat la pàgina web d'algun partit polític o candidat (font: Estudi del CIS 2736, Espanya 2007.).

Així, només l'accés a continguts polítics a Internet fomentaria la participació política. I són perfils determinats d'individus els que duen a terme activitats en línia explícitament polítiques: mentre que els més privilegiats accedeixen a informació política i la fan servir per incrementar els seus coneixements, els menys motivats eviten aquestes qüestions i no es veuen afectats pels seus efectes d'aprenentatge. Per tant, un entorn de més selectivitat genera un procés de reforç del biaix de coneixements (*knowledge gap*) amb un impacte desigual sobre els comportaments polítics (Weber, Loumakis i Bergman, 2003; Prior, 2005).

En segon lloc, la fiabilitat de la informació disponible a Internet és sovint dubtosa (Clément, 2002, Davis, 1999; Noveck, 2000). Per tant, fins i tot quan han establert una atenció cap a continguts polítics, els usuaris d'Internet han de fer front als costos associats a la seva selecció. A més, necessiten fer esforços cognitius per processar-ne el contingut (Eveland i Dunwoody, 2000). D'aquesta manera, l'existència de més quantitat d'informació disponible pot convertir-se, de fet, en un desavantatge per a una part del públic. Hi haurà diferències entre els individus en funció de la seva capacitat de discriminació, avaluació i interpretació de la informació disponible en línia (Karakaya, 2005; Bimber, 2003; Clément, 2002; Noveck, 2000).

En conjunt, la hipòtesi del reforç afirma que no cal esperar una transformació radical dels patrons actuals. Els usuaris d'Internet ja estaven políticament implicats i interessats abans de l'extensió d'Internet, i el seu ús només reproduïx comportaments polítics anteriors (Hill i Hughes, 1998; Norris, 2000; Weber, Loumakis i Bergman, 2003; Curtice i Norris, 2004; Grönlund, 2007).

D'altra banda, en canvi, els enfocaments que defensen la teoria de la mobilització sostenen que les noves característiques associades a l'ús d'Internet fomentarien un augment de la participació política en implicar persones prèviament inactives (Delli Carpini, 2000; Ward, Gibson i Lusoli, 2003; Tolbert i McNeal, 2003; Stanley i Weare, 2004). L'ús d'Internet

permet una transformació dels models clàssics de transmissió de la informació, que són lineals i jeràrquics, i millora els intercanvis interpersonals de caràcter horitzontal (Yildiz, 2002, Ward i Vedel, 2006). En l'entorn en línia, la informació pot ser subministrada per un emissor cap a múltiples receptors, que a la vegada poden convertir-se en nous emissors, generant un efecte de propagació exponencial. De fet, Internet no és només una eina per adquirir informació, sinó que permet que l'usuari es converteixi en un proveïdor d'informació per mitjà del contacte i les discussions amb altres persones (Flanagin i Metzger, 2001). Rebre missatges de correu electrònic d'amics o participar en xats i fòrums pot portar, fins i tot per als usuaris poc interessats, a una exposició a informació política no sol·licitada ni planificada. Certes conductes a Internet, si bé no són explícitament polítiques, poden convertir-se en procés d'aprenentatge involuntari, amb impacte en la participació política (Gibson, Lusoli i Ward, 2005).

Però en aquest treball també argumentem que la mobilització és un procés que igualment es pot donar entre els qui ja estan interessats i són actius, transformant la manera en què participen. A Internet, el ciutadà pot accedir a una gran diversitat de fonts d'informació, i aquesta nova característica debilita la capacitat dels que fixen l'agenda política (anomenats *gatekeepers*). L'emergència de múltiples eixos d'informació diversifica les opcions per a un públic tractat tradicionalment com a membre d'una massa relativament homogènia que rep informació limitada i estàndard. En comptes d'això, "el nou entorn de mitjans amb els seus múltiples punts d'accés i un cicle de notícies més continu ha augmentat les oportunitats dels individus i grups no dominants per influenciar el discurs públic" (Williams i Delli Carpini, 2004: 1225). A Internet, l'usuari pot evitar els canals principals de provisió d'informació, explorar interessos no disponibles en els mitjans tradicionals i establir una comunicació amb actors no estatals o altres ciutadans individuals (Bimber 2001, Althaus i Tewksbury 2000).

Seguint la lògica de la teoria del reforç, es podria afirmar que els ciutadans només cercaran aquella informació que encaixi amb les seves opinions anteriors, per tal de prevenir una dissonància cognitiva. Aleshores, fins i

tot quan l'individu navega per Internet per cercar-hi activament informació política (i és capaç de seleccionar-la i processar-la), només prestarà atenció a les fonts i continguts que reforcin la seva posició prèvia, de manera que les seves opinions es polaritzaran (Davis, 1999; Noveck, 2000). Això vol dir que s'espera un efecte reforç entre els individus no només pel que fa a la propensió a cercar informació, sinó també pel que fa a les actituds i opinions anteriors sobre el sistema polític i, per tant, a la proclivitat a formes específiques de comportament polític.

D'una banda, els membres descontents de la ciutadania poden trobar a Internet un espai alternatiu a l'esfera política convencional en què preval el discurs institucional. Si perceben una discrepància entre les seves opinions i el discurs formal dominant –fonamentalment subministrat pels mitjans convencionals– aquesta dissociació de mitjans promourà la cerca d'informació alternativa a Internet. I consegüentment aquest ús d'Internet fomentarà l'acció en formes de participació extrarepresentatives (Hwang *et al.*, 2006). D'altra banda, els que donen suport a les institucions restarien lleials i actius en comportaments de caràcter representatiu.

Tanmateix, aquí s'argumenta que la possibilitat d'accedir a una informació més diversa afectarà tots els perfils d'individus prèviament implicats, inclòs l'institucionalitzat. Aquests ciutadans també es veuran exposats a la nova diversitat de discursos existent en línia, incloent-hi els punts de vista més crítics, perquè, de fet, hem vist que tenen elevats sentiments d'implicació en la política. L'ús d'Internet per obtenir informació és additiu a l'ús d'altres mitjans (Bimber, 2003; Shah *et al.*, 2005). No percebre la discrepància amb el discurs dominant no vol dir que aquests individus no trauran avantatge de la informació disponible a Internet per obtenir coneixement polític i complir el que consideren una responsabilitat: estar informats. Llavors, atesa la reducció de la capacitat de control sobre l'agenda de determinats agents, juntament amb la possibilitat d'una exposició involuntària a informació política no sol·licitada, fins i tot els que no desconfien dels discursos institucionals formals es veuran exposats a Internet a visions més crítiques. Podran incorporar, per tant, aquests arguments

a la seva avaluació del procés polític, captant com a mínim alguns matisos respecte d'opinions anteriors.

Aleshores, l'ús d'Internet podria contribuir al canvi actitudinal exposat en l'apartat anterior, i els individus institucionalitzats es veurien atrets cap als modes de participació extrarepresentatius. En aquest cas, podríem estar parlant d'un procés mobilitzador envers formes específiques de participació.

### Hipòtesis i dades<sup>4</sup>

En l'apartat anterior s'ha defensat que cal analitzar l'impacte de l'ús d'Internet sobre la participació política distingint entre diferents modes. La primera hipòtesi és que l'ús d'Internet fomentarà una major probabilitat de prendre part en modes de participació política extrarepresentatius. A continuació, argumentem que cal categoritzar aquest impacte depenent del perfil actitudinal dels individus. En una segona hipòtesi, s'espera un procés de reforç per als individus definits com a crítics i un procés de mobilització per als ciutadans de perfil institucionalitzat.

A més, volem analitzar els efectes específics de l'ús d'Internet sobre el mode de participació extrarepresentatiu. Esperem un impacte positiu en la probabilitat de prendre part en aquest tipus d'activitats participatives quan es cerca activament informació política o com a conseqüència d'exposicions involuntàries a partir d'usos d'Internet que impliquen intercanvis interpersonals.

Per tal de testar aquestes hipòtesis, s'analitza el cas espanyol. Els índexs de participació a Espanya es troben entre els més baixos d'Europa, i la participació més comuna és l'electoral (Ferrer, 2005; Torcal, *et al.*, 2006). Amb tot, els nivells de protesta han augmentat en els darrers 20 anys, especialment en activitats com les manifestacions, les vagues i la signatura de peticions (Morales, 2003). Si es verifiquen les nostres hipòtesis, aquest

<sup>4</sup> Vegeu els apèndixs per a més detalls sobre codificació de variables.



fenomen es podria veure reforçat per l'extensió de l'ús d'Internet que s'està donant en aquest país. El 2007, el 55,1% dels espanyols havia fet servir Internet.<sup>5</sup> Les dades sobre penetració d'Internet mostren que aquesta ha crescut en un 401,7% des de 2000 (només els nous membres de la Unió Europea de l'est d'Europa tenen índexs de penetració d'Internet més elevats).<sup>6</sup>

En aquest estudi, es fan servir dades recollides a partir d'una enquesta representativa de la població espanyola realitzada el novembre de 2007.<sup>7</sup> El qüestionari inclou variables que mesuren les actituds i els comportaments polítics emprades en els estudis més importants sobre participació política en diversos contextos. També inclou diverses bateries de preguntes sobre l'accés a Internet i el seu ús.

A les primeres anàlisis incloem una variable que mesura la freqüència d'ús d'Internet. Entenem que un ús més freqüent d'Internet s'associa a dur a terme un nombre més alt d'activitats que comporten un accés a informació política. Per tant, testarem si l'ús general d'Internet ajuda a pronosticar diferents tipus de participació política. Llavors, d'acord amb Bimber, que suggereix que “la cerca d'efectes hauria de substituir la cerca d'un efecte” (2000: 330), distingirem entre informació cercada de manera expressa i informació obtinguda no intencionadament (Bimber, 2003: 224). Incloem dos indicadors per diferenciar entre exposició voluntària a informació política mitjançant la cerca activa i una propensió a veure-s'hi involuntàriament exposat fent servir Internet per establir contactes i intercanvis interpersonals (rebent correus electrònics, participant en xats i fòrums, o mantenint una pàgina web personal o bloc) i per navegar per la xarxa sense finalitats concretes.

5 Individus de 18 anys o més. Ús d'Internet en els darrers 3 mesos. Font: Estudi CIS 2736, Espanya.

6 Font: “Internet World Stats. Usage and Population Statistics”. 2008. Disponible a: <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>.

7 L'estudi el va dur a terme el Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) en el context del projecte “Internet y participación política en España”, subvencionat pel Ministeri de Ciència i Innovació espanyol (SEJ2007-60082). Per a més informació sobre el projecte i el qüestionari de l'estudi, podeu consultar [www.polnetuab.com](http://www.polnetuab.com).

Com ja s'ha esmentat, s'analitzarà la participació política des d'una perspectiva multidimensional. En l'estudi es pregunta a la persona enquesta da si ha participat en alguna activitat participativa d'una bateria de nou possibles. En base a aquesta bateria, es va realitzar una anàlisi factorial per detectar les dimensions de la participació política. Els resultats de les anàlisis són els que segueixen:

TAULA 2: ANÀLISI FACTORIAL DE LES DIVERSES ACTIVITATS DE PARTICIPACIÓ POLÍTICA

	Factor		
	1	2	3
Compra deliberada	<b>0,838</b>	0,057	0,049
Boicot	<b>0,805</b>	0,105	0,040
Donatiu	<b>0,597</b>	0,023	0,228
Vaga	0,037	<b>0,736</b>	0,019
Manifestació	0,212	<b>0,691</b>	0,174
Protesta il·legal	-0,041	<b>0,617</b>	0,098
Signatura de petició	0,432	<b>0,454</b>	0,124
Contacte amb polítics	0,164	0,062	<b>0,811</b>
Assistència a reunió política	0,092	0,216	<b>0,795</b>

Anàlisi de components principals, rotació Varimax

KMO: 0,752

Font: Estudi CIS 2736, Espanya 2007.

S'obtenen tres factors que representen tres dimensions de participació política d'acord amb el que estableix la literatura especialitzada més recent (Teorell, *et al.*, 2007). El primer factor recull les formes més innovadores de participació relacionades amb el consum polític conceptualitzades Stolle i Micheletti (2005): el boicot i la compra deliberada de productes. En un segon factor, queda ben definida la dimensió clàssica de la protesta. Aquestes dues categories corresponen a la forma de participació extrarepresentativa descrita més amunt. Finalment, el tercer factor agrupa les dues formes de participació més relacionades amb activitats “convencionals”, és a dir, les que es duen a terme seguint la via institucional. Afegim una quarta dimensió que representa la participació en les últimes eleccions

generals. Encara que aquesta forma de participació es podria incloure en el mode representatiu, la majoria d'autors destaquen que es tracta d'una activitat diferent i normalment l'examinen per separat (Verba i Nie, 1972; Verba, Kim i Nie, 1978; Parry, *et al.*, 1995).

Pel que fa a les variables actitudinals, distingim entre tres tipus d'indicador: 1) indicadors d'implicació psicològica (seguint Verba *et al.* 1972, 1978 i 1995; Martin i Van Deth, 2007): interès per la política i eficàcia política interna; 2) indicadors que mesuren el grau de descontentament amb el sistema polític (Montero *et al.*, 1997; Zmerli, Newton i Montero, 2007): eficàcia política externa i confiança en institucions polítiques formals;<sup>8</sup> i 3) indicadors d'orientacions cíviques, és a dir, la percepció del paper de l'individu en el procés polític (seguint la distinció entre concepcions de bona ciutadania establerta per Dalton, 2008): deure ciutadà i compromís ciutadà.

En l'apartat següent presentem les anàlisis realitzades per testar les hipòtesis a partir d'aquestes dades i els principals resultats obtinguts.

## Anàlisis

La taula següent mostra les anàlisis realitzades per provar la capacitat explicativa de ser un usuari d'Internet més habitual sobre la probabilitat de realitzar cada una de les tres formes de participació: vot, participació representativa i participació extrarepresentativa (distingint entre protesta i consum polític). S'han construït quatre variables dependents per explicar si l'individu s'ha involucrat en cada tipus de participació: si ha votat o no i si ha participat en almenys una o cap de les activitats incloses en cada un dels tres grups obtinguts en l'anàlisi factorial. Com que són variables binàries, apliquem regressions logístiques binàries. A part de totes les variables sobre actituds polítiques, incloem també variables de control

relatives a recursos i factors sociodemogràfics: gènere, edat, educació i ingressos.<sup>9</sup>

TAULA 3: **MODELS DE REGRESSIÓ LOGÍSTICA DE LA PARTICIPACIÓ REPRESENTATIVA, PARTICIPACIÓ EXTRAREPRESENTATIVA (PROTESTA I CONSUM) I EL VOT**

	Participació representativa		Protesta		Consum polític		Vot	
	Coef.	Err. estànd.	Coef.	Err. estànd.	Coef.	Err. estànd.	Coef.	Err. estànd.
Gènere (dona)	-0,128	0,112	0,387**	0,090	0,544**	0,085	0,127	0,110
Edat	-0,006	0,004	-0,014**	0,003	0,005	0,003	0,171**	0,017
Edat2	--	--	--	--	--	--	-0,001**	0,102
Educació	-0,122	0,095	0,165*	0,077	0,296**	0,071	0,275**	0,042
Ingressos	0,090*	0,042	-0,001	0,033	0,067*	0,031	0,107**	0,230
Interès per la política	1,938**	0,223	1,598**	0,179	1,456**	0,170	0,612**	0,274
Eficàcia interna	0,997**	0,283	0,620**	0,223	0,664**	0,208	0,571*	0,295
Confiança en institucions	-0,093	0,315	-0,814**	0,249	-0,696**	0,231	0,745*	0,264
Eficàcia externa	0,301	0,246	0,487*	0,203	-0,125	0,194	0,148	0,322
Deure ciutadà	1,865**	0,387	0,348	0,281	0,268	0,265	2,585**	0,339
Compromís ciutadà	-0,683	0,368	0,579*	0,290	0,764**	0,272	-0,583	0,033
<b>Freqüència ús Internet</b>	<b>0,039</b>	<b>0,033</b>	<b>0,091**</b>	<b>0,026</b>	<b>0,091**</b>	<b>0,024</b>	<b>0,003</b>	<b>0,000</b>
Constant	-3,966**	0,469	-2,435**	0,365	-3,415**	0,351	-6,836**	0,550
R <sup>2</sup> de Nagelkerke	0,165		0,181		0,172		0,247	
N	2.824		2.797		2.826		2.799	

\* p<0,05 \*\* p<0,01

Font: Estudi CIS 2736, Espanya 2007.

El primer model a la taula 3 prediu el mode de participació representatiu. Pel que fa a les variables de control, els resultats només mostren una relació significativa entre aquesta forma de participació i els ingressos. Ni el gènere ni l'edat ni l'educació semblen ajudar a predir la participació en activitats representatives.

<sup>8</sup> Partits polítics, govern local i govern estatal.

<sup>9</sup> Vegeu l'apèndix per a més detalls sobre la construcció de variables.

Pel que fa als indicadors d'implicació política, l'anàlisi mostra que existeix una relació positiva i significativa entre un major interès per la política i la participació representativa, després de controlar-ne l'efecte per la resta de variables incloses en el model. S'observa la mateixa relació pel que fa a l'eficàcia política interna. Contràriament, cap dels dos indicadors de percepció de sistema (confiança en institucions formals i eficàcia política externa) prediu aquesta forma de participació. Quant a les variables relatives a les orientacions cíviques, tenir la concepció de ser un bon ciutadà entesa com un deure augmenta la probabilitat de participar en activitats representatives. La percepció d'una concepció compromesa de bona ciutadania no produeix cap impacte significatiu.

En el cas de la nostra variable d'interès, és a dir, la freqüència d'ús d'Internet, la relació és positiva però no significativa (0,01). Així, no podem concloure que, controlant per la resta, fer servir Internet amb més freqüència augmenti la probabilitat de prendre part en formes de participació representatives.

En el segon model, s'empren les mateixes variables per predir la participació en accions de protesta. En aquesta ocasió, totes les variables de control relatives a factors sociodemogràfics mostren coeficients significatius, excepte els ingressos: ser dona, més jove i amb més educació augmenta la probabilitat de protestar. Pel que fa a la implicació política, les variables d'interès per la política i eficàcia interna tenen ambdues impactes positius i significatius sobre aquesta forma de participació. Però en aquest model, tenir menys confiança en les institucions convencionals augmenta la probabilitat de protestar. I també l'augmenta una orientació cívica envers una concepció favorable a una ciutadania compromesa.

S'observa que el fet de ser un usuari d'Internet més freqüent augmenta la probabilitat de prendre part en accions de protesta i aquesta relació és significativa al nivell 0,01. Així, com que estem controlant per l'efecte d'altres variables (socioeconòmiques i actitudinals), podem concloure que la relació entre l'ús d'Internet i la participació en accions de protesta no és espúria.

Al tercer model presentat a la taula 3, la participació política en activitats basades en el consum és la variable dependent. Els resultats són força semblants als que s'han obtingut en el model de protesta (una diferència és que el coeficient per ingressos és significatiu, mentre que el de l'edat no ho és). Una vegada més, la variable que indica la freqüència d'ús d'Internet mostra un impacte positiu i significatiu (al nivell 0,01) en les formes de participació basades en el consum.

Finalment, la taula mostra els resultats amb la participació electoral en tant que variable dependent. S'obtenen resultats semblants pel que fa a la variable de freqüència d'ús d'Internet, com els que s'observen en l'anàlisi de la participació representativa. Per bé que el coeficient és positiu, no es pot concloure que hi hagi un impacte significatiu de ser un usuari d'Internet més freqüent sobre la probabilitat de votar.

Recapitulant els resultats d'aquestes anàlisis, hi ha indicis que demostren que l'ús d'Internet està directament vinculat a la participació política, i no només mitjançant efectes espuris. Així, l'enfocament de la mobilització, que establia l'existència d'aquesta mena d'efecte, es confirma a Espanya. Tanmateix, quan distingim entre diversos modes de participació, trobem que l'ús d'Internet té un impacte sobre tipus concrets d'activitats: les de caràcter extrarepresentatiu.

A més, la finalitat d'aquest estudi era provar si aquest procés podia estar afectant els ciutadans de maneres diferents en funció dels seus perfils actitudinals. Els resultats mostren que, per a tots els individus de la mostra, com major sigui la freqüència d'ús d'Internet serà més probable que esdevinguin actius en formes extrarepresentatives de participació. Tanmateix, aquesta conclusió no nega la possibilitat que Internet fomenti aquests repertoris d'acció en diversos graus per a ciutadans de característiques actitudinals diferents. Si l'efecte d'un ús més freqüent d'Internet és molt més fort entre els ciutadans crítics, de qui ja es preveu una major proclivitat pels repertoris no controlats per les elits, podríem categoritzar aquest fenomen com un procés de reforç. I al contrari, si els individus institucio-

nalitzats augmenten les probabilitats de participar en activitats extrarepresentatives, es tractaria d'un procés de mobilització cap a aquest tipus de repertoris.

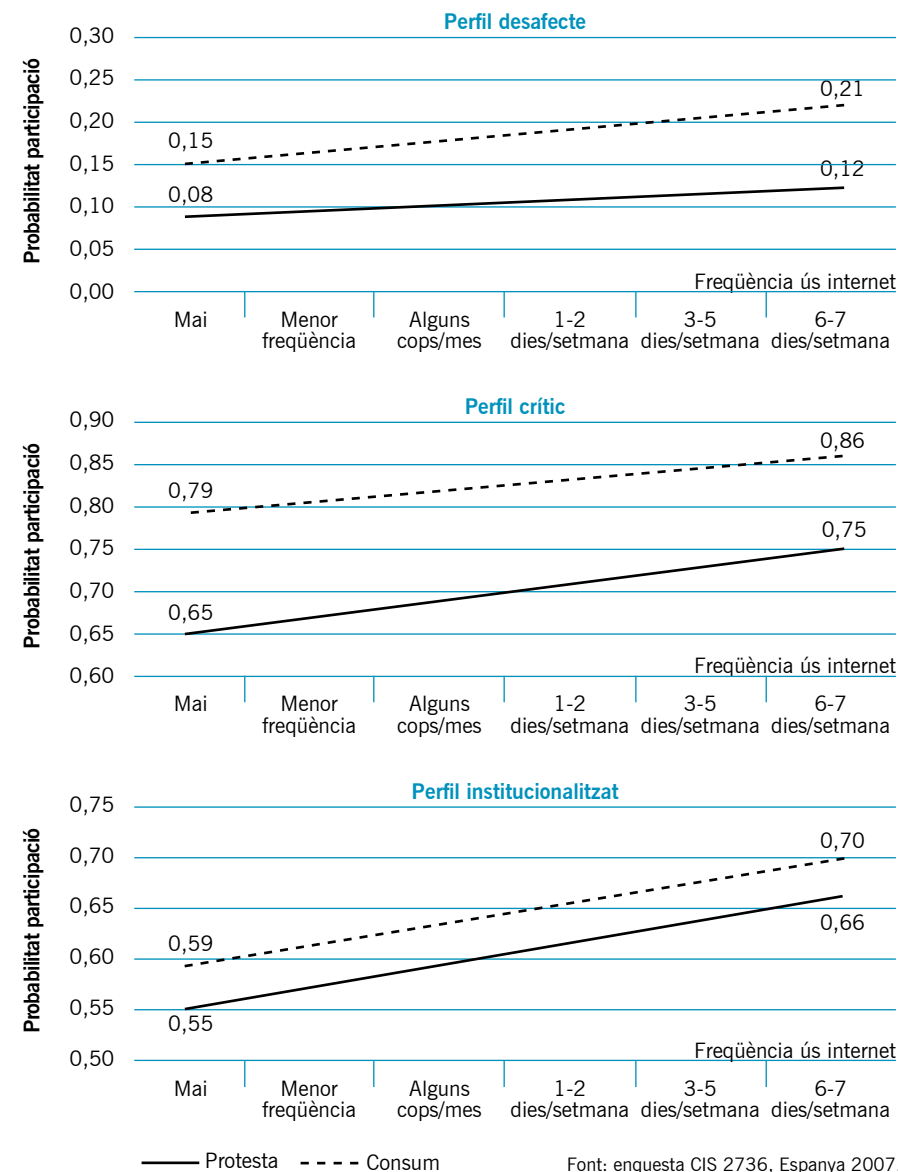
Per il·lustrar aquesta idea, els gràfics següents mostren les probabilitats estimades (calculades a partir dels models anteriors) de participar en cada una de les formes de participació extrarepresentatives en diferents nivells de freqüència d'ús d'Internet per als tres perfils concrets d'individus presentats més amunt:<sup>10</sup>

Primerament, les gràfiques mostren el que ja anticipàvem a partir de la literatura: en general, els ciutadans crítics són els qui tenen major probabilitat de participar en activitats de protesta i consum polític. El perfil institucionalitzat també mostra una elevada tendència a ser actiu, però en nivells inferiors. Finalment, entre els individus desafectes les probabilitats de participar en aquest tipus d'activitats són força baixes. Observem també que les probabilitats estimades d'esdevenir actiu en activitats de participació basades en el consum són més altes que les de protestar per a tots els perfils. Això probablement es degui als costos inferiors associats a aquestes accions (especialment en el cas de boicotejar productes).

Pel que fa a l'impacte de la freqüència d'ús d'Internet en les probabilitats de participar en una protesta o consum polític, s'observa que, per a tots tres perfils, un ús d'Internet més freqüent es tradueix en una probabilitat més alta de participar. De fet, l'augment és molt feble en el cas del perfil desafecte (només 6% en consum i 4% en protesta). Així, el canvi des de la inactivitat cap a una propensió a participar en protesta i consum no es pot considerar rellevant.

En contrast, tant per al perfil institucionalitzat com crític, la probabilitat de participar en protesta o consum augmenta al voltant de 10 punts quan es passa del nivell més baix de freqüència d'ús d'Internet (mai) fins

GRÀFICS 1, 2 i 3: **PROBABILITATS ESTIMADES DE PARTICIPAR EN PROTESTA I PARTICIPACIÓ DE CONSUM EN FUNCIÓ DE LA FREQUÈNCIA D'ÚS D'INTERNET PER TRES PERFILS DE CIUTADÀ**



<sup>10</sup> Vegeu els detalls sobre els valors atorgats a cada variable en l'apèndix 2.

al més alt (6-7 dies per setmana). La probabilitat estimada de participar en accions de protesta per als usuaris d'Internet més freqüents entre els ciutadans crítics és del 75%, deu punts més que per als no usuaris. Com ja s'ha esmentat, s'esperava que aquest perfil tingués una major propensió a participar en activitats de caràcter extrarepresentatiu, independentment d'un ús d'Internet més o menys freqüent. Tanmateix, els resultats mostren que l'ús d'Internet també marca diferències. Per tant, hi hauria un procés de reforç de comportaments anteriors entre els individus crítics arran d'un ús més freqüent d'Internet.

Però el més interessant és que aquestes diferències existeixen també entre els individus de perfil institucionalitzat. Per aquest segment, s'observen augments similars en la probabilitat estimada de participar en protesta i consum polític quan la freqüència d'ús d'Internet augmenta. Si bé aquest perfil és menys actiu en aquest tipus de participació en general, els canvis que s'observen arran d'un augment en la freqüència d'ús d'Internet són semblants o fins i tot més accentuats que els que s'observen per al perfil crític. És més, la probabilitat de participar en accions de protesta de ciutadans institucionalitzats amb una freqüència d'ús d'Internet diària (66%) és més alta que la probabilitat de protestar dels ciutadans crítics que mai no fan servir Internet (65%). Com a conseqüència, aquestes anàlisis mostren que també hi ha un procés de mobilització cap a la participació extrarepresentativa que afecta individus que tenien més proclivitat a esdevenir actius en modes representatius segons el perfil actitudinal.

Tanmateix, s'ha argumentat en apartats anteriors que no és l'ús d'Internet en si mateix el que produeix un efecte en formes de participació política concretes. Hem defensat que s'espera un impacte com a resultat de la capacitat que dona Internet d'accedir a nova informació allunyada de la dominant i d'evitar l'enfocament dels temes establert per les elits tradicionals. Hi ha informació més diversa, que inclou punts de vista crítics i diferents dels discursos formals. I, per tant, els ciutadans estarien més exposats a aquesta diversitat d'opinions en el seu ús d'Internet. Concretament, aquest procés hauria de tenir lloc per mitjà de dos mecanismes:

primer, a través de la cerca activa i voluntària d'informació, aprofitant la diversitat disponible en línia; i segon, a través de l'exposició involuntària a informació política quan l'usuari intervé en activitats en línia interactives que impliquen intercanvis interpersonals o quan navega per la xarxa sense cap finalitat concreta.

La taula 4 mostra les anàlisis realitzades seguint la mateixa metodologia seguida amb la taula 3 per estimar la protesta i el consum polític, però substituint la variable de freqüència d'ús d'Internet pels dos indicadors que expliquen aquests dos tipus d'usos d'Internet: la cerca activa d'informació política i una propensió a veure's involuntàriament exposat a informació política.

TAULA 4: POSSIBLES EXPLICACIONS DE LA DISMINUCIÓ DEL DIFERENCIAL COGNITIU

	<i>Protesta</i>		<i>Consum polític</i>	
	Coefficient	Err.estànd.	Coefficient	Err.estànd.
Gènere (dona)	0,402 **	0,091	0,553 **	0,086
Edat	-0,013 **	0,003	0,008 *	0,003
Educació	0,192 *	0,076	0,311 **	0,071
Ingressos	-0,005	0,033	0,069 *	0,031
Interès en política	1,564 **	0,185	1,422 **	0,174
Eficàcia interna	0,598 **	0,225	0,613 **	0,211
Confiança en institucions	-0,860 **	0,251	-0,684 **	0,233
Eficàcia externa	0,536 **	0,205	-0,183	0,197
Deure ciutadà	0,314	0,283	0,234	0,267
Compromís ciutadà	0,539	0,291	0,777 **	0,274
<b>Cerca voluntària d'informació política en línia</b>	<b>0,120</b>	<b>0,038</b>	<b>0,227 *</b>	<b>0,115</b>
<b>Propensió a una exposició involuntària a informació política en línia</b>	<b>0,603 **</b>	<b>0,176</b>	<b>0,758 **</b>	<b>0,174</b>
Constant	-2,455 **	0,370	-3,591 **	0,361
R <sup>2</sup> de Nagelkerke	0,184		0,185	
N	2771		2800	

\* p<0,05 \*\* p<0,01  
Font: Estudi CIS 2736, Espanya 2007.

Els resultats mostren impactes interessants quan s'incorporen diferents usos d'Internet a les anàlisis. El model per a la participació de protesta mostra que un ús d'Internet de manera que produeixi una propensió a una exposició involuntària a informació política augmenta la probabilitat de prendre part en aquest tipus de participació. Malgrat això, la cerca voluntària d'informació no ajuda a predir la protesta. Existeixen dues possibles interpretacions d'aquest resultat contrari a les expectatives: o bé les hipòtesis del reforç són correctes i els individus seleccionen continguts a Internet d'acord amb opinions anteriors, o bé l'efecte d'aquesta variable existeix per mitjà d'efectes indirectes<sup>11</sup>

En el model per al consum polític, s'obtenen impactes positius i significatius per a ambdues variables. Mantenint constants la resta de variables, la cerca voluntària d'informació en línia augmenta la probabilitat de participar en activitats basades en el consum, com també l'augmenta una propensió més alta a l'exposició involuntària.

La taula següent mostra les probabilitats estimades calculades a partir d'aquests models per als tres perfils actitudinals. En aquesta ocasió, s'han calculat les probabilitats de participar en protesta i consum en el mínim nivell d'exposició a informació política a Internet (de manera voluntària o no) i en el seu nivell màxim.

En la taula s'observa que es dona un procés de mobilització per als tres grups quan cerquen activament informació política a Internet i duen a terme més activitats en línia que impliquen una propensió a l'exposició in-

<sup>11</sup> Es va realitzar un model parcial que només incloïa les variables de control sociodemogràfiques i els dos indicadors d'ús d'Internet. Els resultats no es mostren per limitacions d'espai. Però l'impacte de les dues variables va ser positiu i significatiu al nivell 0,01 en el model de la protesta (igualmente en el cas del consum). Per tant, es podia concloure que la desaparició d'un impacte així quan introduïm les variables actitudinals demostra que es produeix un efecte indirecte en la protesta mitjançant aquestes actituds. La cerca d'informació i fer servir Internet de manera que es produeixi una exposició involuntària a continguts polítics té un efecte sobre les actituds, que a la vegada tenen un impacte en la participació.

<sup>a</sup> Propensió a l'exposició involuntària a informació política en línia als nivells mínim i màxim. Totes les altres variables, als nivells presentats en l'apèndix 2. Hem optat per deixar "Cerca voluntària d'informació en línia", que no era significativa, en la seva mitjana.

<sup>b</sup> Cerca voluntària d'informació en línia i propensió a l'exposició involuntària a informació política en línia als nivells mínim i màxim. Totes les altres variables, als nivells presentats en l'apèndix 2.

TAULA 5: CANVI EN LES PROBABILITATS ESTIMADES DE PRENDRE PART EN ACTIVITATS DE PROTESTA I DE CONSUM EN UN FUNCIÓ DE L'EXPOSICIÓ A INFORMACIÓ POLÍTICA A INTERNET

	Protesta			Consum polític		
	Exposició mín. <sup>a</sup>	Exposició màx. <sup>a</sup>	Canvi	Exposició mín. <sup>b</sup>	Exposició màx. <sup>b</sup>	Canvi
Perfil desafecte	8,9%	15,1%	+ 6,2	15,1%	32,3%	+ 17,2
Perfil crític	65,1%	77,3%	+ 12,2	78,2%	90,6%	+ 12,4
Perfil institucionalitzat	55,4%	69,4%	+ 14	56,2%	77,5%	+ 21,3

voluntària. Tanmateix, els efectes difereixen depenent del perfil actitudinal dels individus. Els resultats mostren que el canvi en les probabilitats estimades de participar és més alt entre individus de perfil institucionalitzat tant en la protesta com en el consum polític. I també podem veure que l'efecte mobilitzador és considerable per als desafectes pel que fa a la probabilitat de ser actius en participació basada en el consum (que recordem que implica l'assumpció d'un menor nivell de costos).

## Conclusions

Les anàlisis realitzades per testar l'impacte de l'ús d'Internet en la participació política mostren que els enfocaments que defensen l'existència d'un procés de mobilització són aplicables al cas espanyol pel que fa a modes de participació extrarepresentatius. Fer servir Internet amb més freqüència augmenta la probabilitat de ser actiu en activitats de protesta i consum.

A més, en aquest estudi ens hem centrat en l'explicació actitudinal pel que fa als canvis detectats en l'activitat política ciutadana. La literatura sobre participació política ha analitzat en les darreres dècades com les societats democràtiques es veuen actualment afectades per un augment de la insatisfacció envers el sistema polític. Però en comptes d'esdevenir més apàtics, alguns ciutadans assolirien la seva finalitat d'intervenció mitjançant formes de participació concretes, que es duen a terme més en-



llà dels mecanismes institucionals formals. Així, les accions de protesta i altres formes d'acció no representatives estarien augmentant de forma general en els països industrialitzats.

Segons les nostres anàlisis per al cas espanyol, un ús més freqüent d'Internet provoca un efecte sobre aquestes formes de participació entre els ciutadans crítics, de qui ja s'espera que se sentin atrets per repertoris no controlats per les elits. Aleshores, podríem categoritzar aquesta relació com un procés de reforç de la propensió preexistent a participar en modes extrarepresentatius. Però hem mostrat també que existeix un procés de mobilització per als individus de perfil institucionalitzat, que veuen igualment incrementada la seva probabilitat d'esdevenir actius en aquest tipus d'activitats. Per tant, la nostra conclusió és que les hipòtesis del reforç i la mobilització queden verificades. No són excloents, sinó complementàries.

Hem analitzat també quins usos d'Internet ajuden a explicar aquestes relacions. Les anàlisis han mostrat que el procés mobilitzador ve determinat pels efectes de cercar informació política a Internet i d'intervenir en intercanvis interpersonals en línia, o de navegar per Internet sense una finalitat concreta. I aquestes activitats en línia són predictors més rellevants de la participació extrarepresentativa dels individus amb perfil institucionalitzat.

En qualsevol cas, aquestes anàlisis no ens permeten concloure que l'ús d'Internet promogui la transformació de repertoris. Únicament hem observat una relació en el context espanyol en un moment donat en el temps (2007). Per testar si el perfil institucionalitzat substitueix els seus repertoris d'acció o simplement complementa els seus hàbits participatius anteriors, caldria fer-ho emprant sèries temporals o dades d'enquestes tipus panel.

Una altra limitació de les nostres dades és que no es va poder mesurar l'exposició a continguts concrets d'Internet segons una distinció entre "discurs formal dominant" i "visions crítiques". Hem assumit aquí que com més utilitzi Internet l'individu i més s'exposi a informació política (cercada voluntàriament o no), més es veurà afectat per una major diversitat de

continguts disponibles a la xarxa i incorporarà noves opinions. Tanmateix, aquesta assumpció hauria de ser testada amb les dades apropiades.

D'altra banda, les anàlisis no inclouen una altra important font d'informació, que és la que ve generada per agents polítics quan intenten arribar als ciutadans i mobilitzar-los. També podríem distingir entre agents formals o institucions estatals (com ara partits polítics, candidats, etc.) i actors no representatius (com ara moviments socials, plataformes d'acció comunitària, etc.). Futures recerques haurien de considerar les estratègies mobilitzadores d'aquests agents com un altre element que modela l'estructura de la informació disponible en línia (Bimber, 2003).

## Referències

- ALTHAUS, S. L.; TEWKSBURY, D. (2000). "Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community". *Political Communication* 17, p. 21-45.
- BARNES, S. H. ; KAASE, M. [et al.] (1979). *Political Action: Mass participation in five Western democracies*. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications.
- BIMBER, B. (2003). *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BIMBER, B. (2001). "Information and Political Engagement in America: The Search for Effects of Information Technology at the Individual Level". *Political Research Quarterly*, vol. 54, núm. 1, p. 53-67.
- BIMBER, B. (2000). "The Study of Information Technology and Civic Engagement". *Political Communication*, 17, p. 329-333.
- BLAIS, A. (2000). *To Vote or Not To Vote?: The Merits and Limits of Rational Choice Theory*. University of Pittsburgh Press.
- CLEMENT, M. (2002). "Internet, l'avenir radieux!". A SERFATY, V. *L'Internet en politique: des Etats-Unis à l'Europe*. Estrasburg: Presses Universitaires de Strasbourg.



- CURTICE, J.; NORRIS, P. (2004). "E-politics? The Impact of the Internet in Political Trust and Participation". A: PARK, A. ; CURTICE, J. [et al.]. *British Social Attitudes. The 21st report*. Londres : Sage.
- DALTON, R. (2000). "Value Change and Democracy". A: *Disaffected Democracies*. PHARR, S. (ed.); PUTNAM, R. Princeton: Princeton University Press.
- (2002). *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Nova York - Londres: Chatham House Publishers.
- (2004). *Democratic Challenges, Democratic Choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- (2008): *The Good Citizen. How a Younger Generation Is Reshaping American Politics*. CQ Press, Washington DC.
- DALTON, R. J.; WATTENBERG, M. P. (2000). *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford; Nova York: Oxford University Press.
- DAVIS, R. (1999). *The Web of Politics. The Internet's Impact on the American Political System*. Nova York: Oxford University Press.
- DELLI CARPINI, M. (2000). "Gen. com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment". *Political Communication*, vol. 17, núm. 4, p. 341-349.
- EVELAND, W.; DUNWOODY, S. (2000). "Examining Information Processing on the World Wide Web Using Think Aloud Protocols". *Media Psychology*, 2 (3), p. 219-244.
- FERRER, M. (2005). "Participación política". A: TORCAL, M.; MORALES, L.; PÉREZ-NIEVAS, S. *España: sociedad y política en perspectiva comparada*. València: Tirant lo Blanch, p. 221-236.
- FLANAGIN, A. J.; METZGER, M. J. (2001). "Internet Use in the Contemporary Media Environment". *Human Communication Research*, 27 (1), p. 153-181.
- GIBSON, R. K.; LUSOLI, W.; WARD, S. (2005). "Online Participation in the UK: Testing a 'Contextualised' Model of Internet Effects". *British Journal of Politics and International Relations*, vol. 7, núm. 2, p. 561-583.
- GRAY, M.; CAUL, M. (2000). "Declining Voter Turnout in Advanced Industrial Democracies, 1950 to 1997: The Effects of Declining Group Mobilization". *Comparative Political Studies*, vol. 33, núm. 9, p. 1091.
- GRÖNLUND, K. (2007). "Knowing and not Knowing. The Internet and Political Information". *Scandinavian Political Studies*, 30 (3), p. 397-418.
- GURR, R. (1970). *Why Men Rebel*. Princeton: Princeton University Press.
- HILL, K. A.; HUGHES, J. E. (1998). *Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- HWANG, H. [et al.]. 2006. "Media Dissociation, Internet Use, and Antiwar Political Participation: a Case Study of Political Dissent and Action against the War in Iraq". *Mass Communication & Society*, 9 (4), p. 461-483.
- INGLEHART, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- INGLEHART, R.; CATTERBERG, G. (2003). "Trends in Political Action: The Developmental Trend and the Post-honeymoon Decline". *International Journal of Comparative Sociology*, 43(3-5), p. 300-316.
- KARAKAYA, Rabia (2005). "The Internet and Political Participation. Exploring the Explanatory Links". *European Journal of Communication* 20, p. 435-559.
- LUSKIN, R. (1990). "Explaining Political Sophistication". *Political Behaviour*, 12 (4), p. 331-361.
- MARSH, A. (1977). *Protest and Political Consciousness*. Beverly Hills: Sage.
- MARSH, A.; KAASE, M. (1979). "Measuring Political Action". A: BARNES, S.; KAASE, M. [et al.]. *Political Action. Mass participation in Five Western Democracies*. Beverly Hills: Sage.
- MARTIN, I.; VAN DETH, J. W. (2007). "Political Involvement". VAN DETH, J. (ed.); MONTERO, J. R. (ed.); WESTHOLM, A. (ed.). A: *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*. Londres: Routledge.
- MONTERO, J. R.; GUNTHER, R.; TORCAL, M. (1997). "Democracy in Spain: Legitimacy, Discontent and Disaffection". *Studies in Comparative International Development*, 32(3), p. 124-160.

- MORALES, L. (2003). *Ever Less Engaged Citizens? Political Participation and Associational Membership in Spain*. Institut de Ciències Polítiques i Socials, Working Papers, núm. 220, Barcelona.
- MULDER, B. (1999). "Parliamentary Futures: Re-presenting the Issue. Information, Technology and the Dynamics of Democracy". *Parliamentary Affairs*, 52, p. 553-566.
- NIE, N.; ERBING, L. (2002). "Internet and Society. A Preliminary Report". *IT & Society*, vol. 1, núm. 1, estiu, p. 275-283.
- NORRIS, P. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- NORRIS, P. (2000). *A Virtuous Circle*. Nova York: Cambridge University Press.
- NORRIS, P. (1999). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government*. Oxford; Nova York: Oxford University Press.
- NOVECK, B. S. (2000). "Paradoxical Partners: Electronic Communication and Electronic Democracy". A: FERDINAND, P. (ed.). *The Internet, Democracy, and Democratization*. Londres: Frank Cass.
- PARRY, G.; MOYSER, G.; DAY, N. (1992). *Political Participation and Democracy in Britain*. Cambridge; Nova York: Cambridge University Press.
- PHARR, S. J.; PUTNAM, R. D. (2000). *Disaffected Democracies*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- PRIOR, M. (2005). "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout". *American Journal of Political Science*, vol. 49, núm. 3, p. 577-592.
- PUTNAM, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Nova York: Simon & Schuster.
- ROSENSTONE, S. J.; HANSEN, J. M. (1993). *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. Nova York: Macmillan Pub.
- RUCHT, D. (2007) "The Spread of Protest Politics". A: DALON, R. (ed.); KLINGEMANN, H. (ed.). *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press.
- SCARROW, S. (2007). "Political Activism and Party Members". A: DALON, R. (ed.); KLINGEMANN, H. (ed.). *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press.
- SHAH, D.; KWAK, N.; HOLBERT, R. (2001). "Connecting and Disconnecting with Civic Life. Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital". *Political Communication*, 18 (2), p. 141-162.
- SHAH, D. [et al.] (2005). "Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation". *Communication Research*, vol. 32, núm. 5, p. 531-565.
- STANLEY, J. W.; WEARE, C. (2004). "The Effects of Internet Use on Political Participation. Evidence from an Agency Online Discussion Forum". *Administration & Society*, 36(5), p. 503-527.
- STOLLE, D.; HOOGHE, M. (2004). "Emerging Repertoires of Political Action? A Review of the Debate on Participation Trends in Western Societies". Comunicació presentada a les Joint Sessions ECPR, Uppsala (Suècia).
- STOLLE, D.; MICHELETTI, M. (2005). "The Expansion of Political Action Repertoires: Theoretical Reflections on Results from the Nike Email Exchange Internet Campaign". Comunicació presentada a la 101ena trobada anual de l'American Political Science Association, Washington D. C.
- TARROW, S. (2000). "Mad Cows and Social Activists: Contentious Politics in the Trilateral Democracies". A: PHARR, S.; PUTNAM, R. *Disaffected Democracies. What's Troubling the Trilateral Countries?* Princeton: Princeton University Press.
- TEORELL, J.; TORCAL, M.; MONTERO, J. R. (2007). "Political Participation: Mapping the Terrain". A: VAN DETH, J. (ed.); MONTERO, J. R. (ed.); WESTHOLM, A. (ed.). *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*. Londres: Routledge.
- TOLBERT, C.; MCNEAL, R. (2003). "Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?". *Political Research Quarterly*, 56: 2, p. 175-185.
- TOPF, R. (1995). "Beyond Electoral Participation". A: KLINGEMANN, H. D.; FUCHS, D. (ed.). *Citizens and the State*. Oxford: Oxford University Press.
- TORCAL, M.; MONTERO, J. R.; TEORELL, J. (2006). "La participación política en España: modos y niveles en perspectiva comparada". A: MONTERO, J. R. (ed.); FONT, J. (ed.); TORCAL, M. (ed.). *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, p. 25-45.

- VERBA, S.; NIE, N. H. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Nova York: Harper & Row.
- VERBA, S.; NIE, N. H.; KIM, J. (1978). *Participation and Political Equality: A seven-nation Comparison*. Cambridge, Eng.; Nova York: Cambridge University Press.
- VERBA, S.; SCHLOZMAN, K. L.; BRADY, H. E. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- WARD, S.; VEDEL, T. (2006). "Introduction: The Potential of the Internet Revisited". *Parliamentary Affairs*, 59, p. 210-225.
- WARD, S.; GIBSON, R. K.; LUSOLI, W. (2003). "Participation and Mobilisation Online: Hype, Hope and Reality". *Parliamentary Affairs*, vol. 56, núm. 3, p. 652-668.
- WEBER, L. M.; LOUMAKIS, A.; BERGMAN, J. (2003). "Who Participates and Why? An Analysis of Citizens on the Internet and the Mass Public". *Social Science Computer Review*, vol. 21, núm. 1, p. 26-42.
- WHITELEY, P.; SEYD, P. (1998). "The Dynamics of Party Activism in Britain: A Spiral of Demobilization?". *British Journal of Political Science*, 28, p.113-37.
- WILLIAMS, B.; DELLI CARPINI, M. (2004). "Monica and Bill All the Time and Everywhere. The Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment". *American Behavioral Scientist*, 47 (9), p. 1208-1230.
- YILDIZ, H. (2002). "Internet, un nouvel outil de communication multidimensionnel". A: SERFATY, V. *L'Internet en politique: des Etats-Unis à l'Europe*. Estrasbourg: Presses Universitaires de Strasbourg.
- ZMERLI, S.; NEWTON, K.; MONTERO, J. R. (2007). "Trust in People, Confidence in Political Institutions, and Satisfaction with Democracy". A: VAN DETH, J. (ed.); MONTERO, J. R. (ed.); WESTHOLM, A. (ed.). *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*. Londres: Routledge.
- ZUKIN, C. (ed.) (2006). *A New Engagement? Political Participation, Civic Life and the Changing American Citizen*. Oxford: Oxford University Press.

## Apèndix 1: Codificació de variables

Nom	Codificació
Freqüència d'ús d'Internet	0= mai (no usuari) 1= menys sovint 2= poques vegades al mes 3= 1-2 dies a la setmana 4= 3-5 dies a la setmana 5= 6-7 dies a la setmana
Cerca voluntària d'informació política en línia	0= No cerca informació política 1= Cerca informació política
Propensió a l'exposició involuntària a informació política en línia	Índex additiu del nombre d'activitats que es duen a terme en línia, incloent-hi: rebre correus electrònics, participar en xats i fòrums, mantenir una pàgina web personal o bloc, i navegar per la xarxa sense finalitat específica.  Recodificat 0-1.
Gènere	0= home 1= dona
Edat	18-95 anys
Educació	1= inferior a primària 2= primària 3= secundària 4= superior

Nom	Codificació
Ingressos	1= Menys o igual a 300 € 2= 301-600 € 3= 601-900 € 4= 901-1.200 € 5= 1.201-1.800 € 6= 1.801-2.400 € 7= 2.401-3.000 € 8= 3.001-4.500 € 9= 4.501-6.000 € 10= Més de 6.000 €  Valors perduts imputats (mètode: regressió)
Interès per la política	1 = gens d'interès 2 = molt poc interès 3 = força interès 4 = molt interès  Recodificat 0-1
Eficàcia política externa	Es va dur a terme una anàlisi factorial a partir de quatre ítems per detectar les dues dimensions clàssiques de l'eficàcia política. La dimensió de l'eficàcia externa incloïa els ítems següents:  - Els polítics no es preocupen gaire de què pensa la gent com jo. - Els qui tenen el poder sempre busquen l'interès personal.  (1= Hi estic molt d'acord; 2= Hi estic d'acord; 3= No estic ni d'acord ni en desacord; 4= No hi estic d'acord; 5= No hi estic gens d'acord)  Mitjana, recodificada 0-1

Nom	Codificació
Eficàcia política interna	Ítems relatius a l'eficàcia política interna en l'anàlisi factorial:  - Normalment la política i el govern em resulten tan complicats que la gent com jo no pot entendre què passa. - Estic pitjor informat sobre la política i el govern que la majoria de la gent.  Mitjana, recodificada 0-1
Confiança en institucions estatals	Es basa en tres escales (0-10) de confiança en: Partits polítics, govern local i govern central.  Índex additiu (mitjana), recodificada 0-1
Bona ciutadania	Es va realitzar una anàlisi factorial de 5 ítems sobre concepcions de bona ciutadania.  Es van obtenir dues dimensions, semblants a les que ha descrit Dalton (2008):  - Concepció de ciutadania com a deure: votar a les eleccions, no evadir impostos, complir sempre la llei i les regles.  - Concepció de ciutadania com a compromís: pensar més en els altres que en un mateix, formar-se una opinió pròpia.  Per a cada una de les concepcions sobre bona ciutadania, es van construir índexs additius (puntuacions mitjanes). Recodificat 0-1.

Nom	Codificació
Participació representativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contactar amb un polític</li> <li>- Assistir a un míting polític</li> </ul> <p>0= No ha participat en cap d'aquestes activitats en els darrers 12 mesos. 1= Ha participat almenys en una de les activitats en els darrers 12 mesos.</p>
Protesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participar en una manifestació legal</li> <li>- Participar en una vaga legal</li> <li>- Participar en una protesta il·legal</li> <li>- Signar una petició</li> </ul> <p>0= No ha participat en cap d'aquestes accions en els darrers 12 mesos. 1= Ha participat almenys en una d'aquestes accions en els darrers 12 mesos.</p>
Consum polític	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boicotejar productes</li> <li>- Fer donatius</li> <li>- Comprar productes de manera deliberada</li> </ul> <p>0= No ha participat en cap d'aquestes accions en els darrers 12 mesos. 1= Ha participat almenys en una d'aquestes accions en els darrers 12 mesos.</p>
Votar	<p>0= No va votar en les darreres eleccions generals (2004). 1= Va votar en les darreres eleccions generals (2004).</p>

## Apèndix 2: Descripció dels perfils emprats per calcular probabilitats estimades

		Desafecte	Crític	Institucionalitzat
<b>Implicació</b>	Interès en la política	Mínim	Màxim	Màxim
	Eficàcia interna	Mínima	Màxima	Màxima
<b>Percepció del sistema</b>	Confiança en institucions estatals	Mínima	Mínima	Màxima
	Eficàcia externa	Mínima	Mínima	Màxima
<b>Orientacions cíviqes</b>	Ciutadania deure	Mínima	Mitjana	Màxima
	Ciutadania compromís	Mínima	Màxima	Mitjana
<b>Altres</b>	Estatus socioeconòmic (variables de control)	Mitjanes	Mitjanes	Mitjanes

## 5 Participació política, alienació i Internet als Estats Units i Espanya<sup>1</sup>

Michael J. Jensen

### Participació política, alienació i Internet als Estats Units i Espanya

Hi ha dues tendències oposades en la política democràtica moderna. D'una banda, la participació en processos electorals generalment està disminuint en l'àmbit supranacional (Hay, 2007; Stoker, 2006; Torcal i Ramón Montero, 2006). El caràcter supranacional del fenomen suggereix que es tracta d'una conseqüència sistemàtica de la política moderna, en lloc d'una exigència política (Dalton 2004). D'altra banda, els observadors s'han adonat almenys del potencial que té Internet per invertir aquesta tendència, que integra en el procés polític els qui, d'una altra manera, estarien infrarepresentats (Owen, 2006; Gibson, Lusoli i Ward, 2005; Jensen, Danziger i Venkatesh, 2007). Alhora que es desenvolupa un debat sobre l'abast de l'expansió d'Internet pel que fa a la participació política (Davis, 1999; Bimber, 2003), la xarxa té, com a mínim, la possibilitat teòrica de propiciar la democràcia directa, perquè la legislació es pot sotmetre regularment a votacions en línia (Budge, 1996). El 2008 tant Espanya com els Estats Units van celebrar eleccions generals, i totes dues es van caracteritzar per unes innovadores estratègies de campanya en línia. Als Estats Units, la campanya de Barack Obama va aconseguir crear una organització de campanya molt disciplinada, malgrat el caràcter descentralitzat que tenia (Straw i Anstead, 2008). Aquest fet va contrastar amb el seu rival, a qui es descrivia com un adversari del progrés (Luddite) (Keen,

2008), malgrat que havia liderat la recaptació de fons en línia així com la creació de comunitats virtuals fa vuit anys en un intent, en va, de ser nomenat candidat republicà (Larson i Paystrup, 2005).<sup>2</sup> De manera similar, en un esforç per connectar amb l'electorat jove, el conservador Partit Popular (PP) d'Espanya va combinar un programari telefònic amb vídeo per simular trucades directes des d'una assemblea interna del partit (ABC, 2008). Tenint en compte tots aquests esforços per mobilitzar els votants, seria possible que Internet fos un mitjà per reconnectar els desencantats amb la política? Aquest document tracta sobre la qüestió que acabem de plantejar, comparant l'ús d'Internet en processos electorals als Estats Units i a Espanya.

Se suposa que vivim en una societat de xarxes, en què Internet permet que la informació viatgi lliurement pel món a mesura que va augmentant el nombre de persones connectades a través de dispositius de comunicació digitalitzats (Van Dijk, 1999). La política en una societat de xarxes és paradoxal; d'una banda, s'observa una creixent politització del mercat i de la societat civil (Beck, 1997; Castells, 2006) i, de l'altra, una presumpta participació decreixent en els processos electorals. Fa quaranta anys ja es va registrar un descens de la participació en les eleccions, cosa que és anterior a l'expansió general d'Internet en la majoria dels països. Malgrat això, és possible que Internet i la política en la societat de xarxes hagin contribuït a accelerar la crisi política (Castells, 2007). S'han donat nombroses explicacions del descens de la participació electoral. Algunes argumenten que el descens es deu a una erosió percebuda de la vida comunitària (Putnam, 2000), mentre que d'altres apunten a la complexitat cada vegada més gran de la política, ja que s'hi veu cada vegada menys una activitat de governs i més un producte de governança, que implica actors de la societat civil, el mercat i múltiples nivells de govern (Stoker, 2006; Hay, 2007). N'hi ha d'altres que afirmen que estem presenciant un

<sup>1</sup> Aquest estudi ha estat finançat per una beca concedida pel Ministeri de Ciència i Innovació d'Espanya (SEJ2007-60082) i una beca de la Fundació Nacional de la Ciència dels Estats Units (SES-0121232). L'autor vol expressar l'agraïment, també, a Henrik Bang, David Easton i Eva Anduiza per la seva ajuda.

<sup>2</sup> Tot i els sabuts problemes que va tenir amb la tecnologia durant la campanya, s'ha convertit en un usuari assidu de Twitter (O'BRIAN, Michael. McCain Takes Twitter to the Senate Floor. The Hill Briefing Room. 3 de març de 2009, disponible a <http://briefingroom.thehill.2009/03/03/mccain-takes-twitter-to-the-senate-floor/>).



canvi generacional pel que fa a la participació que s'allunya del compromís polític jeràrquic per apropar-se a una participació més informal en la vida política i comunitària (Norris, 2002; Marsh, O'Toole i Jones, 2007).

L'efecte que Internet pot tenir sobre qualsevol de les causes de la crisi electoral no és obvi. Pot frenar aquesta tendència o accelerar-la. Aquest document examina la relació entre diferents maneres de fer servir Internet, l'alienació política i la participació política. L'estratègia empírica en què es basa l'estudi se serveix del mètode de comparació, en contrastar sistemes tan diferents com el dels Estats Units i el d'Espanya: països que es diferencien pel que fa al desenvolupament polític i econòmic, a la difusió d'Internet i banda ampla i, tenint en compte el període en què es van recopilar les dades, al nivell de mobilització electoral. L'avantatge d'aquest mètode consisteix en què, si trobem punts comuns en el comportament de variables independents en sistemes diferents, podem confirmar la seva capacitat explicativa (Przeworski i Teune, 1970: 39-40).<sup>3</sup> El document comença plantejant els problemes de l'alienació política i la participació electoral en línia i fora de la xarxa.

### Alienació política, suport polític i participació en l'era d'Internet

L'estudi "Bowling Alone", de Robert Putnam, va captivar l'atenció de moltes persones en la disciplina amb una descripció empírica convincent de l'erosió de la vida comunitària i de la davallada de la participació política (1995, 2000). S'ha fet una atenció especial al descens continu de la participació en les eleccions als Estats Units (Wattenberg, 2002; Macedo, 2005). Els investigadors han buscat tendències similars en sistemes de democràcia establerta i han arribat a conclusions variades (Putnam, 2002; Norris, 2002). A més de nivells decreixents de participació política, la manca de suport a les institucions polítiques ha estat un motiu de pre-

ocupació entre els analistes, que també registren, com a resultat d'aquest fet, alts nivells de frustració política i, en proporció, baixos nivells de suport polític (Dalton, 2004). Aquesta secció presenta, en primer lloc, alguns conceptes clau que examinarem en relació amb l'alienació i la frustració polítiques, i farem especial atenció al cas d'Espanya. A més, analitza com es fa servir Internet en la participació i com aquest ús pot influir en els debats sobre la desafecció.

### El concepte de suport polític

El sistema polític no només ha de complir les exigències a què està sotmès, sinó que també pot beneficiar-se del suport que rebí. L'absència de suport pot ser una font de tensió per a un sistema polític (Easton 1965b: 220-225). Durant la guerra freda, l'interès en el suport polític s'alimentava per la preocupació de la supervivència de la democràcia a Europa (Easton, 1975). Des d'aleshores, els investigadors no només s'han centrat en la capacitat de supervivència de les democràcies recents en la tercera onada i més enllà, sinó també en la capacitat de supervivència de la democràcia als països de desenvolupament industrial més avançat, en què la desafecció general i la baixa participació són motius de preocupació. Podem plantejar el tema analíticament, utilitzant els elements de l'estructura del sistema polític proposats per David Easton (Easton, 1965a i 1965b). Un sistema polític es compon de la comunitat política, del règim polític i de les autoritats polítiques. Les autoritats polítiques són els representants elegits o no elegits amb poder de prendre decisions vinculants per a la societat, cosa que es reconeix en major o menor mesura. La comunitat política es refereix als membres del sistema polític. Finalment, el règim el constitueixen el conjunt de normes, interaccions regularitzades i institucions en què es basa la relació entre les autoritats i la comunitat política. Els tres objectes del sistema polític poden ser objectes de suport. En aquest document ens interessem pel suport específic i difús al règim i a les autoritats.

El suport específic és determinat en el sentit que es refereix tant a les autoritats polítiques específiques (fins i tot si aquestes no poden ser identifica-

<sup>3</sup> Encara que Przeworski i Teune no especifiquen cap límit numèric per a un mètode basat en la comparació de "sistemes molt diferents", aporten nombrosos exemples en el text de dos casos diferents (40, 43, 44, 45-46). El fet que s'hi utilitzin dos països presenta un límit lògic inferior que, alhora, proporciona una claredat màxima de les relacions de comparació.



des) com a les “decisiones, polítiques, accions i declaracions específiques o a l’estil general que es percep d’aquestes autoritats” (Easton, 1975: 437). Això significa que té a veure amb els resultats i l’actuació de les autoritats. Tanmateix, Easton sosté que el suport específic normalment no és suficient per a un sistema polític, ja que “cap règim ni comunitat no podria obtenir l’acceptació general i cap conjunt d’autoritats no podria mantenir-se en el poder si depenguessin exclusivament o almenys en gran manera dels resultats per generar suport” (Easton, 1965b: 269). Per aquesta raó, un règim depèn del suport difús. El suport difús s’ha utilitzat per mesurar la salut d’un sistema polític democràtic. Es tracta d’una mesura de suport que “és subjacent al règim en conjunt i a la comunitat política” (Easton, 1975: 445). Easton distingeix el suport específic del suport difús, i afirma que “excepte a llarg termini, el suport difús no depèn dels resultats diaris”. Tant les autoritats com el règim poden ser objecte de suport difús. D’aquesta manera, se sol fer referència a les institucions polítiques, incloent-hi el Govern i els partits polítics. El suport difús ha estat important en estudis de democràcies recents, donat que un baix suport difús al règim o la comunitat política en conjunt inevitablement donen lloc a reivindicacions en l’entorn que amenacen l’existència del sistema (Torcal, 2008; Klingemann, 1999).

Pot ser difícil distingir empíricament el suport específic i el difús (Putnam, Pharr i Dalton, 2000: 24-25). Una part de la dificultat es deu al desfament entre el suport als resultats específics del sistema polític al llarg del temps i el desenvolupament d’un suport difús més ampli. Una altra part de la dificultat es deu al nivell d’anàlisi del suport polític. Si parlem de suport en un sistema polític, el concepte de *suport* és en realitat una variable en l’àmbit del sistema.<sup>4</sup> No obstant això, per motius d’operacionalització

empírica, utilitzarem la substitució metonímica d’avaluacions individuals d’aportacions (*inputs*) al sistema (suport tan difús com específic), que permet als investigadors analitzar el suport polític en relació amb altres actituds i actituds polítiques de membres del sistema polític.

### Suport polític i participació política

Arend Lijphart descriu els problemes relacionats amb la no-participació i la desigualtat de participació resultant com “un gran dilema de la democràcia representativa” i “un greu problema (...) si la participació no es considera, en primer lloc, un instrument representatiu, sinó un bé democràtic intrínsec” (1997: 1). Des d’aquesta perspectiva, qui no vota ni participa d’una altra manera en les eleccions queda al marge del procés polític. El nivell d’indiferència respecte de la democràcia és sobretot un problema per a la democràcia representativa liberal, perquè una de les principals funcions institucionals de la democràcia liberal consisteix a resoldre conflictes entre les faccions que competeixen entre si, a més de l’interès addicional de les institucions (Little, 2008; Bang, 2005). La no-participació crea un problema de doble vessant per a les democràcies liberals. En primer lloc, si la democràcia és govern “pel poble”, la no-participació i la desigualtat resultant qüestionen seriosament la legitimitat d’accions governamentals realitzades en nom del poble. En segon lloc, és un senyal que el sistema polític no processa ni resol les reivindicacions dels infrarepresentats.

Diverses dades sobre comportaments i actituds documenten la creixent alienació de processos electorals. En tots els estats membres de l’OCDE s’hi ha registrat un descens considerable de la participació electoral durant els últims 35 anys (Hay, 2007: 12-13). L’afiliació a partits i la identificació amb partits polítics tendeixen generalment a la baixa (Dalton i Wattenberg, 2000). Això no significa que hi hagi menys partits o que aquests no siguin eficaços per guanyar les eleccions, però Dalton i Wattenberg observen que, fins i tot amb l’aparició de nous partits, estem presenciant que hi ha un descens accelerat d’afiliació i que els partits es dirigeixen amb menys aportació de la militància. El percentatge de persones que han

<sup>4</sup> Easton tracta el suport difús en l’àmbit individual. Tanmateix, això és conceptualment problemàtic, perquè les actituds individuals no són una variable del sistema i el suport i les reivindicacions es tracten en un altre lloc com a formes d’aportació en l’àmbit del sistema. Per exemple, és possible que els funcionaris despolititzin certs temes o es dediquin a altres formes de vigilància per impedir que les reivindicacions entrin en el sistema, evitant-hi així l’aparició de tensions. No obstant això, aquí ens interessa insistir que s’estableixi una connexió entre les actituds dels membres i la transmissió sistemàtica de suport com un assumpte empíric tant a Espanya com als Estats Units.

signat una petició, han escrit una carta a un diari o a un diputat, han treballat per a un partit, han assistit a un míting polític o han participat en una manifestació política ha baixat significativament a Amèrica, especialment des dels anys setanta (Putnam, 2000: 39-44). Mentrestant, es registra un nivell cada vegada més alt d'escepticisme cap a les autoritats polítiques que es nodreix de prejudicis, com ara que el Govern protegeix els interessos de l'elit en lloc dels interessos dels membres del sistema polític (Hay, 2007; Dalton, 2004). Aquestes tendències sembla que són especialment pronunciades entre els grups joves i, probablement, demostren un hàbit electoral que convertirà la baixa participació en una tendència generacional (Hay, 2007: 42).

Els analistes han identificat algunes causes de la participació decreixent, de la desafecció i del desalineament partidista tant pel que fa a la "demanda" (ciutadania) com a l'"oferta" (autoritats i institucions polítiques). Una de les explicacions més destacades respecte de la ciutadania relaciona el descens de la participació amb el capital social i l'erosió generalitzada de la confiança en la societat (Putnam, 2000; Offe, 1999). D'altres afirmen que som testimonis de l'aparició de "ciutadans crítics", amb estructures de valors canviants que encara no encaixen del tot en els partits polítics majoritaris (Norris, 1999). Un repte que els partits polítics han d'afrontar parteix del fet que tradicionalment es caracteritzen per tenir una organització jeràrquica i centralitzada que no és compatible amb un conjunt de valors que tendeix a rebutjar l'autoritat política i a afavorir una orientació política més atomística (Inglehart, 1999). Com a resultat, les autoritats i el règim polític que configuren governs, partits i sistemes de partits pateixen una pèrdua de confiança i, pel que sembla, no connecten amb les noves formes d'organització individualista (Bang i Esmark, 2009; Li i Marsh, 2008). Tant la tesi del capital social com la de la ciutadania crítica argumenten que aquests processos són generacionals i que adquiriran més importància en la societat a mesura que els grups joves reemplacin els de gent gran.

Pel que fa a l'"oferta" d'autoritats polítiques i règim polític, se suposa que hi ha una despolitització de la política pública, en què es veu cada

vegada més el domini d'experts i polítics que competeixen amb mitjans de comunicació de massa, i a través d'aquests, per definir l'espai de la política (Hay, 2007; Crozier, 2007; Hajer i Wagenaar, 2003). Atès que els discursos d'experts no són comprensibles per a la majoria de membres del sistema polític, els polítics i els partits polítics se serveixen de tècniques de màrqueting per vendre's (Lilleker i Lees-Marshment, 2005) i de missatges segmentats a fi d'activar els seguidors (potencials) (Howard, 2006). Segons la descripció de la ciutadania projectada per les autoritats i les institucions polítiques, som simples consumidors dòcils d'eslògans de partits i plataformes polítiques, ja que, d'una altra manera, quedaríem desconnectats de la part d'aportacions (input) de la política, el reconeixement d'interessos i identitats, així com de la part de resultats (output) de la política, és a dir, la presa i la implementació de decisions polítiques.<sup>5</sup>

Sobretot hi ha grups joves que manifesten que se senten alienats perquè creuen que generalment se'ls exclou del procés polític (Marsh, O'Toole i Jones, 2007). Per tant, les interpretacions des del punt de vista de l'oferta expliquen que els canvis en les actituds registrats en la part de la demanda s'originen, s'acceleren o es constitueixen mútuament per la creixent complexitat de la política que dificulta la participació. A més de la professionalització de la política, es fomenta la despolitització privatitzant nombroses funcions públiques (Hay, 2007). La presa de decisions polítiques és, per tant, cada vegada més complexa i implica xarxes d'actors locals i globals dins i fora de les institucions governamentals, per la qual cosa la política esdevé un "negoci difícil" per al ciutadà del carrer (Stoker, 2006: 67).

### Excepcionalisme espanyol?

Espanya es considera sovint un país modèlic de transició cap a la democràcia, perquè "ha tingut tant èxit que ha estat objecte d'estudis exhaustius

<sup>5</sup> Això no significa que, a la pràctica, els membres d'un sistema polític reaccionin com a consumidors dòcils. Stolle i Hooge (2004), juntament amb Henrik Bang, han observat l'aparició de consumidors de la política que configuren els resultats del sistema polític.

(però rares vegades d'imitació) per elits polítiques d'altres països que han passat per un procés de transformació del règim” (Gunther, Montero i Botella, 2004: 6-7). A Espanya hi ha factors històrics addicionals vinculats a alts nivells de desafecció, desalineament partidista i manca de confiança en autoritats i institucions polítiques. Els sistemes de partits en la majoria de les democràcies occidentals s'han desenvolupat a partir d'escissions socials. Abans de la democratització, efectivament, Franco havia oprimint els partits polítics i les associacions polítiques secundàries (Gunther, Montero i Botella, 2004: 12-13). Després de la transició democràtica, els partits polítics no estaven gaire arrelats en les estructures de la comunitat política. Això, en combinació amb el gran salt al sector econòmic, la transició d'una societat agrícola a una de postindustrial, passant per una etapa industrial molt breu, ha creat un sistema polític mal·leable que permet arribar, de manera relativament fàcil, a un consens sobre la seva reorganització. No obstant això, els mateixos factors que van facilitar el procés de democratització, en concret la ràpida desmobilització i despolarització després de la transició, també van crear les condicions per als alts nivells d'alienació i apatia polítiques. Segons comenten Gunther, Montero i Botella, “la despolarització i la desmobilització de masses que van ser elements essencials de la ‘política de consens’ (...) poden haver contribuït decisivament a establir una democràcia estable i consolidada (...), però també van afavorir una institucionalització feble en certes organitzacions secundàries i baixos nivells d'interès i compromís polítics” (2004: 14).

És cert que Espanya es caracteritza per alts nivells de desafecció, però això no es tradueix en baixos nivells de suport a la democràcia. Tot i que el suport al sistema polític ha variat en el transcurs del temps, el suport a la democràcia a Espanya continua sent relativament fort i constant amb nivells de suport similars als que s'han registrat a l'Europa del nord (Montero, Gunther i Torcal, 1997). Així doncs, la satisfacció amb el sistema polític ha tendit a seguir els nivells de satisfacció amb la situació econòmica, i s'han registrat fluctuacions, independentment del suport a la democràcia (Torcal, 2008). Tanmateix, Espanya és a la cua de la participació política respecte dels altres països europeus, exceptuant les protestes, ja que “els

espanyols es troben entre els manifestants més entusiastes” (McDonough, Barnes i López Pina, 1998: 171). A més, malgrat que generalment hi ha un fort suport a la democràcia, existeixen símptomes que aquest varia en certa mesura en funció de la ideologia i la militància partidista, i són els seguidors del Partit Popular els que tendeixen a mostrar simpaties antidemocràtiques (Torcal, 2008: 51-52). No obstant això, si bé l'afiliació als partits continua correlacionant-se amb el suport a la democràcia, el suport dels votants del PP a la democràcia com a millor sistema de govern últimament ha registrat un creixement considerable, la qual cosa construeix un pont sobre l'abisme que separa el PP i el Partit Socialista Obrer Espanyol (PSOE).

En escriure sobre la transició d'Espanya cap a la democràcia, Michel Crozier, Samuel Huntington i Joji Watanuki van expressar la por que les democràcies poguessin convertir-se en víctimes del seu propi èxit si les aportacions al sistema sobrepassaven la seva capacitat (1975). Juntament amb una llarga llista de prestigiosos teòrics, van apostar per un equilibri entre la participació i la necessària estabilitat del sistema. Malgrat les diferències regionals i religioses i encara que la modernització ha intensificat en certa mesura la pluralització cultural, el procés de consolidació d'Espanya ha donat com a resultat un sistema de partits que no té vincles forts amb la comunitat política. Atès que els partits polítics són un instrument relativament ineficaç per transmetre aportacions al sistema a Espanya, pot ser que s'estiguin transmetent reivindicacions i suport en altres llocs i amb altres actors? Això pot explicar en part la preferència per la protesta. Però quines són les altres formes de participació política dels espanyols?

### Internet: nous mitjans, noves polítiques?

Els nivells descendents de participació electoral no signifiquen necessàriament que la gent desencantada abandoni la política del tot. En contraposició a la imatge de la democràcia en declivi arran d'amenaques internes, alguns experts sostenen que estem presenciant l'aparició de canvis en la dinàmica de pràctiques democràtiques i no símptomes que augurin un

col·lapse imminent. De fet, David Easton afirma que la manca de suport polític no anuncia el col·lapse imminent d'un sistema polític (1975). Els sistemes polítics reaccionen mitjançant processos de retroalimentació (*feedback*) per regular les tensions a les quals està exposat el sistema i persisteixen encara que canviïn les condicions (1965a: 119-131). Russell Dalton sosté que els sistemes democràtics es caracteritzen per una capacitat d'adaptació especial i estan en condicions d'afrontar aquests reptes: "La vitalitat de la democràcia consisteix a respondre, i normalment respon, a aquests reptes, i això, al seu torn, reforça el procés democràtic" (2008: 6). Segons Russell Dalton, estem presenciant un canvi generacional en les orientacions polítiques, en què són especialment els joves adults els que defineixen la bona ciutadania respecte al compromís amb la comunitat, en lloc dels deures cívics associats a la participació electoral. De manera similar, altres observadors defensen que el que estem veient són "consumidors polítics" (Stolle i Hooge, 2004) en combinació amb una "política de vida", per la qual cosa la motivació de participació política es deu a l'interès per l'estil de vida, i no als marcs ideològics establerts i basats en conflictes partidistes (Beck 1997; Giddens, 1991; Bennett, 1998). Per tant, és possible que el descens en la participació no sigui una davallada en termes absoluts, sinó el canvi d'una manera de fer política a una altra. Si aquest canvi implica allunyar-se de la participació en institucions polítiques formals i jeràrquiques i una desconfiança de les autoritats polítiques, és possible que Internet amb la seva estructura relativament anàrquica i individualitzada (Ward i Gibson, 2009: 33) sigui un espai per a la nova política?

Mentre que l'alienació està més generalitzada entre els grups joves (Wattenberg, 2007), la mateixa generació experta en tecnologia figura entre els usuaris més assidus d'Internet. La qüestió de si la participació política en línia inclou els nous grups, que estarien infrarepresentats políticament sense Internet, o contribueix a desigualtats participatives, és un tema de debat intens (Muhlberger, 2004; Bimber, 2003; Warschauer, 2003). Alguns argumenten que els grups joves estan fent servir Internet per connectar-se amb les autoritats i per debatre sobre política amb d'altres (Jensen,

Danziger i Venkatesh, 2007; Owen, 2006). D'altres sostenen que els qui participen en línia en la política són els mateixos que participen en la política fora de la xarxa. Per tant, la participació en línia serveix de poc per reduir les desigualtats participatives o donar veu als alienats (Jensen, 2006; Best i Krueger, 2005). Aquestes conclusions contradictòries poden girar al voltant de diferències en formes i contextos de la participació avaluada. Stephen Ward i Rachel Gibson afirmen que, avui en dia, la major part de l'evidència empírica "dóna suport a un reforçament, en lloc d'una mobilització" (2009: 29).

D'altra banda, s'ha relacionat l'ús d'Internet amb nivells més elevats d'informació política, i se suposa que això contribueix a la participació política (Tolbert i McNeil, 2003). És possible que això tingui un paper important en la transformació dels processos electorals. Russell Dalton ha estat un dels principals defensors de la teoria de la "mobilització cognitiva", que sosté que la modernització ha donat per resultat nivells més alts d'educació així com un millor accés a la informació (Dalton, 1984, 2007). Per tant, en contrast amb una perspectiva funcionalista de la mobilització, en què els partits polítics desenvolupen una funció important com a conducte d'informació política, ara hi podem accedir pel nostre compte. Això, alhora, contribueix a un desalineament partidista, perquè depenem molt menys de partits polítics per informar-nos i d'instruccions polítiques que ara fa 50 anys. En aquest cas, hauríem d'esperar que Internet tingués un paper important en el procés de mobilització cognitiva, perquè suprimeix barreres a la informació, la qual cosa fa possible que tingui un abast més ampli que els mitjans de comunicació de massa tradicionals. Aquest punt de vista no es troba exempt de crítiques, ja que hi ha alguns indicis que suggereixen que uns nivells més alts d'accés a mitjans de comunicació i habilitats cognitives s'associen amb una identificació més forta amb partits, i que aquesta associació s'ha mantingut constant al llarg del temps (Albright, 2009). Això planteja una qüestió important en el context de la política en línia i la recerca d'informació: fins a quin grau s'associen els nivells d'educació i les habilitats cognitives amb interaccions en línia amb partits i fonts independents d'informació política?

La importància de l'afiliació a partits també s'assenyala per marcar una diferència en el paper que Internet pot exercir en estratègies de campanya política. En països en què l'organització formal de partits és escassa, Internet pot tenir un paper més important per mobilitzar vots i recaptar fons per a la campanya (Anstead i Chadwick, 2009). Per això, les diferències en l'organització de partits entre els Estats Units i Espanya podrien ser significatives pel que fa a l'ús d'Internet per a la mobilització de la campanya. En les eleccions als Estats Units, els partits polítics importants solen desaparèixer i els líders oficials de partits normalment no tenen gaire protagonisme. A Espanya, en canvi, es manté entre les eleccions una estructura de partit organitzat, perquè els seus líders formen el Govern o l'oposició, que apareix regularment en els mitjans de comunicació criticant el Govern i proposant solucions i programes alternatius. No obstant això, la mobilització i la captura de vots figuren entre les principals activitats dels partits majoritaris d'Espanya, el PP i el PSOE, durant la campanya relativament breu abans de les eleccions generals (Albright, 2008).

En molts aspectes, l'arquitectura d'Internet és idònia per a les noves formes de mobilització política identificades per Russell Dalton i d'altres. Potser l'afiliació formal a partits està davallant (Putnam, 2000), però hi ha un augment de formes més efímeres d'associació política (Norris, 2002; Bennett, 1998; Marsh, O'Toole i Jones, 2007). A diferència de les comunitats consistents, la societat de xarxes es caracteritza per gaudir de "sociabilitat fina" i força de "vincles febles" (Bang i Esmark, 2009; Hampton, 2003). En contraposició amb les organitzacions polítiques formals, les interaccions en línia poden ser intermitents i es poden dur a terme quan ho prefereixi l'usuari. En aquest entorn, el nou tipus d'actor polític, l'"executor quotidià" (*everyday maker*) (Bang, 2005), pot abundar. L'executor quotidià és algú que participa sobre una base *ad hoc* i de temps parcial, que se centra en projectes i polítiques d'interès personal, en lloc d'ideologies i reconeixement d'identitat, i que rebutja la política d'oposició i legitimació que caracteritza els conceptes tradicionals de política *d'input*, en què les persones són o bé seguidores (que hi donen suport) o adversàries (que s'hi oposen) del sistema en conjunt. Per això cal assenyalar el nivell del suport

específic i difús a la participació i, especialment, als sistemes polítics. Aquest és especialment el cas d'Espanya, on la consolidació cultural de la democràcia també va portar baixos nivells de compromís polític i de participació electoral (McDonough, Shin i Moisés, 1998). Tal com diu Manuel Castells, "la democràcia només pot ser reconstruïda en (...) la societat de xarxes, en la seva diversitat, pot trencar les barreres corporatives, burocràtiques i tecnològiques de la creació d'imatges de la societat" (2009: 298).

Hi ha hagut nombrosos debats sobre la relació entre la tecnologia i la vida social, des del determinisme tecnològic, en què la tecnologia determina les formes i les pràctiques socials, fins al determinisme social, en què les forces socials determinen el paper i la funció de la tecnologia sense cap configuració independent basada en l'estructura tecnològica (Chadwick, 2006: 17-21). Tenint en compte l'enllaç entre els recursos culturals i els estils de participació (McAdam, 2000), la comparació entre Espanya i els Estats Units ens permetrà veure si les diferències en els entorns culturals espanyol i nord-americà repercuteixen en l'ús de la tecnologia, i com ho fan. Hi pot haver similituds, tenint en compte les estructures comunes d'Internet, que tenen una naturalesa global i possibiliten comunicacions interactives i multidireccionals, a més d'estructures d'organització descentralitzada. Però això no significa que Internet configuri la política de la mateixa manera en diferents sistemes polítics, ja que diferents cultures polítiques es manifesten en línia en estils diferents, ordres discursius i organització política diversos. Encara que tots dos països tenen un sistema federalista, les marcades diferències en cada cultura política suggereixen que hi pot haver diferències en l'ús polític que fan d'Internet tots dos països. Aquestes diferències ens haurien de permetre veure fins a quin grau Internet influeix en la cultura política i en quina mesura aquesta influeix en Internet pel que fa a temes relacionats amb la cultura política.

Internet és un mitjà poderós que tant els partits com els membres del sistema polític intenten explotar. Proporciona als partits nous recursos per a campanyes electorals, estableix contacte amb els seguidors i conving

independents i simpatitzants d'altres partits. També ofereix nous fòrums per a membres del sistema polític per interactuar amb les autoritats polítiques així com altres xarxes d'actors. Aquestes xarxes es creen a través de comunicacions recíproques mitjançant llistes de correu electrònic, blocs, taulers d'anuncis i sales de xat, que reuneixen actors en comunicacions polítiques contínues (Van Dijk, 1999). Aquest estudi investiga la participació en línia a Espanya i als Estats Units, fent especial atenció a les tres qüestions següents:

1. Té un baix suport específic i difús un impacte negatiu sobre la participació? Hi ha diferències entre les formes de participació en línia i fora de línia?
2. Hi ha proves que demostrin la participació en línia dels políticament alienats fora de línia? Hi ha més desigualtat participativa en línia que fora de línia?
3. Hi ha diferències entre Espanya i els Estats Units? En cas afirmatiu, repercuteix la cultura en l'ús polític d'Internet? Hi ha similituds entre els usuaris d'Internet i proves d'una cultura política en línia?

## Mètodes i dades

Bona part dels primers estudis sobre la influència d'Internet en la participació política van plantejar la qüestió de si els usuaris d'Internet participen en la política o no. En la literatura empírica, en canvi, s'ha fet menys atenció a la manera com fan servir Internet per participar-hi. Això és, en part, una conseqüència de l'estat de la recerca en aquesta matèria, és a dir, de la manca de dades. A més, és possible que la matèria s'hagi estudiat amb un enfocament desencertat, basat en els mitjans, que converteix experiències en línia abstractes en concretes (Lin, 2008). El plantejament de l'estudi dels mitjans ho és tot menys apte per estudiar Internet, perquè els diferents contextos i interaccions que es poden aconseguir en línia van més enllà de la dinàmica de la televisió, la premsa i la ràdio. Tot i que hi ha una varietat del que es consumeix a través d'aquests mitjans, queden

limitats a una transmissió unidireccional de la informació. Internet, en canvi, permet que aquesta transmissió de la informació sigui multidireccional i interactiva, de manera que els consumidors de la informació també en poden ser productors. Totes dues estructures faciliten la creació de xarxes horitzontals d'actors (Castells, 2006), en comptes de l'estructura jeràrquica dels "vells" mitjans (Horkheimer i Adorno, 1994: 121-122) i de la política (Michels, 1999). Per tant, l'enfocament d'aquesta investigació considera tant les diferències institucionals en interaccions en línia com el tipus d'interacció: si es tracta d'una recepció unidireccional d'informació, una transacció monetària o la producció de material polític en línia.

La comparació entre Espanya i els Estats Units ens dona un avantatge analític addicional per aïllar el paper d'Internet en les nostres pràctiques polítiques. Si bé tots dos països són democràcies consolidades amb un compromís ferm i ampli amb la democràcia com a estil polític, existeixen algunes diferències significatives. En primer lloc, es diferencien en la seva orientació cap a valors: els Estats Units es caracteritzen per una cultura més individualista i protestant, mentre que Espanya s'orienta cap a valors comuns de l'Europa catòlica (Inglehart, 1997). A més, es diferencien en la història política: Espanya es va democratitzar en la "tercera onada", no abans, per la qual cosa queden generacions amb una memòria viva del règim franquista. Malgrat que Espanya ja era una societat relativament moderna i pluralista, gràcies a la dinàmica de la democratització, el seu sistema polític és més fluid per dues raons. La primera: el seu sistema de partits no s'ha desenvolupat al llarg del temps, en estreta relació amb organitzacions de la societat civil i, per tant, no es fonamenta de la mateixa manera en la societat civil com altres sistemes polítics (Gunther, Montero i Botella, 2004). La segona: els límits de la comunitat política espanyola es qüestionen més a causa de l'estatus controvertit de les seves comunitats autònomes (Hamann, 2007). Finalment, hi ha una gran desigualtat en la distribució del desenvolupament econòmic entre les regions d'Espanya en què es creen estils de vida diferents amb focus d'alta industrialització combinats amb economies locals més tradicionals (Tabellini, 2005). Per tot això, a més de l'experiència viscuda amb el règim franquista, la cultura



política espanyola es diferencia del context nord-americà factors distintius que puguin explicar esdeveniments polítics en cada cas. Per aquesta raó, l'anàlisi de dades tracta cada cas per separat. Tanmateix, a causa de les diferències existents entre els sistemes polítics espanyol i nord-americà, reduïm el que culturalment tenen en comú i que pugui sobredeterminar les nostres conclusions. D'aquesta manera, podem aïllar millor el paper d'Internet (Przeworski i Teune, 1970). Tenint en compte les diferències contextuals, els punts comuns identificats respecte a l'ús d'Internet en tots dos casos han de ser d'importància teòrica.

### Dades

Les dades d'aquesta recerca són el resultat de dues enquestes fetes fa aproximadament un any. La primera és el sondeig espanyol dut a terme la tardor de 2007, abans d'emprendre la campanya electoral de 2008. Per tant, aquestes dades reflecteixen el sistema polític espanyol en un baix nivell de mobilització i indiquen patrons normals d'ús d'Internet i de participació política. L'estudi inclou un total de 3.716 persones enquestades, seleccionades aleatòriament, amb un índex més alt d'adults entre 18 i 40 anys, per maximitzar el grup d'usuaris d'Internet: el 20% té menys de 30 anys; el 40,8%, menys de 40, i només el 39,8% és major de 50. Per aquest motiu, hem avaluat les dades tenint en compte diferències demogràfiques. El mètode de la recopilació de dades consistia en entrevistes cara a cara amb les persones enquestades a casa seva. D'aquesta manera, vam obtenir una mostra de 1.884 usuaris d'Internet, una mica més de la meitat (50,7%) del total de persones enquestades, que és una xifra molt similar al resultat d'una mesura independent d'usuaris d'Internet a Espanya, elaborada per la Unió Internacional de Telecomunicacions (ITU), que situa la xifra en el 52% de la població espanyola.

A causa de la presència més generalitzada d'Internet als Estats Units, ens servim d'una mostra aleatòria probabilística de la població de 600 persones enquestades per telèfon. El 74,5% d'aquestes diuen que són usuàries d'Internet. Aquest resultat també s'apropa molt a la xifra generada per la

ITU, segons la qual el 72,5% dels nord-americans són usuaris d'Internet. El 79,7% de les que es van enquestar als Estats Units són blancs; el 8,7%, negres, i el 2,3%, d'origen hispànic o llatí. Quant a la distribució per edat, el 7,2% dels enquestats tenen menys de 30 anys; el 20,3%, menys de 40, i el 60,3% són majors de 50 anys. La recopilació de les dades nord-americanes es va dur a terme el novembre durant dues setmanes després de les eleccions nacionals. Aquestes dades reflecteixen el sistema polític nord-americà immediatament després d'un moment de mobilització especial en què Internet suposadament ha tingut un paper important. L'ús de diferents sondeigs no és comú, però tampoc no és inusual (Fowler, 2002). L'enquesta sobre les eleccions nacionals als Estats Units el 1996 va emprar un mostreig dividit per recopilar dades en enquestes cara a cara i trucades a números aleatoris. Tot i que l'índex de respostes va resultar més alt en les enquestes cara a cara, aquesta diferència no era estadísticament significativa (Ellis i Krosnick, 1999). D'altra banda, el mostreig telefònic permet als entrevistadors contactar amb persones que, d'una altra manera, no estarien disponibles per a entrevistes cara a cara, almenys en el context nord-americà (Dilman, 1978).

En totes dues enquestes es van formular una sèrie de preguntes sobre l'interès polític, la participació en línia i fora de línia, si l'enquestat va votar en les últimes eleccions, si s'identifica amb un partit, així com sobre els coneixements polítics. A més dels temes polítics, les enquestes van revelar l'ús que feien d'Internet els enquestats per a activitats de temps lliure, compres, transaccions monetàries, com ara la banca electrònica i el pagament de factures. Les enquestes nord-americanes i espanyoles no són idèntiques, però inclouen alguns mòduls amb traduccions exactes de les preguntes o una formulació similar, que és la base d'aquesta anàlisi. Aquests mòduls es van traduir del castellà a l'anglès utilitzant una doble traducció mitjançant un procés similar al que es fa servir en el cens nord-americà (Harkness, Pennell i Schoua-Glusberg, 2004). La doble traducció independent permet comparacions entre les dues formes per adaptar, en la mesura que es pugui, les preguntes per a l'ús en una enquesta nord-americana. Si ja existien traduccions de



preguntes a l'anglès, es van utilitzar.<sup>6</sup> Hi ha pocs casos en què es van reformular preguntes o es van enumerar respostes de manera diferent per als Estats Units, la qual cosa assenyalem on correspongui.

### Variables dependents

El suport no només es comunica el dia de les eleccions. La seva transmissió és un procés continu. Per tant, seleccionem categories més generals de participació, deixant de banda les eleccions, per obtenir patrons de participació que no tinguin relació amb eleccions, que són moments de mobilització màxima. Per això ens resulta difícil analitzar la mobilització.

**Participació fora de línia.** La participació fora de línia inclou cinc mesures binàries, amb la pregunta de si, en els últims 12 mesos, l'enquestat ha signat alguna petició, ha participat en alguna manifestació, ha donat diners per a alguna campanya, ha assistit a algun míting polític o s'ha posat en contacte amb algun representant polític. Aquestes preguntes es refereixen a accions formals fora de línia de participació política. L'escala es gradua de 0 a 5. Aquests cinc elements reflecteixen la participació de persones amb un compromís polític més ampli, en contrast amb l'electorat que només vota el dia de les eleccions i que està desmobilitzat la resta del temps, que representa un espectre molt més ampli de la població. L'escala es va crear basant-se en una anàlisi de graduació multidimensional (que no s'explica aquí) d'aquestes i altres mesures binàries de participació.<sup>7</sup> Aquests cinc elements van establir una relació molt estreta entre les enquestes espanyola i nord-americana.

**Participació en línia.** Aquesta mesura ens proporciona un índex de participació política en línia, en contraposició amb la de fora de línia. Es basa en una mesura de freqüència de peticions signades en línia i de donacions

fetes a campanyes en línia, i recull comportaments relacionats amb la participació en una organització política formal. En la mostra nord-americana, cada una d'aquestes preguntes es va graduar amb una escala d'1 a 4, en què 1 significa mai; 2, una vegada; 3, diverses vegades, i 4, amb més freqüència. Aquests dos elements estan estretament correlacionats amb un coeficient de correlació  $r$  de Pearson  $r$  de 0,294 ( $p < 0,01$ ). En la mostra espanyola, aquests elements es van convertir en codis binaris, que es van sumar en calcular la diversitat del repertori de participació en línia. La diversitat dels repertoris de participació sovint s'utilitza per indicar la freqüència de participació. El coeficient de correlació tau-b de l'enquesta espanyola és de 0,356 ( $p < 0,01$ ).

**Web 2.0.** Aquesta mesura consta de dos elements: afegir comentaris a blocs polítics i afegir comentaris a fòrums en línia sobre política. Aquesta mesura es distingeix de les mesures anteriors de participació política, ja que recull la participació informal i el contingut produït per l'usuari així com la interactivitat de la web 2.0. Aquests elements constitueixen dues de les formes de participació política més comunes a través de la web 2.0. També incorporen dues de les idees comunes associades a la web 2.0: la intel·ligència col·lectiva d'escriptors i lectors de blocs i un experimentalisme democràtic en un fòrum públic en què, tret que la secció de comentaris estigui desactivada, un bloc mai no serà un producte acabat (Chadwick, 2009). En l'enquesta nord-americana, les preguntes referents a aquests elements es van fer per separat. Els dos elements sumen, separadament, amb coeficient  $\alpha$  de Cronbach de 0,7563 ( $\alpha$  est.: 0,7567). L'enquesta espanyola va resumir aquests elements en un de sol.<sup>8</sup>

Les dues mesures de participació en línia varien poc entre les enquestes dutes a terme a Espanya i als Estats Units. Aquest resultat es deu a l'ús de mesures més matisades en l'enquesta nord-americana. En tots dos casos

<sup>6</sup> Algunes de les preguntes formulades en l'enquesta espanyola es van traduir originàriament d'altres enquestes internacionals, ja disponibles en anglès.

<sup>7</sup> Es va seleccionar la graduació multidimensional perquè és més apta que altres tècniques de graduació per analitzar dades binàries.

<sup>8</sup> En combinar les preguntes separades en una variable binària dependent, es va reduir el valor explicatiu del model. Tenint en compte les diferències en les dimensions de les mostres (la mostra nord-americana d'usuaris d'Internet és molt més petita), optem per mantenir l'escala additiva en el cas dels Estats Units per millorar la capacitat explicativa.

decidim utilitzar les mesures nord-americanes, en comptes de recodificar-les per adaptar-les a les mesures espanyoles. Hi ha tres raons per fer-ho. La primera: les mesures espanyoles metodològicament no serien equivalents. La recodificació de dues variables, per convertir-les en una de sola, i la compressió de dades de freqüència en un binari segons tota experiència no donaria el mateix resultat que una traducció literal de l'enquesta espanyola, perquè les opcions de resposta originals són diferents. La segona: atès que hi ha aproximadament quatre vegades més usuaris d'Internet en la mostra espanyola que en la nord-americana, les dimensions més grans de la mostra espanyola donaran més resultats estadístics *ceteris paribus*, la qual cosa correspon exactament a un augment de la variància en les variables dependents de la mostra nord-americana. Encara que aquests efectes no es poden "anul·lar" matemàticament, demostren que les diferències en variables dependents serveixen per reduir les distorsions inherents a les diferències entre les mostres. La tercera: les correlacions entre les variables dependents utilitzades en la mostra nord-americana i les versions recodificades, que imiten l'estructura de respostes de l'enquesta espanyola, demostren que l'adequació de les mesures és raonable. La mesura de freqüència de participació en línia i la mesura de repertoris de participació en la mostra nord-americana revelen que són gairebé idèntiques ( $\tau\text{-}b = 0,977$ ,  $p < 0,01$ ). Així mateix, si comparem les diferències entre l'escala de repertoris de la web 2.0 i la compressió de comentaris sobre fòrums i blocs en una pregunta, el resultat és similar ( $\tau\text{-}b = 0,963$ ;  $p < 0,01$ ). Per aquesta raó, decidim mantenir el matís en analitzar la mostra nord-americana; tanmateix, aquesta diferència s'ha de considerar quan s'analitzin les diferències entre els sistemes polítics.

## Suport polític, participació política i Internet

### Suport polític i alienació

L'alienació política s'ha tractat com un símptoma del descens tant de suport específic com difús (Dalton, 2004). Començarem per operacionalit-

zar l'alienació política en relació amb el suport difús. Per a Jack Citrin i els seus col·legues, l'alienació és alguna cosa més que un "sentiment d'insatisfacció passatger"; segons el seu parer, l'alienació es refereix a una pèrdua de suport difús (Citrin *et al.*, 1975: 4). David Easton comenta que el suport difús i el suport específic "són dos tipus de suport i cada un pot variar independentment de l'altre. Per tant, solen tenir determinants independents i conseqüències diferents per al funcionament d'un sistema" (Easton, 1975: 444). Tenint en compte que el suport difús es refereix al nivell de suport rebut per a objectes del sistema polític, independentment dels resultats del sistema en qüestió, analitzarem el nivell de confiança que les persones enquestades diuen que tenen en els partits polítics, el Govern estatal i l'administració local. David Easton assenyala que, malgrat les seves limitacions, les escales actitudinals són un instrument apropiat per mesurar el nivell de suport polític (Easton, 1965b: 163-164). La confiança en aquests objectes específics s'interpreta com un indicador de la "vinculació a un objecte polític per interès propi" (Easton, 1965b: 274). Aquesta mesura no és perfecta: és una mesura limitada de suport difús per a les autoritats i el règim. A més, la confiança en l'abstracció pot ser molt ambigua. Però aquesta mesura ens dóna una idea general de fins a quin grau el règim és considerat eficaç i competent. En preguntar per la confiança en aquestes institucions, no ens referim als resultats específics d'aquestes, sinó a la confiança pròpiament dita en la institució de què es tracta.<sup>9</sup>

Un aspecte important és que aquesta mesura contrasta amb el suport específic que es refereix a les autoritats governamentals i els resultats del sistema polític. Un estudi recent sobre l'alienació política ha identificat una sèrie de causes del descens del suport específic. El suport específic s'operacionalitza en termes d'avaluacions actitudinals, esbrinant fins

<sup>9</sup> Per exemple, Jack Dennis sosté que, a part d'un "sector restringit d'activistes del públic general", no hi ha "recompenses immediates" del "manteniment de la institució de partit", per a la qual cosa "s'intercanvien (...) suports específics" (1996, 601). La qüestió que plantejem pel que fa a la "confiança en els principals partits polítics", la separa encara més d'una qüestió d'atributs específics de resultats aportats pel sistema o per les autoritats.

a quin grau “es preocupen els funcionaris pel que pensen les persones com jo” i si “els polítics sempre anteposen els propis interessos” fins a l'extrem que “la política i el Govern són tan complicats que una persona com jo realment no pot entendre el que està passant”. D'aquesta manera, es mesuren dos elements de suport específic que són rellevants per entendre l'alienació política en els estudis contemporanis de les seves causes: com avaluen els membres del sistema polític les autoritats en funció de si aquestes són sensibles a les reivindicacions i els interessos dels membres d'un sistema polític o si consideren la política un assumpte massa complicat per a ells, de manera que no hi puguin participar eficaçment (Hay, 2007; Stoker, 2006).

Comencem analitzant les nostres mesures de suport difús i suport específic per veure si són empíricament identificables com a mesures separades. Per avaluar empíricament la distinció entre suport difús i suport específic, analitzarem la dimensionalitat dels elements individuals tant a Espanya com als Estats Units mitjançant una anàlisi de components principals. Aquests resultats es visualitzen a les taules 1a i 1b.

Com podem veure, el suport difús i el suport específic són, empíricament, actituds diferents identificables, i aquesta distinció es manté tant en el sistema polític d'Espanya com en el dels Estats Units. La coherència d'aquests elements en tots dos sistemes augmenta la nostra confiança en la validesa de les dues dimensions del suport. En cada cas, aquestes dues dimensions representen més del 60% de la variància, la qual cosa indica que les dimensions específiques i difuses encaixen bé en les dades.

Aquests elements es van resumir en dues escales additives. Els tres elements de l'escala de suport específic es van graduar originàriament d'1 a 5, en termes de mostrar acord amb l'afirmació. Les opcions disponibles per a les persones enquestades oscil·laven entre “totalment d'acord” i “totalment en desacord”. L'escala additiva va donar per resultat un índex de 3 a 15. Els elements que constitueixen l'índex de suport es van graduar en una escala de 0 a 10, la qual cosa indica nivells més alts de confiança. L'escala de suport difús va de 0 a 30. Les dimensions de les escales es resumeixen en la taula 2.

TAULA 1a: DIMENSIONALITAT DEL SUPORT POLÍTIC (EUA)

	Suport difús	Suport específic
Confiança en el Govern central	0,872	-0,12
Confiança en els partits polítics	0,852	-0,145
Confiança en l'Administració local	0,826	-0,084
Sensibilitat de les autoritats	-0,317	0,697
Complexitat de la política	0,098	0,665
Predomini dels interessos de l'elit	-0,183	0,683
% total de variància	38,528	23,97
Valors propis	2,312	1,438

Nota: els resultats són una solució rotada varimax.

TAULA 1b: DIMENSIONALITAT DEL SUPORT POLÍTIC (ESPANYA)

	Suport difús	Suport específic
Confiança en el Govern central	0,829	0,126
Confiança en els partits polítics	0,802	0,243
Confiança en l'Administració local	0,818	0,003
Sensibilitat de les autoritats	0,298	0,698
Complexitat de la política	-0,151	0,76
Predomini dels interessos de l'elit	0,264	0,755
% total de variància	36,342	28,498
Valors propis	2,181	1,71

Nota: els resultats són una solució rotada varimax.

TAULA 2: SUPORT ESPECÍFIC I DIFÚS

	País	Mitjana	Desviació estàndard	N
<b>Suport específic</b>	Estats Units	9,0137	2,62616	583
	Espanya	7,1881	2,66153	3.464
<b>Suport difús</b>	Estats Units	13,4897	6,50796	582
	Espanya	12,9019	6,12474	3.440

Tant a Espanya com als Estats Units, la mitjana és per sota del punt mitjà de l'escala de suport difús, la qual cosa indica que el suport general sol ser baix en totes dues dimensions. Aquest és sobretot el cas a Espanya i especialment referent al suport específic. Fora d'això, les distribucions són molt similars, atesa la gran similitud de les xifres de desviació estàndard.

### Internet i participació

Un dels problemes plantejats en la literatura sobre la desafecció i el suport polític és que els creixents nivells d'insatisfacció o desencantament començaran a erosionar la vitalitat dels sistemes polítics democràtics a mesura que disminueix el suport específic i s'atrofia el suport difús. Un indicador comú d'aquest descens és el nivell de participació política al llarg del temps. Per aquest motiu analitzem la relació entre el suport específic i el suport difús respecte de les diferents formes de participació política en línia i fora de línia així com dels diferents tipus d'ús que es fa d'Internet. En primer lloc, examinem les distribucions de les variables dependents. Ateses les limitacions de les dades, hi va haver lleugeres diferències en la codificació de les variables dependents entre els països. Per no perdre detall de les variables dependents en el conjunt de dades nord-americà, constatem aquestes diferències aquí i defensem la similitud entre els models, en lloc de fer una precisió comparativa. L'escala i la mitjana de les variables dependents per a totes dues mostres es presenten en la taula 3.

TAULA 3: **VARIABLES DEPENDENTS**

	País	Escala	Mitjana estàndard	Desviació	N
<b>Participació fora de línia</b>	Estats Units	0-5	0,9499	1,15988	599
	Espanya	0-5	0,7771	1,09389	3.633
<b>Participació en línia</b>	Estats Units	2-8	2,4057	1,01529	599
	Espanya	0-2	0,1137	0,38425	3.691
<b>Web 2.0</b>	Estats Units	2-10	2,3083	0,98058	600
	Espanya	0-1	0,1019	0,30256	3.705

Aquestes dades confirmen les conclusions que els nivells de participació política fora de línia generalment són baixos en tots dos països i especialment baixos a Espanya. En canvi, en considerar les diferències pel que fa a l'accés a Internet, les xifres per a la participació en línia i participació política via web 2.0 són similars. Algunes de les formes més comunes de participació fora de línia tant a Espanya com als Estats Units (dades no disponibles aquí) consisteixen a donar diners a una campanya o redactar i signar una petició, i això es fa en totes dues mostres gairebé en la mateixa mesura. Malgrat això, contactar amb les autoritats polítiques és molt més comú als Estats Units que a Espanya (26,4% -7,4%), mentre que els membres del sistema polític espanyol presenten una tendència molt més marcada que els del sistema nord-americà a manifestar-se (12,8% -2%). Per tant, en la mostra nord-americana hi ha alguns indicis d'una preferència per accions individualitzades fora de línia, en lloc d'estratègies col·lectives de protesta, com per exemple una manifestació. Respecte de la participació en línia i via web 2.0 (comentaris en línia), arribem a la conclusió que la resposta modal (no disponible aquí) és, abans que res, la no-participació, la qual cosa indica que algunes formes de participació fora de línia continuen tenint una presència molt més estesa que la participació en línia.

Per entendre la relació entre el suport polític i la participació política, utilitzem una sèrie d'anàlisis de regressió. En els primers cinc models, vam seleccionar una regressió ordinal per representar la distribució no normal de les variables dependents i per facilitar l'ús de variables categòriques. Atès que la variable dependent de la web 2.0 és dicotòmica en les dades espanyoles, ens servim d'una regressió logística binària per estimar-ne els predictors. Com que en cada un dels models de regressió ordinal la distribució de la variable dependent presenta una forta tendència cap a l'extrem inferior, s'utilitza una funció d'enllaç *log-log* en el càlcul del model. Entre les variables explicatives figuren les escales de suport difús i suport específic. Incloem variables que mesuren tres tipus d'ús d'Internet: la freqüència amb què la persona enquestada fa servir Internet per buscar informació política; l'ús que en fa d'Internet per fer transaccions financeres, incloent-hi la compra de productes i banca electrònica, i la navegació personal per Internet, és a dir, l'ús d'Internet per buscar informació d'interès personal

o per viatjar pel ciberespai sense destinació concreta. D'aquesta manera, obtenim una diversitat representativa d'activitats en línia entre lleure, consum i navegació personal i recreativa per la xarxa. A més, hi incloem la identificació partidista com a variable categòrica, ja que el desalineament partidista s'ha vinculat amb un baix suport polític (Dalton i Wattenberg, 2000). Es van ometre les categories de gènere i raça/ètnia perquè va resultar que no tenien cap importància.

Començarem per considerar els casos de manera independent. En el cas nord-americà, la participació fora de línia correspon generalment a les expectatives: l'educació i l'edat determinen positivament i en gran manera la participació fora de línia. No obstant això, els ingressos no són una variable explicativa en cap dels models nord-americans. Això pot reflectir diferències significatives entre la participació política electoral i la no electoral. La lectura en línia de notícies polítiques és una variable explicativa positiva de la participació fora de línia i pot ser un indicador dels nivells d'interès polític. Tanmateix, hi ha altres formes d'ús d'Internet que no tenen relació amb el compromís polític d'una persona. A més, concloem que la identificació amb el Partit Demòcrata permet pronosticar la participació fora de línia, mentre que cap dels altres partits no s'associa amb la participació fora de línia o en línia en la mostra nord-americana. D'altra banda, el suport difús està inversament relacionat amb la participació fora de línia. Aquesta conclusió indica que la manca de confiança en les institucions governamentals no impedeix que les persones enquestades interactuïn en contra o a favor d'aquestes institucions; al contrari, els qui no tenen confiança en les institucions polítiques presenten una tendència lleugerament més alta a la participació. De manera similar, el suport específic a les autoritats governamentals no té cap relació amb la participació fora de línia. Això suggereix no només que la percepció generalitzada de la complexitat de la política i la sensibilitat de les autoritats són independents de la participació, sinó també que els que tenen menys confiança en les institucions polítiques presenten més tendència a la participació.

Pel que fa a la participació en línia, arribem a la conclusió que no està relacionada en absolut amb la identificació partidista i que tampoc no té relació amb el suport difús o específic, la qual cosa suggereix que la manca

TAULA 4: SUPORT POLÍTIC, ÚS D'INTERNET I PARTICIPACIÓ

	Estats Units			Espanya		
	Fora de línia	En línia	Web 2.0	Fora de línia	En línia	Web 2.0
	Càlcul (Error est.)	Càlcul (Error est.)	Càlcul (Error est.)	Càlcul (Error est.)	Càlcul (Error est.)	Càlcul (Error est.)
Constant	-	-	-	-	-	-2,846 (0,892)**
Id. partidista <sup>10</sup>	(República/PP)	0,322 (0,280)	0,478 (0,500)	-0,289 (0,487)	-0,024 (0,268)	-1,177 (0,362)**
		0,610 (0,557)				
(Demòcrata/PSOE)	0,611 (0,289)*	0,486 (0,292)	0,404 (0,474)	-0,252 (0,268)	-0,916 (0,348)**	0,356 (0,554)
(Independent/IU)	0,360 (0,288)	0,481 (0,422)	0,312 (0,472)	0,258 (0,283)	-0,658 (0,382)	0,605 (0,590)
Suport difús	-0,029 (0,012)*	-0,034 (0,020)	-0,005 (0,022)	0,009 (0,009)	0,040 (0,016)**	-0,001 (0,018)
Suport específic	0,034 (0,030)	0,009 (0,048)	0,030 (0,058)	0,068 (0,020)**	0,008 (0,067)	0,068 (0,040)
Lectura en línia de notícies polítiques	0,122 (0,018)***	0,161 (0,024)***	0,146 (0,025)***	0,100 (0,030)**	0,239 (0,049)***	0,326 (0,059)***
Transaccions monetàries en línia	-0,067 (0,109)	0,404 (0,199)*	0,034 (0,204)	0,084 (0,062)	0,235 (0,101)*	0,172 (0,119)
Navegació personal	0,012 (0,096)	0,085 (0,160)	0,450 (0,210)*	0,017 (0,095)	0,522 (0,183)**	711 (0,218)**
Edat	0,234 (0,058)***	0,345 (0,097)***	0,104 (0,100)	0,109 (0,041)**	0,177 (0,066)**	-0,314 (0,088)**
Educació	0,223 (0,053)***	0,288 (0,090)**	-0,004 (0,089)	0,096 (0,039)*	0,343 (0,077)***	0,121 (0,079)
Ingressos	-0,015 (0,038)	-0,035 (0,063)	-0,057 (0,069)	-0,003 (0,031)	0,117 (0,050)*	0,103 (0,060)
	Cox & Snell: 0,281	Cox & Snell: 0,194	Cox & Snell: 0,115	Cox & Snell: 0,107	Cox & Snell: 0,190	Cox & Snell: 0,160
	Nagerlink: 0,232	Nagerlink: 0,236	Nagerlink: 0,152	Nagerlink: 0,112	Nagerlink: 0,253	Nagerlink: 0,234

Notes: els primers cinc casos representen regressions ordinals; l'últim cas és un model de regressió logística binària.

\*\*\*p < 0,001; \*\*p < 0,01; \*p < 0,05

de suport al sistema polític no contribueix al descens de la participació en línia. Aquesta és una dada força sorprenent, atès l'èxit rotund de la campanya de Barack Obama en la recaptació de fons en línia. Un altre resultat és que l'edat i l'educació són variables explicatives positives, igual que el model fora de línia. Això suggereix que els que donen diners per a campanyes no només són patrocinadors joves que ho fan per primera vegada, sinó que més aviat tendeixen a ser més grans, encara que aquesta dada pot variar segons l'afiliació partidista, ja que vam constatar una diferència d'edat entre els seguidors d'Obama i els de McCain en la campanya en línia (Smi-

<sup>10</sup> La categoria de referència en tots dos casos és "altres partits". En els models espanyols, aquí només hi apareixen els tres partits més importants, tot i que el model inclou tots els partits.

th, 2008: 3-4), així com en funció de la campanya. L'educació també té una relació positiva amb la participació en línia, encara que no tant com amb la participació fora de línia. Tanmateix, les transaccions financeres en línia estan relacionades amb la participació en línia, la qual cosa suggereix que el comportament del consum també es reflecteix en el comportament polític: les persones que estan disposades a fer transaccions financeres en línia en un context comercial probablement tenen menys dubtes respecte de la seguretat, i aquesta seguretat es reflecteix en el context polític. En canvi, els qui fan servir Internet per satisfer els interessos personals –informació o passatemps– generalment no interactuen amb una organització política formal a través d'aquest mitjà.

Finalment, quan analitzem l'ús polític de la web 2.0, descobrim un perfil d'usuari lleugerament diferent. Com era d'esperar, aquests usuaris accedeixen sovint a la informació política des de la web, però també fan servir Internet per raons personals, busquen informació d'interès personal o naveguen pel ciberespai sense destinació concreta. Però són persones poc inclinades a comprar productes o a fer ús de la banca electrònica. Finalment, a diferència de la participació formal, l'edat i l'educació no són variables explicatives pel que fa a escriure comentaris en blocs i fòrums en línia. Això suggereix que, en comparació amb els que hi participen formalment en línia, els usuaris de la web 2.0 tenen un perfil més uniforme en les categories d'edat i educació, és a dir, són més joves i tenen una educació menys formal.

navegació per raons personals no tenen influència sobre la propensió participativa. A més, podem concloure que l'edat i l'educació, a diferència del seu, tenen una relació positiva amb la participació.

En el cas de la participació política en línia, la identificació amb els principals partits està inversament relacionada amb el fet de donar diners i signar peticions. Això pot reflectir les estratègies de mobilització i de recaptació de fons més recents i basades en la web d'aquests partits en contrast amb la Chunta Aragonesista, que representa un petit partit centrat en la mobilització via Internet. Això contrasta amb el cas nord-americà, en què ja hi ha una enorme quantitat de fons recaptats en línia, especialment durant la campanya de 2008 de Barack Obama, que va batre tots els rècords. El fet que els participants en línia també siguin consumidors freqüents d'informació política en línia dóna suport en certa mesura a la tesi de la mobilització cognitiva. Encara que el suport específic no té relació amb la participació en línia, el suport difús la hi té. Igual que els seus homòlegs nord-americans, els espanyols que fan transaccions financeres en línia són més propensos a participar en línia. No obstant això, els participants en línia a Espanya també tendeixen a ser usuaris més assidus d'Internet que els participants en línia als Estats Units, perquè solen navegar més per Internet per buscar informació o pel simple plaer de navegar. Finalment, els participants en línia espanyols presenten un perfil de participació tradicional, ja que solen ser de més edat i tenen una millor educació, a més d'uns ingressos més alts.

Finalment, el model de la web 2.0 espanyol s'assembla molt al model nord-americà. Els qui introdueixen comentaris en blocs i fòrums polítics en línia solen fer servir Internet com a passatemps i, amb freqüència, per buscar informació política. No obstant això, a Espanya aquest tipus d'usuari tendeix a ser més jove i es distingeix per tenir una educació una mica més elevada i uns ingressos majors, i, en termes generals, presenta el mateix perfil que els usuaris d'Internet tant a Espanya com als Estats Units. A més, a diferència dels participants via web 2.0 en la mostra nord-americana, també fan transaccions financeres en línia. A banda d'això, en contrast amb la participació en línia, relacionada inversament amb els principals partits, el fet de publicar comentaris no té relació amb la identi-

En les mostres espanyoles, els resultats són una mica diferents. Mentre que el suport específic s'associa a la participació fora de línia, no hi ha associació entre el suport difús i la participació fora de línia. Atès que la majoria dels elements de participació fora de línia en aquest índex impliquen interaccions amb representants polítics, el suport generalitzat a aquests representants és un ingredient essencial per a la participació espanyola. Això suggereix que, a diferència dels seus homòlegs nord-americans, les persones que tenen més confiança en la sensibilitat dels representants i en la seva capacitat d'afrontar la complexitat de la política tendeixen més a la participació. Respecte a l'ús d'Internet, la mostra espanyola reflecteix, igual que la nord-americana, que les transaccions financeres en línia i la



ficació partidista. L'ús de la web 2.0 a Espanya suggereix que hi pot haver una cultura diferent d'usuaris d'Internet a Espanya que els diferencia de la resta de la població, cosa que reflecteix un grup més jove, amb millor educació i fortament connectat a la xarxa, amb un comportament que queda especialment amplificat en la mostra espanyola a causa del desenvolupament tecnològic relativament desigual.

## Discussió

La qüestió central que planteja aquest document és la participació en línia dels políticament alienats. Es tracta aquest tema mitjançant tres preguntes: en primer lloc, quina és la relació entre el suport polític i la participació política en línia i fora de línia? En segon lloc, quin impacte té Internet sobre la igualtat participativa? I, finalment, fins a quin grau l'ús d'Internet està configurat per la cultura política? Aquesta investigació, sense esgotar el tema, serveix per orientar-nos en la cerca de respostes a aquestes preguntes. Tractem totes aquestes preguntes, una després de l'altra, abans de tornar a la qüestió central plantejada en el document.

La participació política i el suport polític tenen una relació complexa. Hem trobat una justificació empírica per fer la distinció entre el suport polític específic i el difús mesurats pel que fa a actituds individuals. Generalment, el suport polític i la participació política van separats: el suport polític té poc a veure amb la participació dels membres del sistema polític, especialment en una democràcia industrial avançada com els Estats Units. David Easton distingeix entre l'autoritat i la legitimitat i assenyalava que els membres d'un sistema polític poden tenir raons instrumentals per treballar amb les autoritats i el règim, encara que hi estiguin en desacord. Quan trobem una connexió entre el suport i la participació, els resultats són irregulars i es donen només en dos dels models espanyols. Això suggereix que hi pot haver elements particulars en les crides via web a Espanya per donar diners a la campanya o signar peticions que indiquen una major confiança en les institucions polítiques espanyoles, i que els participants fora de línia confien que les autoritats seran receptives i podran tenir una influència. Tanmateix, la participació via web 2.0 ofereix un contrapunt interessant. Atès que és una comunicació política que no té una institució o

autoritat política formal com a destinació directa d'interacció, la confiança en les institucions i en la sensibilitat de les autoritats polítiques així com la identificació partidista no tenen impacte sobre la participació en blocs o fòrums en línia ni en el cas espanyol ni en el dels Estats Units. Això suggereix que el potencial estructural d'Internet permet fluxos de comunicació política dins i fora de les institucions democràtiques liberals d'agregació d'interessos.

La segona pregunta qüestiona si s'està fent servir Internet per mobilitzar nous participants o si es reforcen els patrons de participació predominants. Sabem que l'estatus socioeconòmic és una de les variables explicatives més importants per a la participació política (Verba, Scholzman i Brady, 1995). La relació entre l'ús d'Internet i la participació política depèn en gran manera del tipus d'ús d'Internet. Sabem que les persones políticament compromeses fan servir Internet per mantenir-se informades sobre la política. També es defensa generalment que l'educació i l'edat són variables explicatives de pes per a la participació fora de línia i en línia tant a Espanya com als Estats Units. Això pot aportar un suport addicional a la tesi de mobilització cognitiva: els qui tenen una bona educació troben en línia fonts d'informació política més enllà dels canals partidistes. A més, la reducció dels costos d'informació política ha fet augmentar la probabilitat de la participació política (Tolbert i McNeal, 2003). En resum, aquests resultats poden donar suport a la tesi del reforç. No obstant això, concloem que, malgrat que la bretxa digital augmentaria la desigualtat de la participació en línia (Warschauer, 2003), l'edat, l'educació i els ingressos no permeten pronosticar la participació mitjançant comentaris en blocs o fòrums en línia –a banda del model espanyol, en què l'edat està inversament relacionada, cosa que indica més implicació política dels grups joves a través de la web 2.0. Això suggereix que certs espais en línia poden oferir un canal per a alguns membres de la comunitat política amb un compromís polític no gaire alt i que, generalment, en línia hi ha més igualtat política entre els participants que fora de línia. Això no significa que la participació en línia no creï les seves pròpies desigualtats, perquè els participants en línia representen un petit subgrup de la població tant a Espanya com als Estats Units. Tampoc totes les formes de participació en línia i fora de línia no tenen necessàriament el mateix pes o impliquen la



mateixa connexió amb el sistema polític. Aquest document no pretén fer una anàlisi detallada d'aquestes relacions.

Finalment, la comparació entre els casos espanyol i nord-americà ens proporciona un punt de referència per entendre millor la configuració cultural d'Internet i el paper que hi té en la configuració de la cultura. Aquí trobem proves per a tots dos fets. Tenint en compte que el procés de consolidació democràtica va deixar a Espanya un sistema polític relativament desmobilitzat, les mesures de la participació en línia i de la participació via web 2.0 revelen nivells lleugerament més baixos de participació a Espanya que als Estats Units, que tampoc no es distingeixen per la seva cultura participativa. Atès que a Espanya hi ha un nivell més baix d'accés a Internet, aquests resultats són similars entre tots dos països. Quant a la configuració cultural de la participació formal en línia, el suport polític difús compleix una funció explicativa en el cas espanyol, però no en el dels Estats Units. Això indica que la confiança institucional té un paper més important en la participació en línia a Espanya que als Estats Units. En altres investigacions es podria plantejar la qüestió de si la confiança en les institucions també serveix d'indicador per a la confiança en altres objectes, com ara la seguretat a Internet. Alhora, les percepcions de la seguretat a Internet tenen un paper similar en pronosticar la participació en línia a tots dos països, i indiquen que el potencial estructural per facilitar transaccions financeres pot configurar les pràctiques en línia. En el cas nord-americà, aquesta confiança es diferencia entre institucions polítiques i la seguretat d'Internet. També trobem l'evidència que Internet configura la participació política. L'ús d'Internet per a altres activitats està estretament relacionat amb la participació en línia i la participació via web 2.0, especialment a Espanya. Totes dues mostres reflecteixen que les transaccions comercials en línia permeten pronosticar la participació en línia, un índex que inclou, entre altres aspectes, donacions a campanyes en línia. Finalment, concloem que, encara que no hi ha relació entre la informació no política en línia i la participació fora de línia, els que fan servir amb més freqüència Internet també tendeixen a participar políticament, i aquesta afirmació és vàlida en tots dos casos.

La participació en línia té lloc sense interacció amb institucions polítiques formals i autoritats polítiques i, com altres formes de participació política, generalment té escassa relació amb els nivells de suport polític. Per tant, aquests resultats recolzen observacions anteriors en el sentit que baixos nivells de suport a les institucions del règim i a les autoritats governamentals no són indicis d'una erosió general de la democràcia (Klingemann, 1999; Dalton, 2004: 78). Tanmateix, també constitueixen un cert repte per a les explicacions de la participació política basades en el capital social i la confiança (Putnam, 2000), que suggereixen com a solució per al problema actual de la democràcia “omplir” les reserves de capital social i de confiança mútua en les institucions formals del govern democràtic” (Bang, 2008: 7-8). Segons la nostra opinió, la participació política generalment no té a veure amb la confiança, sinó amb l'acció conjunta amb institucions i autoritats polítiques o contra aquestes, almenys en sistemes “altament moderns” o “moderns tardans” com el dels Estats Units. Aquesta conclusió també és significativa perquè trenca les maneres tradicionals d'entendre la política, i suggereix la possibilitat que la participació no només es refereixi a oposició i legitimació. Hi ha una altra cara de la participació política vinculada a la consecució d'objectius polítics concrets en la part d'*output* del sistema polític (Bang i Esmark, 2009).

La conclusió que la desafeció política generalment no impedeix la participació política no significa necessàriament que “la bona notícia és (...) que les males notícies són incorrectes” (Dalton, 2008: 3). Gerry Stoker sosté que un dels factors essencials que hi ha darrere del descens de la participació és la complexitat de la política, ja que, a la pràctica, dels governs s'està passant a un procés de governança que implica una diversitat d'actors polítics dins i fora de les institucions governamentals (2006: 67). Les dades que presentem aquí se centren en nombroses formes de participació, utilitzades per subconjunts no representatius de la comunitat política i que es desenvolupen fora de les pràctiques agregatives de les institucions liberals. Calen més estudis per identificar la naturalesa d'aquests canvis en el funcionament de sistemes polítics moderns i les conseqüències que tenen per a les concepcions tradicionals de participació, igualtat i responsabilitat.

Atès que la nostra política es dispersa per una gamma més àmplia de fluxos desconnectats de comunicació en línia i fora de línia, aquests reptes i oportunitats adquireixen més importància al llarg del temps. Les eleccions presidencials de 2008 als Estats Units van demostrar el potencial dels mecanismes en línia per connectar la campanya de Barack Obama amb una gran part de l'electorat més jove, el grup d'edat que de manera evident li va donar suport amb més força. Això ha estat possible gràcies a una estructura organitzativa de campanya basada en una comunitat organitzadora i no en el tradicional model de control centralitzat de la política partidista (Michels, 1999). Una restricció excessiva del flux d'aportacions per les institucions polítiques formals pot implicar un descens del suport polític i, alhora, traslladar la participació a altres canals i arenes. La diversitat de les arenes en línia ofereix espais tant per a la política institucional com per a la extrainstitucional. Mentre que els que són actius políticament fora de línia també solen fer servir espais en línia com a canal per a la participació, d'altres poden ser més selectius i optar per canals més oberts. Això pot ser especialment si els canals de comunicació de les institucions polítiques no estan ben connectats amb l'organització social de la vida en el sistema polític. Internet es pot fer servir per crear noves formes d'organització política, a part de les institucions tradicionals, que funcionen gràcies a una lògica comunicativa basada en xarxa, i no a una lògica d'agregació d'interessos. No obstant això, l'estructura descentralitzada d'Internet també pot ser una plataforma viable per donar suport i possibilitar formes descentralitzades i pluralistes d'organització política (Castells, 2006), que serveixen per reconnectar la gent desencantada amb les institucions d'agregació d'interessos del sistema polític.

## Referències bibliogràfiques

- “Rajoy te Llama al móvil”. ABC. 2 de febrer de 2008. Disponible a: [[http://www.abc.es/hemeroteca/historico-02-02-2008/abc/Nacional/rajoy-te-llama-al-movil\\_1641607727135.html](http://www.abc.es/hemeroteca/historico-02-02-2008/abc/Nacional/rajoy-te-llama-al-movil_1641607727135.html)].
- ALBRIGHT, Jeremy J. “Partisans or Independents? Evidence for Campaign Targets from Elite Interviews in Spain”. *Electoral Studies*, 27 (2008), p. 711-722.

- “Does Political Knowledge Erode Party Attachments? A Review of the Cognitive Mobilization Thesis”. *Electoral Politics*, 30 (2009), p. 1-13.
- ANSTEAD, Nick; CHADWICK, Andrew. “Parties, Elections, Campaigning, and the Internet: Toward a Comparative Institutional Approach”. *Routledge Handbook of Internet Politics*. Nova York i Londres: Routledge, 2009, p. 56-71.
- BANG, Henrik. “Among Everyday Makers and Expert Citizens”. *Peoples, Politics, and the Public Sphere*. Newman (ed.). Bristol, Regne Unit: The Policy Press, 2005, p. 159-178.
- “Critical Theory in a Swing: Politics and Policy as Two Unmediated Approaches to Political Consumerism”. *Governance, Consumers, and Citizens*. Bevir and Trentmen (ed.). Londres: Palgrave MacMillan, 2007.
- “Yes We Can: A New Change Oriented Approach to Politics and Policy”. Manuscrit no publicat, novembre de 2008.
- BANG, Henrik; ESMARK, Anders. “Good Governance in Network Society: Reconfiguring the Political from Politics to Policy”. *Administrative Theory and Praxis*, 31(1) (2009), p. 7-37.
- BECK, Ulrich. *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Ritter—Trans. Malden, MA: Polity Press, 1997.
- BENNETT, W. Lance. “The Uncivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics”. *PS: Political Science and Politics*, vol. 31, núm. 4 (desembre de 1998), p. 740-761.
- BEST, Samuel J.; KRUEGER, Brian S. “Analyzing the Representativeness of Online Political Participation”. *Political Behavior*, 27(2) (2005), p. 183-216.
- BIMBER, Bruce. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Nova York: Cambridge University Press, 2003.
- BUDGE, Ian. *The New Challenge of Direct Democracy*. Malden, MA: Polity, 1996.
- CASTELLS, Manuel. *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Castells and Cardoso (ed.). Washington, DC: Center for Transatlantic Relations, 2006.
- “Communication, Power, and Counter-power in the Network Society”. *International Journal of Communication*, 1(1) (2007), p. 238-266.
- *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

- CHADWICK, Andrew. *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*. Nova York: Oxford University Press, 2006.
- "Web 2.0: New Challenges for E-Democracy in an Era of Informational Exuberance". *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 5(1) (2009), p. 1-32.
- CITRIN, Jack [et al.]. "Personal and Political Sources of Political Alienation". *British Journal of Political Science*, 5(1) (1975), p. 1-31.
- CROZIER, Michel. "Recursive Governance: Contemporary Political Communication and Public Policy". *Political Communication*, 24(1) (2007), p. 1-18.
- CROZIER, Michel; HUNTINGTON, Samuel; WATANUKI, Joji. *The Crisis of Democracy: Report of the Governability of Democracies to the Trilateral Commission*. Nova York: New York University Press, 1975.
- DALTON, Russell J. "Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies". *Journal of Politics*, 46 (1984), p. 264-284.
- *Democratic Choices, Democratic Challenges: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*. Nova York: Oxford University Press, 2004.
  - "Partisan Mobilization, Cognitive Mobilization and the Changing American Electorate". *Electoral Studies*, 26 (2007), p. 274-286.
  - *The Good Citizen: How a Younger Generation is Reshaping American Politics*. Washington, DC: CQ Press, 2008.
- DALTON, Russell J.; WATTENBERG, Martin P. "Partisan Change and Democratic Process". *A Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Nova York: Oxford University Press, 2002.
- DAVIS, Richard. *The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System*. Nova York: Oxford University Press, 1999.
- DENNIS, Jack. "Support for the Party System By the Mass Public". *American Political Science Review*, 60(3) (1966), p. 600-615.
- DILLMAN, Don. *Mail and Telephone Surveys: The Total Design Method*. Nova York: John Wiley and Sons, 1978.
- EASTON, David. *A Framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1965a.
- *A Framework for the Analysis of Political Life*. Chicago: University of Chicago Press, 1965b.
- "A Re-assessment of the Concept of Political Support". *British Journal of Political Science*, 5 (1975), p. 435-457.
- ELLIS, Charles; KROSNICK, John A. "Comparing Telephone and Face-to-Face Surveys in terms of Sample Representativeness". Abril de 1999 (escrit redactat per a ANES).
- FOWLER, Floyd J. *Survey Research Methods*. 3a edició. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2002.
- GIBSON, Rachel K.; LUSOLI, Wainer; WARD, Stephen. "Online Participation in the UK: A 'Contextualised' Model of Internet Effects". *The British Journal of Politics and International Relations*, 7(4) (2005), p. 561-583.
- GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self Identity*. Nova York: Cambridge University Press, 1991.
- HAJER, Maarten; WAGENAAR, Hendrick. *Deliberative Policy Analysis: Understanding Governance in the Network Society*. Nova York: Cambridge University Press, 2003.
- HAMMON, Kersten. "What Can Students Learn from the Spanish Case in Comparative Politics Courses?" *PS: Political Science and Politics*, 40(4) (2007), p. 707-710.
- HAMPTON, Keith. "Grieving for a Lost Network: Collective Action in a Wired Suburb". *The Information Society*, 19(5) (2003), p. 417-428.
- HARKNESS, J.; PENNELL, Beth-Ellen; SCHOUA-GLUSBERG, Alisú. "Survey Questionnaire Translation and Assessment". *Questionnaire Development Evaluation and Testing Methods*. Presser (ed.) [et al.]. Nova Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2004.
- HOWARD, Philip N. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. Nova York: Cambridge University Press, 2006.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodore W. *Dialectic of the Enlightenment*. Trans. Cumming. Nova York: Continuum, 1994 (1944).
- INGLEHART, Ronald. *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Countries*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997.
- "Postmodernization Erodes Respect for Authority but Increases Support for Democracy". NORRIS (ed.). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*. Nova York: Oxford University Press, 1999, p.

- 236-255.
- JENSEN, Jakob Linaa. "Minnesota E-democracy: Mobilizing the Mobilized?". OATES (ed.) [et al.]. *The Internet and Politics: Citizens, Voters, and Activists*. Nova York: Routledge, 2006, p. 39-58.
- JENSEN, Michael J.; DANZIGER, James N.; VENKATESH, Alladi. "Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics". *The Information Society*, 23(1) (2007), p. 39-50.
- KEEN, Andrew. "Obama's Medium is the Message McCain does not Want to Hear". *The Independent*. 22 de setembre de 2008 [http://www.independent.co.uk/news/media/online/andrew-keen-on-new-media-obamas-medium-is-the-message-mccain-does-not-want-to-hear-937460.html].
- KLINGEMANN, Hans Dieter. "Mapping Political Support in the 1990s: A Global Analysis". *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government*. Norris (ed.). Nova York: Oxford University Press, 1999.
- LARSON, Suzanne; PAYSTRUP, Patricia. "The Internet and Democracy: John McCain's New Approach to Politicking". *Communicating Politics: Engaging the Public in Democratic Life*. Nova York: Peter Lang, 2005, p. 175-188.
- LI, Yaojun; MARSH, David. "New Forms of Political Participation: Searching for Expert Citizens and Everyday Makers". *British Journal of Political Science*, 38 (2008), p. 247-272.
- LILLEKER, Darren G.; LEES-MARSHMENT, Jennifer. *Political Marketing: A Comparative Perspective*. LILLEKER; LEES-MARSHMENT (ed.). Nova York: Manchester University Press, 2005.
- LIN, Carolyn A. "Internet Effects". *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Bryant (ed.). Nova York: Taylor and Francis, 2008, p. 567-591.
- LITTLE, Adrian. *Democratic Piety: Complexity, Conflict and Violence*. Edimburg: Edinburgh University Press, 2008.
- MACEDO, Stephen [et al.]. *Democracy at Risk: How Political Choices Undermine Citizen Participation and What we can do About it*. Washington, DC: Brookings Institution Press, 2005.
- MARSH, David; O'TOOL, Therese; JONES, Su. *Young People and Politics in the UK: Apathy or Alienation*. Nova York: Palgrave, 2007.
- MCADAM, Douglas. "Culture and Social Movements". *Culture and Politics*. Crothers and Lockhart (ed.). Nova York: Macmillan, 2000, p. 253-268.
- MCDONOUGH, Peter; BARNES, Samuel; LÓPEZ PINA, Antonio. *The Cultural Dynamics of Democracy in Spain*. Ithaca: Cornell University Press, 1998.
- MCDONOUGH, Peter; SHIN, Doh C.; MOISÉS, José Álvaro. "Democratization and Participation: Comparing Spain, Brazil, and Korea". *Journal of Politics*, 60(4) (1998), p. 919-953.
- MICHELS, Robert. *Political Parties: A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 1999 (1915).
- MUHLBERGER, Peter. "Access, Skill and Motivation in Online Political Discussion: Testing Cyberrealism". *Democracy Online: The Prospects for Political Renewal Through the Internet*. Shane (ed.). Nova York: Routledge, 2004, p. 225-237.
- NORRIS, Pippa. *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Nova York: Cambridge University Press, 2002.
- O'BRIAN, Michael. "McCain Takes Twitter to the Senate Floor". *The Hill Briefing Room*. 3 de març de 2009 [http://briefingroom.thehill.com/2009/03/03/mccain-takes-twitter-to-the-senate-floor/].
- OWEN, Diana. "The Internet and Youth Civic Engagement in the United States". *The Internet and Politics: Citizens, Voters, and Activists*. Oates [et al.] (ed.). Nova York, NY: Routledge, 2006, p. 20-38.
- PREWORKSKI, Adam; TEUNE, Henry. *The Logic of Comparative Social Inquiry*. Nova York: John Wiley and Sons, 1970.
- PUTNAM, Robert D. "Bowling Alone." *Journal of Democracy*, vol. 6, (1995), núm. 1, p. 65-78.
- Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Nova York: Simon and Schuster, 2000.
- PUTNAM, Robert D. (ed.). *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Nova York: Oxford University Press, 2002.
- SMITH, Aaron. "Voter Engagement 2008". *Pew Internet and American Life Project*. 30 de desembre de 2008 [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2008/PIP\_Voter\_Engagement\_2008.pdf.pdf].
- STOKER, Gerry. *Why Politics Matters: Making Democracy Work*. Nova York: Palgrave, 2006.

- STOLLE, Dietlind; HOOGE, Marc. "Consumers as Political Participants? Shifts in Political Action Repertoires in Western Societies". *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*. Micheletti, Follesdal, and Stolle (ed.). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 2004, p. 265-288.
- TABELLINI, Guido. "Culture and institutions: Economic development in the regions of Europe". *CESinfo Working Paper*, núm. 1492 (2005).
- TOLBERT, Caroline J.; MCNEAL, Ramona S. "Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?". *Political Research Quarterly*, vol. 56 (2) (2003), p. 175-185.
- TORCAL, Mariano. "El Origen y la Evolución del Apoyo a la Democracia en España. La Construcción del Apoyo Incondicional en las Nuevas Democracias". *Revista Española de Ciencia Política*, 18 (2008), p. 29-65.
- TORCAL, Mariano; MONTERO, José Ramón. "Political Disaffection in Comparative Perspective". *Political Disaffection in Contemporary Democracies: Social Capital, Institutions, and Politics*. Torcal and Montero (ed.). Nova York: Routledge, 2006, p. 3-20.
- VAN DIJK, Jan. *The Network Society, Social Aspects of the New Media*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999.
- VERBA, Sidney; SCHLOZMAN, Kay; BRADY, Henry. *Voice and Equality: Civic Volunteerism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995.
- WARD, Stephen; GIBSON, Rachel. "European Political Organization and the Internet: Mobilization, Participation, and Change". *Routledge Handbook of Internet Politics*. Nova York i Londres: Routledge, 2009, p. 25-39.
- WARSCHAUER, Mark. *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. Cambridge, MA: MIT Press, 2003.
- WATTENBERG, Martin. *Where Have all the Voters Gone?* Cambridge: Harvard University Press, 2002.
- *Is Voting for Young People?* Nova York: Longman, 2007.

## 6 Avaluació de la mobilització per Internet. Integració de l'anàlisi web i les dades de sondeig

Camilo Cristancho  
Jorge Salcedo<sup>1</sup>

### Resum

El propòsit d'aquest article és repassar algunes teories clau de la mobilització política en un context d'Internet per tal d'avaluar els beneficis i les limitacions que es poden esperar de les peticions d'acció política que fan tant individus com organitzacions per mitjà de publicacions per correu electrònic i Internet. El potencial de la mobilització de masses i les implicacions de l'e-mobilització en la fragmentació s'avaluen a través de l'estudi del cas d'una convocatòria de protesta a Barcelona contra la decisió del Govern de seguir les polítiques del G-20 per afrontar la crisi financera. L'enfocament metodològic que es fa servir combina l'anàlisi de webs i els sondeigs de protestes per relacionar els trets individuals dels participants amb les fonts de mobilització. De la mateixa manera que en estudis anteriors, es comparteixen conclusions similars sobre els avantatges limitats d'Internet per generalitzar la mobilització malgrat el potencial que té de facilitar punts d'entrada d'informació sobre l'acció política o proporcionar als individus canals de difusió de baix cost que facin reenviar les peticions. Finalment, s'identifica un paper decisiu de les xarxes socials a l'hora de reduir el risc de fragmentació del ciberespai com a part dels seus esforços mobilitzadors.

<sup>1</sup> Agraïm especialment els comentaris d'Eva Anduiza i de l'equip de Polnet sobre aquest text i el permís de fer servir les dades del sondeig, també agraïm a Rachel Gibson els seus comentaris sobre el primer esborrany.



## Introducció

La mobilització ha estat qualificada com un factor determinant de la participació política en les recerques principals sobre política ciutadana (Rosenstone i Hansen, 1993; Verba, Schlozman i Brady, 1995). Tenint en compte que implica processos diferents basats en intercanvis comunicatius per posar-se en contacte amb els individus objectius per demanar, informar i motivar una acció política, es pretén avaluar els resultats esperats i les limitacions dels usos polítics d'Internet a l'hora d'intensificar aquestes pràctiques. Interessen especialment les expectatives de superar les limitacions existents en la comunicació perquè es considera Internet un mitjà de comunicació obert. Això té dues implicacions: la possibilitat d'arribar a un volum més gran d'individus i la superació de les fronteres polítiques de les xarxes homogènies. Com que l'esfera pública afronta nous riscos de fragmentació per l'ús d'Internet i altres mitjans de gran qualitat (Sunstein, 2002 i 2007), s'espera que els agents mobilitzadors desenvolupin un paper important en relacionar postures confrontades en les seves tasques de mobilització com a forma de promoure informació sobre un tema en concret com a component vital de la presa de decisió democràtica.

Per valorar aquestes possibilitats per a la mobilització distribuïda de masses que aporta l'ús d'Internet, s'examinen els resultats d'una convocatòria de protesta a Barcelona contra la decisió del Govern de seguir les polítiques del G-20 per afrontar la crisi econòmica. A partir de l'estudi d'aquest cas s'espera identificar noves direccions per expandir la teoria clau sobre la mobilització per Internet i incorporar el debat sobre la fragmentació en la informació política com a component inherent de la mobilització per Internet. Es continua amb l'explicació de les hipòtesis principals, els seus apuntaments teòrics i una breu justificació de la importància normativa. En la segona part, es presenta l'enfocament metodològic i es parla de les limitacions que s'han trobat a l'hora de combinar la recerca preliminar a partir de sondeigs sobre la protesta amb l'anàlisi de xarxes i en especial amb les dades disponibles limitades. Finalment, es presenten alguns re-

sultats preliminars sobre les possibilitats d'una recerca futura basada en models de regressió logística binaris que expliquin els diferents canals de difusió i mobilització i en l'estadística descriptiva i l'anàlisi topogràfica que facilita un suport empíric per determinar les pràctiques en xarxa.

## 1. Internet en la mobilització de les masses

Si la mobilització s'ha d'avaluar mitjançant criteris d'eficiència, l'èxit es pot mesurar per la proporció d'individus que responen a una petició determinada de participació política. És en aquesta perspectiva que el rendiment de les pràctiques de mobilització depèn de la distribució dels recursos en el lliurament dels missatges de petició per maximitzar les respostes d'acció individuals en un marc de recursos escassos. Diversos autors han avaluat les estratègies de mobilització i han trobat que les organitzacions polítiques optimitzen els seus esforços amb una *prospecció racional* per tal d'obtenir els millors resultats de la seva inversió posant-se en contacte amb persones que tenen moltes possibilitats de tenir el comportament desitjat (Brady, 1999; Rosenstone, 1993). Per tant, els esforços de mobilització s'han centrat a posar-se en contacte amb persones motivades políticament i amb molts recursos, que tenen una alta probabilitat de participació, i amb aquelles que pertanyen a associacions o que han demostrat prèviament una predisposició per a l'acció.

Considerar l'ús d'Internet com una comunicació oberta implica eliminar les limitacions de recursos per a les activitats de mobilització de les associacions polítiques facilitant canals per a la interacció de baix cost. En disminuir les barreres de la mobilització de masses, s'augmenta l'esperança que Internet aporti importants transformacions en la participació política. No obstant això, la comunicació oberta ha aportat noves restriccions a l'expressió i als missatges personals. Com que la publicació i l'emissió dels canals de missatges s'obre a la publicitat, apareixen noves restriccions a causa de les limitacions d'atenció o les normes culturals que emergeixen

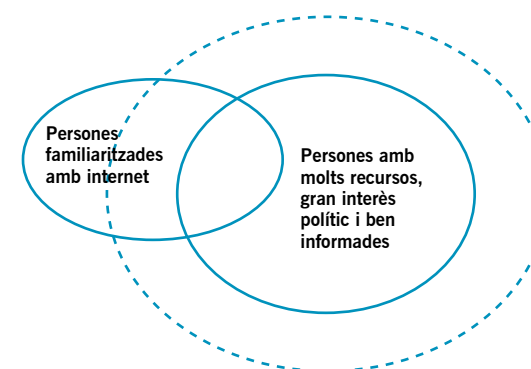
per protegir les persones de la sobrecàrrega d'informació de correus electrònics no sol·licitats (Krueger, 2006). Tenint en compte aquestes limitacions, es podria esperar que l'ús d'Internet per a la mobilització es limités a l'establiment de vincles de comunicació entre, d'una banda, individus que reben correus electrònics de remitents coneguts i, de l'altra, individus que segueixen la informació donada per intermediaris de confiança, que proporcionen tradicionalment filtres d'atenció en la gran quantitat d'informació a Internet i la sobrecàrrega de peticions. El poder d'Internet per anunciar-se o convertir-se en una "porta per a l'activisme" gràcies al fet de facilitar diversos punts d'entrada múltiples a espais compartits per a l'acció política coordinada (Pickerill, 2003) dependria de l'acció de la mobilització política a través de xarxes establertes o de la propensió dels individus i de les organitzacions a envair els límits dels vincles de confiança per expandir els seus missatges polítics fora dels límits de la xarxa entrellaçada. Això vol dir que, encara que hi hagi punts d'entrada, l'atenció de les persones s'ha de captar a través de vehicles efectius de mobilització o per l'interès de les persones que busquen deliberadament oportunitats polítiques per a l'acció en fonts d'Internet reconegudes.

Com que es vol avaluar la viabilitat de la mobilització de masses per Internet, s'han de buscar les diferències entre els factors que expliquen els diversos canals de mobilització a través dels quals els individus reben les invitacions i aquells canals que fan servir per convidar altres persones a prendre part en la protesta. Si la probabilitat de rebre un correu electrònic de mobilització o d'informar-se per mitjà d'Internet s'expliqués pels mateixos factors que els del cara a cara o de la mobilització mediàtica, es confirmaria que l'impacte dels canals d'Internet és mínim. S'estan comparant els canals de mobilització alternatius en línia amb els fora de línia entre els usuaris d'Internet per avaluar el potencial de l'ús d'Internet a l'hora d'expandir les possibilitats de mobilització a altres persones que no siguin el conjunt de persones riques en recursos, interessades en la política, molt informades o amb qui s'ha contactat amb anterioritat.

Per qüestionar la capacitat de la mobilització en línia de masses s'hauria d'avaluar si els esforços de mobilització s'adrecen al mateix tipus d'individus que es mobilitzen pels mitjans fora de línia segons la lògica de la prospecció racional. Tot i que no cal optimitzar els esforços de mobilització i, per tant, no s'esperaria cap exploració deliberada en la mobilització en línia, s'avaluarà si els individus que reben peticions per Internet reproduïen els perfils d'individus amb molts recursos i altament motivats que es trien racionalment per maximitzar els esforços de mobilització. Es podria esperar aquest efecte per l'existència d'una correlació positiva entre l'ús d'Internet i el fet ser una persona amb molts recursos i altament motivada que fa servir Internet per recollir informació política. *La mobilització online es presenta en el mateix tipus de persones que són mobilitzades per pràctiques off-line.*

Si es valida aquesta hipòtesi, l'impacte de la mobilització a Internet consistiria principalment a oferir un nou canal alternatiu a aquelles persones familiaritzades amb Internet que ja utilitzen aquesta eina com a font d'informació política (figura 1). El conjunt format per la intersecció de les persones amb molts recursos, gran interès polític i ben informades i l'univers de les persones familiaritzades amb Internet formaria l'àrea en la qual s'espera que tingui lloc l'e-mobilització en primer lloc.

FIGURA 1: L'UNIVERS DE LA MOBILITZACIÓ I L'ÚS D'INTERNET





Es podria esperar que aquest petit univers s'ampliés a un conjunt més gran format pels usuaris d'Internet que poden tenir alguna motivació política o menys disponibilitat de recursos per a l'acció política, però que encara es poden contactar a través de la difusió de la informació política i de les invitacions a l'acció (la línia de punts de la figura 1). L'ús d'Internet seria cabdal a l'hora de facilitar comunicacions de baix cost per adreçar-se als individus amb una probabilitat de participació baixa que poden no respondre positivament a les peticions. Com que s'espera que l'ús del correu electrònic per al màrqueting massiu no sigui productiu per la connotació intrusiva del correu brossa (Krueger, 2006), els esforços de mobilització necessitarien tècniques de màrqueting viral.<sup>2</sup> La limitació de les comunicacions obertes a causa de la preocupació per la violació de la intimitat deixa com a única oportunitat l'ús de la mobilització per Internet als canals establerts formats per vincles de consentiment exprés per a la transmissió de la informació. Això reduiria l'objectiu de l'e-mobilització als individus amb qui es pot contactar a través de les seves xarxes d'associació **(2)** o a aquells que hi han participat en el passat i als quals es pot accedir mitjançant canals prèviament establerts **(3)**. S'espera descobrir que aquests factors no tenen un poder explicatiu de les oportunitats de rebre missatges per correu electrònic i confirmar la baixa probabilitat de la mobilització de masses per Internet.

No obstant això, els correus no sol·licitats es poden entendre com aquells missatges rebuts de fonts de les quals no s'esperava cap comunicació sobre un tema en concret, encara que siguin missatges amb una adreça vàlida, cosa que els diferenciaria del correu brossa. Tant organitzacions com individus coneguts amb qui s'ha establert un contacte previ sobre altres assumptes poden reenviar peticions o informació política sense petició o autorització deliberada. Per això, tot i que el correu brossa es rebutja, els correus no sol·licitats entre xarxes de remitents identificats podrien ser un canal vàlid per a la mobilització per Internet. El factor diferenciador de

l'ús d'un correu no sol·licitat com a canal de mobilització és la preocupació per la responsabilitat dels actors mobilitzadors. Arreu del món la legislació sobre el correu brossa inclou l'obligació del remitent d'identificar-se i de donar instruccions al receptor per donar-se'n de baixa, una obligació que incumbeix també les organitzacions polítiques, però que no vigila amb eficàcia les persones que confien només en inquietuds socials per reenviar un petit nombre de peticions o missatges. Això inclou continguts que informen sobre actes en concret i altres possibilitats de passar a l'acció, continguts que formulen la mobilització tant amb referències com amb arguments de primera qualitat sobre el tema, però que poden fins i tot implicar *hoaxes*<sup>3</sup> Una alta proporció de correus de mobilització no sol·licitats entre els participants de les protestes demostraria l'establiment de l'existència d'un màrqueting polític viral.

La difusió dels missatges polítics és una funció de mobilització bàsica en el context d'Internet, a causa dels costos distribuïts i del potencial de la xarxa, a més del fet que la mobilització per correu electrònic es pot considerar com una forma de participació de baixa intensitat per si mateixa. Si cada individu té la possibilitat de reenviar fàcilment els missatges entre els seus contactes i expandir així els esforços dels actors mobilitzadors, comprendre aquest nivell de pràctica mobilitzadora individual és vital per avaluar l'impacte d'Internet en la participació a partir de dues perspectives diferents: els efectes de la comunicació de masses i la detecció del risc de fragmentació de l'esfera pública associat als mitjans de gran qualitat. Es duu a terme aquesta tasca en l'apartat que tracta sobre la mobilització i les xarxes heterogènies.

Els efectes associatius sobre els esforços de mobilització són la preocupació central tenint en compte el paper de les organitzacions polítiques en el desenvolupament de l'esfera pública d'Internet. La presència en línia de les associacions polítiques ha ampliat teòricament les oportunitats de crear

<sup>2</sup> Com que el 86% dels enquestats en un estudi sobre els usuaris d'Internet a Espanya va respondre que els spammers s'haurien de prohibir i incloure en una llista (10a enquesta AMIC a usuaris d'Internet 2008, p. 70 i 71), l'alternativa és recórrer a la propagació de missatges entre les fonts familiars.

<sup>3</sup> Cadenes de missatges que contenen normalment un tipus de comunicació que amenaça o que induïx el receptor a reenviar els missatges; la majoria d'aquests missatges són trampes per obtenir les adreces de correu electrònic o per expandir algunes comunicacions com un virus. <http://www.marketingterms.com> (25/04/2009).

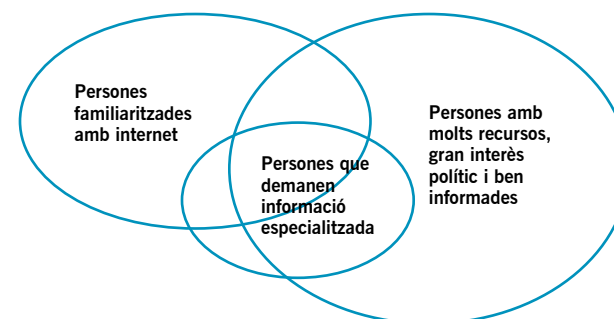
vincles amb els seus membres i amb una cohort de persones interessades a obtenir informació sobre un tema en concret i que exigeixen informació política en donar-se d'alta en llistes de correu, butlletins electrònics i magazins electrònics.<sup>4</sup> En aquest context, els esforços mobilitzadors es poden veure com un procés de dos passos que porta les persones a un univers de participació latent que es desenvolupa en les xarxes associatives gràcies al fet que mantenen alts nivells de consciència sobre el desenvolupament dels afers i les possibilitats de passar a l'acció, així com el procés final d'encoratjament i la coordinació amb aquest públic atent.

La qüestió sobre com les peticions d'acció política circulen entre organitzacions i individus es pot ampliar en aquest context examinant la preocupació sobre com es formen les xarxes per tal que aquest tipus concret de comunicacions circulin en el futur. Això implica un canvi en la comprensió de les pràctiques mobilitzadores, ja que formen les xarxes que es converteixen en l'espai de mobilitzacions futures. S'espera confirmar la immediatesa d'ambdós vincles tal com afirma Krueger: "Si la mobilització en línia requereix generalment que les persones actuïn primer facilitant l'adreça de correu electrònic, aleshores la probabilitat de rebre un contacte polític en línia es relaciona estretament amb la probabilitat de facilitar aquesta adreça de correu electrònic inicial" (Krueger, 2006, p. 764). Podria ser útil separar la mobilització en dues funcions complementàries: el contacte i la petició.<sup>5</sup> Tot i que aquesta última funció sembla ser el factor rellevant a l'hora d'encoratjar la participació, el contacte inicial podria resultar essencial per construir els nexes d'Internet per a l'organització de la proesa definitiva. El contacte inicial entre els actors mobilitzadors i les persones s'estableix en relació amb temes concrets que faciliten la concurrència de l'atenció en el flux d'informació de la comunicació per Internet. Es pot

donar per mitjà de canals diferents i d'iniciatives que provenen d'ambdós actors: les organitzacions que fan peticions o que promouen l'associació, així com les persones que aconsegueixen informació per correu electrònic, visites a pàgines webs, propaganda fora de línia o una combinació d'aquests canals, que finalment estableixen espais d'atenció per seguir les decisions i les oportunitats de participació o per conèixer simplement les inquietuds polítiques comunes.

Es pot veure aquest espai com un univers format per persones conscienciades que es donen d'alta per rebre comunicacions electròniques d'organitzacions polítiques —un subconjunt definit per la subscripció a llistes de correu electrònic com a forma d'associació de baixa intensitat— i per aquells individus que busquen temes perquè els interessa seguir l'activitat política o rebre orientació sobre les possibilitats d'actuar (figura 2). La intersecció és el conjunt de participació d'alta probabilitat (persones amb molts recursos, interessades en política, informades i actives en associacions) format principalment pels membres que se subscriuen als canals de comunicació de les seves organitzacions, però s'espera que una altra part en quedi fora, ja que està formada per individus amb menys interessos polítics, recursos personals i vincles organitzatius, però que aprofiten les comunicacions de baix cost tant per mantenir-se informats com per establir vincles dèbils amb organitzacions conscienciades en diversos assumptes que proporcionen informació especialitzada per a l'acció esporàdica.

FIGURA 2: L'UNIVERS DELS CONSCIENCIATS



<sup>4</sup> Els magazins electrònics varien de dimensions i d'objectiu, van des de butlletins d'informació irregulars que arriben a un grapat de subscriptors fins a diaris quotidians que arriben a milers de subscriptors. Alguns magazins electrònics no tenen ànim de lucre, i d'altres se n'obté un gran profit. Alguns altres en tindrien si atraguessin el públic i els anunciant necessaris. <http://www.marketingterms.com> (25/04/2009).

<sup>5</sup> Pres com a petició concreta i encoratjament a actuar més que com a petició, com la comunicació amb les elits polítiques.

Aquest univers de mobilització potencial està format tant per un públic que demana informació com per individus amb qui es contacta i que es donen d'alta en organitzacions polítiques que publiciten i envien informació política amb l'interès de captar més seguidors i persones d'idees afins preparades per passar a l'acció. En aquest grup sorgeixen dues preguntes rellevants:

1. Com es mobilitzen les persones políticament inactives o amb interès polític baix per tal d'introduir-se en aquest grup conscienciat?
2. Quin tipus de persones connecten amb els punts d'entrada facilitats per les pàgines web de campanya o especialitzades en temes o per les llistes de correu per tal d'entrar en l'univers de mobilització potencial dels interessats en la política?

La primera qüestió és clau perquè obre la possibilitat de mobilitzar individus amb perspectives d'exploració baixes a causa d'uns recursos personals i de xarxa reduïts. Aquest grup conscienciat té dos subconjunts fora del conjunt de l'elit de participació: les persones familiaritzades amb Internet i aquelles que utilitzen Internet molt poc o gens. La mobilització per Internet es dirigiria als familiaritzats amb Internet, dels quals s'espera que entrin en una comunicació dirigida per les associacions, però els mitjans fora de línia i la mobilització cara a cara també poden dirigir aquests usuaris cap a aquest grup de mobilització pull.

*L'impacte de la mobilització per correu electrònic és superior en els individus que consenten rebre la comunicació d'un contacte previ (4)*

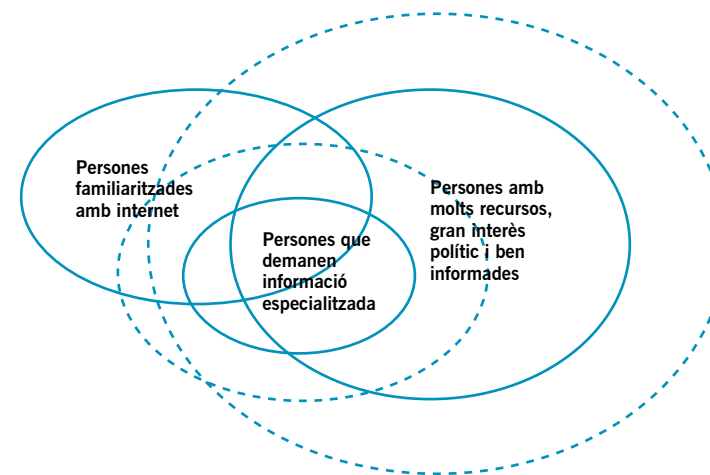
Aquesta segona qüestió és rellevant per determinar el tipus d'atributs o habilitats personals que expliquen l'interès o la proclivitat cap a una participació que s'encamina a activar la recerca de les xarxes d'acció política i l'autosubscripció a les fonts d'informació sobre un tema. S'espera trobar que els individus amb un alt perfil de participació però amb un baix compromís associatiu s'embarquin en el conjunt de compromisos de baixa intensitat, caracteritzat per la conscienciació sobre un tema.

*Les persones que se subscriuen a llistes de correu o que reben notificacions per participar en actes per mitjà de webs d'informació política autocontrolats tenen un perfil alt de participació (5)*

## 2. La difusió, una mobilització per Internet de segon ordre

Tal com s'ha esmentat abans, les oportunitats per als individus de reenviar les peticions i propagar els missatges polítics és el canal central per a la mobilització de masses per Internet, ja que amplia l'univers de públics objectius potencials per a la mobilització en els tres conjunts identificats prèviament (figura 3).

FIGURA 3: LA DIFUSIÓ, UNA MOBILITZACIÓ DE SEGON ORDRE



L'efecte de l'ús d'Internet en la mobilització de masses quedaria confirmat en aquest cas en establir que convidar altres persones a un acte de protesta es faria per correu electrònic o altres canals web alternatius com les pàgines web personals, els blocs o les xarxes socials en lloc de la propaganda cara a cara o pels mitjans de comunicació. També s'espera trobar que la decisió personal de la difusió es relaciona positivament amb el fet

de rebre una mobilització per correu electrònic o pel web, ja que s'espera que el baix cost de reenviar missatges electrònics, en comparació amb els canals de mobilització fora de línia, facilitaria la decisió de difondre les invitacions.

*La difusió individual dels missatges de mobilització té lloc principalment per correu electrònic o canals web (2.1)*

*La difusió individual dels missatges es relaciona positivament amb rebre peticions per correu electrònic o canals web (2.2)*

### 3. La mobilització individual en xarxes heterogènies

Tal com s'ha tractat abans, una part considerable de la mobilització de masses s'espera que provingui de l'acció que es dirigeix més enllà de les fronteres de les xarxes amb vincles forts. Això implica que adreçar missatges, més enllà de la família, els amics o els companys de l'associació, a xarxes amb vincles més dèbils com ara els companys de feina, persones d'altres associacions o relacions establertes per altres vincles a partir del segon ordre té moltes possibilitats de controvèrsia política. S'espera trobar trets personals diferents entre individus que arriben més lluny que a les xarxes amb vincles forts i els que prefereixen els contextos familiars per adreçar les invitacions polítiques, ja que els esforços de mobilització individual necessiten d'un compromís individual alt perquè impliquen responsabilitats personals de les postures polítiques (Mutz, 2002). En aquest sentit, s'espera que la difusió individual tingui lloc primer entre xarxes interconnectades/homogènies i s'espera que només una proporció petita de persones amb grans interessos i motivacions tingui vincles radials en les xarxes heterogènies.

Pràctiques similars basades en la gran apreciació de la diversitat i l'acceptació del desacord, com parlar de política en xarxes heterogènies, poden tenir una distribució semblant entre persones políticament actives i individus amb molts interessos.

*La difusió individual té lloc primer entre xarxes interconnectades/homogènies (3.1)*

*S'espera que les persones que difonen peticions en xarxes heterogènies discuteixin de política no només amb persones amb idees similars sinó que també ho facin amb persones amb idees no afins (3.2)*

### 4. Mobilització d'organitzacions i remissió a través dels enllaços

Avaluar els efectes de la mobilització en línia sobre els vincles radials es justifica no només pel seu impacte en arribar a nous públics que abans no es podien assolir per les xarxes fora de línia, sinó també per l'impacte sobre la promoció del compromís cívic, ja que dirigeixen els individus a les fonts d'informació que representen l'espectre complet de la diversitat política. Molts estudiosos han advertit que les expectatives que Internet es converteixi en un espai obert per compartir diverses perspectives té el risc de veure's substituït per una estructura que afavoreixi la creació de diferents illes ideològiques en un espai que tendeixi a la fragmentació i a la polarització i que pot ignorar la diversitat per mitjà de la promoció de perspectives de reforç (Sunstein, 2007; Horrigan, Resnick i Garret, 2004). El propòsit és avaluar en quin grau els agents de mobilització organitzats promouen aquests fenòmens de fragmentació o bé si encoratgen comportaments que afavoreixen la creació d'una esfera pública plural, compresa com a espai comú per trobar la diversitat. Es creu que l'homogeneïtat ideològica o partidista es pot entendre i avaluar de forma similar a l'homogeneïtat de postures sobre un assumpte o decisions polítiques concretes i, per tant, es creu que la comprensió del paper dels intermediaris de la mobilització és un tema fonamental per si mateix. En teoria, s'espera que els processos de mobilització a través de canals de baix cost i molta informació puguin permetre als intermediaris polítics realçar els marcs i les funcions d'ampliació de discursos per encoratjar la consciència política i l'autonomia entre els individus amb qui es posen en contacte, en estendre la informació i contextualitzar-ne les causes, així com justificar-ne les posicions. Es reconeix

que la participació en la protesta es basa escassament en una concepció de la política com a procés de negociació (Crick, 1962), ja que es tenen en especial consideració els trets particulars en aquest estudi de les decisions del Govern sobre temes globals. No obstant això, es creu que des d'una concepció discursiva de la democràcia (Dryzek, 1990; Young, 2002), els nous mitjans de comunicació suposen una oportunitat per obrir una dimensió deliberativa, ja que faciliten l'oportunitat de trobar fàcilment o de comprendre els arguments dels adversaris polítics per tal de reconèixer els elements de l'argumentació política. Això implica tenir dues concepcions diferents de la mobilització: la tradicional, basada en la competència entre els actors polítics i centrada exclusivament a reunir massa crítica, i la que incorpora l'interès general de completar la informació per crear ciutadans autònoms. Es vol provar si els agents mobilitzadors assumeixen algunes formes d'aquesta funció d'interès general en el procés de mobilització tenint en compte que afronten els assumptes com a part dels processos de contacte i petició d'acció.

L'ús d'Internet per mobilitzar-se es pot definir com a multicanal i multidireccional<sup>6</sup> i, tot i que la informació per Internet es complementa amb el correu electrònic, les trobades cara a cara i els canals dels mitjans tradicionals que fan les peticions de passar a l'acció directament, els vincles dels webs són un *proxy* que s'utilitza per identificar les referències creuades entre els actors polítics i els seus adversaris ideològics o circumstancials (Sunstein i Wexler, 2000; Sunstein, 2007). En el nostre cas, s'avalua el comportament dels agents mobilitzadors a l'hora de vincular els seus adversaris (que seran les organitzacions del G-20 relacionades amb la decisió contra la qual es protesta), amb l'expectativa que ofereixin referències als arguments que afavoreixen les decisions contràries. *S'espera trobar vincles entre els webs de les organitzacions mobilitzadores i els objectius de protesta (4)*. L'existència d'aquestes referències indicaria la intenció

de promoure la conscienciació entre els seus seguidors i el reconeixement dels adversaris polítics com una condició per protestar dins del marc d'una concepció democràtica forta. Se sap que l'enllaç és una de les possibles formes de les xarxes radials o un pont entre les relacions dèbils, ja que els actors hi poden fer referència dins del text del web o en el contingut dels múltiples canals de comunicació. L'establiment d'aquests mecanismes de vinculació indirectes i alternatius a través d'altres canals requeriria l'anàlisi del contingut per identificar les referències explícites o tàcites, però això supera el propòsit d'aquest article.

## 5. La mobilització i la visibilitat a Internet

Des de la fi dels anys 90 s'ha criticat bastant la concepció primerenca dels efectes democratitzadors d'Internet (Negroponte, 1995; Reinhold, 1995). Benkler (2006) esmenta algunes crítiques sobre com Internet mostra concentració i això es pot corroborar pel fet que els patrons d'atenció es distribueixen molt menys del que s'esperava (Stephen Ward i Thierry Vedel, 2006; Stanley, 2004; Hindman, 2007). Un alt grau d'atenció es concentra en alguns webs principals que són els més visitats pels usuaris d'Internet. Segons aquests autors, Internet no és tan igualitària o repartida com s'esperava. La concentració és clau per a la rellevància política d'Internet a causa de l'omnipresència d'informació que empobreix el discurs públic en fragmentar-lo i convertir-lo en una amenaça per al paper d'Internet en el desenvolupament d'una esfera pública plural.

Un segon axioma de la contribució d'Internet per a una condició democràtica més profunda en la participació política és la seva capacitat d'anivellar el camp de joc en termes d'obertura de l'accés a actors amb escassos recursos comunicatius. Com que els canals de comunicació són recursos importants que impliquen limitacions d'accés a la participació (Tilly i McAdam, 2001), s'espera que la mobilització en línia disminueixi els vincles entre les capacitats de mobilització i els recursos d'organització en oferir canals de comunicació oberts i de baix cost. Això implica que els agents

<sup>6</sup> El contacte i les peticions per correu electrònic es dirigeixen intencionadament a les persones de forma individual mentre que les xarxes socials a Internet es poden utilitzar tant per al contacte directe com en qualitat de fonts d'informació per a invitacions obertes, tal com fan també els webs.

mobilitzadors haurien de poder competir en condicions similars independentment de les diferències de recursos. Tot i que assolir nivells significatius de presència al ciberespai és semblant a la dinàmica dels mitjans tradicionals, els webs de baixa presència proporcionen punts d'entrada als individus que cerquen accés a l'univers de la conscienciació on hi ha disponibles les oportunitats de participació. A més, els webs de baixa presència formen àmplies xarxes que també són visibles pels vincles amb els grans webs concentradors (*hubs*) que propaguen els missatges. S'espera trobar que els webs de mitjans alternatius esmentats pels activistes enquestats com a canals de mobilització estiguin vinculats als webs d'associacions amb orientació política i que siguin definitius per als promotors principals de la protesta.

Segons les teories de Barabási sobre la forma del web o WWW (2002), s'espera confirmar les seves constatacions sobre la distribució de la presència de pàgines web: la majoria de pàgines tenen pocs enllaços i uns quants actuen com a centres de distribució amb un alt nivell d'enllaços. La distribució hauria de determinar la relació entre la mobilització efectiva i la visibilitat a Internet (mesurada pel nombre d'enllaços entrants). Per tant, s'espera que *les associacions que mobilitzen la major part de persones (segons els activistes enquestats) tinguin una alta presència al ciberespai (les associacions més grans es mesuren per enllaços entrants) (5).*

## Dades i metodologia

Es fan servir dades recopilades amb enquestes dutes a terme durant les concentracions de protesta que van tenir lloc el 15 de novembre de 2008 i el 28 de març de 2009 a Barcelona contra la decisió del Govern espanyol de seguir les polítiques del G-20 per fer front a la crisi financera. El grup de recerca Participació Política i Internet a Espanya de la Universitat Autònoma de Barcelona (POLNET) va recollir-ne les dades. La metodologia de l'estudi es basa en l'obra del grup de recerca Media, Movements and Politics de la Universitat d'Anvers amb un protocol de selecció d'enquestats

estricte per obtenir una mostra gairebé aleatòria. Per començar, es va fer un càlcul aproximat del nombre de participants per tal de distribuir igualitàriament el nombre d'enquestadors disponibles. Cada enquestador tenia assignada una ruta concreta amb el propòsit de cobrir diferents patrons; cada persona començava des de diferents parts i des de finals oposats (principi i final) i comptava cada enèsima fila per tal de seleccionar els enquestats de forma sistemàtica. Es pot trobar una descripció detallada d'aquest mètode a Van Aelst i Walgrave (2001).

Es van reunir les respostes individuals de 247 enquestes cara a cara obtingudes en els dos actes i les 107 respostes a l'enquesta postprotesta, des d'un web amb un qüestionari d'autocompleció a partir del qual es recopilava més informació. En l'enquesta cara a cara es demanava l'adreça de correu electrònic dels enquestats i se'ls enviava per correu electrònic el qüestionari d'autocompleció per Internet (taula 1). Cal destacar que aquesta mostra té un doble biaix, ja que els enquestats estan familiaritzats amb Internet i són també participants en la protesta, amb prou interès per respondre voluntàriament a una enquesta de 15 minuts. Tot i que els factors externs com l'interès personal científic o la persuasió de l'enquestador poden influir en la probabilitat de respondre el qüestionari per Internet, també s'esperarien alts nivells d'interès polític i, per tant, els resultats d'escala de l'interès polític es veurien molt limitats.

A partir de les respostes de l'enquesta,<sup>7</sup> es van identificar 16 associacions com a agents mobilitzadors (vegeu la taula 2). Es van fer servir aquestes dades per a l'anàlisi web mitjançant el programari d'anàlisi i visualització de xarxes Issue Crawler.<sup>8</sup> La primera prova es va fer per identificar les relacions entre els agents mobilitzadors i el ciberespai. Es va utilitzar una *anàlisi d'interactor* per identificar els enllaços interns entre els 16 webs que eren la informació d'entrada per a l'anàlisi i també per identificar

7 Pregunta: "Si és membre d'alguna associació, em pot dir el seu nom?".

8 Eina desenvolupada per la fundació Govcom.org d'Amsterdam; si voleu més informació sobre aquest procés entreu a <http://www.govcom.org> (18/04/2009).



els enllaços aïllats, aquells punts d'inici sense enllaços entrants<sup>9</sup> a partir d'altres punts d'inici. Aquests processos d'anàlisi de les xarxes es van repetir en set webs més que corresponen a organitzacions identificades a favor de les polítiques del G-20. Es van identificar a partir d'una anàlisi del contingut tenint en compte aquells actors que es van esmentar com a objectius de la protesta durant l'acte i que es van indicar repetidament en el discurs dels activistes. Alguns d'aquests es van incloure en l'acte simbòlic de llençar sabates als logotips corporatius durant la concentració de protesta, però principalment es va revisar el contingut de la plataforma anticrisi i els pamflets que es van distribuir durant la manifestació amb la intenció d'identificar els adversaris.

Calia un segon tipus de prova per avaluar la visibilitat del web de les associacions i per identificar els actors principals involucrats en la mobilització dels assistents a la manifestació. Per mesurar la visibilitat es va fer servir el nombre de pàgines que una associació té al ciberespai (URL per web) i el nombre d'enllaços entrants. Ambdós indicadors representen la visibilitat, però el primer mostra la intenció de l'associació d'estendre el seu missatge amb la publicació de continguts més que no pas amb el seu potencial de notorietat al ciberespai. Es fa servir l'anàlisi d'enllaços, ja que els vincles es poden veure com a maons per construir edificis que defineixen l'estructura i les rutes del camp d'informació i per a aquest estudi particular la xarxa es refereix al nombre d'individus que accedeixen a un web, cosa que depèn del nombre d'enllaços que rep el web (González, 2008). El test de visibilitat i centralitat es va dur a terme mitjançant una anàlisi en cadena perquè el programa identifiqués els enllaços sortints<sup>10</sup> dels punts d'inici seleccionats que es van especificar al programari. Des d'aquests punts d'inici, el programa va identificar els webs que presentaven fins a tres graus de separació. A més, va calcular algunes mesures bàsiques de la centralitat de la xarxa per caracteritzar aquestes xarxes.

9 Tots els enllaços que rep un web a partir d'altres webs i pàgines.

10 Tots els enllaços o connexions que un web estableix amb altres webs i pàgines. (En anglès Snowball Analysis).

TAULA 1: DADES I FETS DESCRIPTIUS DE LES CONCENTRACIONS DE PROTESTA I LES ENQUESTES

<b>Nom</b>	"La crisi financera ha de ser pagada pels rics i les organitzacions especuladores"	
<b>Lloc</b>	Barcelona	Barcelona
<b>Data</b>	15 de novembre de 2008	28 de març de 2009
<b>Objectiu</b>	Protestar contra la decisió del Govern de seguir les polítiques del G-20 per encarar la crisi financera.	
<b>Organitzadors</b>	Els membres de la plataforma. Que la crisi la paguin els rics: sindicats, organitzacions anticapitalistes, delegacions dels sindicats i moviments socials d'esquerra de Catalunya.	
<b>Nombre de participants (càlculs dels diaris nacionals i locals)</b>	1.200 participants segons La Vanguardia i 3cat24 17 de novembre de 2008	2.000 participants segons La Vanguardia 29 de març de 2009 3.000 participants segons El Periódico*
<b>Enquesta curta cara a cara</b>	65	182
<b>Qüestionari d'autocompleció per Internet</b>	41	79
<b>Percentatge de resposta del qüestionari d'autocompleció</b>	63,00%	43,41%

\*<http://www.publico.es/dinero/213948/crisis/paguen/ricos>

## Resultats

S'han de fer dues consideracions pel que fa als resultats: s'està tractant amb un cas especial de mobilització de protesta que van activar sobretot associacions molt organitzades (sindicats) i es treballa principalment amb un petit nombre d'observacions a partir d'un qüestionari d'autocompleció per Internet. No es pretén generalitzar a les mobilitzacions d'altres contextos de participació o confiar en els resultats, que són inconcloents per



TAULA 2: URL UTILITZADES PEL PROGRAMARI D'ANÀLISI

Associacions més representatives de l'acte de protesta	Webs dels objectius de protesta
<a href="http://antinazisbcn.blogspot.com">http://antinazisbcn.blogspot.com</a>	
<a href="http://bcn.vdevivienda.net">http://bcn.vdevivienda.net</a>	<a href="http://europa.eu/index_es.htm">http://europa.eu/index_es.htm</a>
<a href="http://comunistes-catalans.blogspot.com">http://comunistes-catalans.blogspot.com</a>	
<a href="http://favb.cat">http://favb.cat</a>	<a href="http://www.g20.org">http://www.g20.org</a>
<a href="http://revoltaglobal.cat">http://revoltaglobal.cat</a>	
<a href="http://www.attac-catalunya.org">http://www.attac-catalunya.org</a>	
<a href="http://www.cadtm.org">http://www.cadtm.org</a>	<a href="http://www.gencat.cat">http://www.gencat.cat</a>
<a href="http://www.cetede.org">http://www.cetede.org</a>	
<a href="http://www.cgtcatalunya.cat">http://www.cgtcatalunya.cat</a>	<a href="http://www.imf.org/external/spanish/index.htm">http://www.imf.org/external/spanish/index.htm</a>
<a href="http://www.colectiugai.org">http://www.colectiugai.org</a>	
<a href="http://www.endavant.org">http://www.endavant.org</a>	<a href="http://www.la-moncloa.es/default.htm">http://www.la-moncloa.es/default.htm</a>
<a href="http://www.iac.cat">http://www.iac.cat</a>	
<a href="http://www.maulets.org">http://www.maulets.org</a>	
<a href="http://www.sepc.cat">http://www.sepc.cat</a>	<a href="http://www.meh.es">http://www.meh.es</a>
<a href="http://www.sindicatdestudiants.org">http://www.sindicatdestudiants.org</a>	
<a href="http://www.sindicatocobas.org">http://www.sindicatocobas.org</a>	<a href="http://www.wto.org/indexsp.htm">http://www.wto.org/indexsp.htm</a>

a anàlisis més exigents. Quan es pretén identificar i explicar els usos més sofisticats d'Internet, com ara la propagació de missatges polítics per les xarxes o les cerques mogudes per l'interès propi d'informar-se sobre els actes de protesta (mobilització *pull*), se'n troba un nombre molt reduït de casos, cosa que n'impedeix anàlisis posteriors. No obstant això, cal confirmar que només una minoria de l'elit de la participació política fa aquests usos polítics particulars d'Internet. És una conclusió bastant valuosa per revisar críticament les expectatives dels canvis induïts per la tecnologia en el comportament polític i per conèixer la dificultat de trobar aquesta elit d'e-participació i avaluar-ne el comportament. També es creu que, tenint en compte el rerefons per a la mobilització i l'intent d'establir la validesa de les qüestions rellevants com ara les possibilitats d'expansió de la mobilització i la participació i els riscos de fragmentació en un context d'Internet, val la pena més esforç de recerca.

### 1.1. La mobilització en línia arriba al mateix tipus de persones que ja es mobilitzen pels canals fora de línia

Els avantatges dels canals en línia per a la mobilització tindran pocs efectes si impacten els mateixos individus que ho farien pels canals fora de línia, ja que això en limitaria els efectes en suposar un mer complement d'altres mitjans. Per avaluar aquesta hipòtesi es va començar per examinar si la teoria de prospecció racional se sosté en la mobilització per correu electrònic i així es va examinar si les persones a qui es van dirigir per canals en línia i fora de línia tenien perfils diferents. Des de l'estadística descriptiva (taula 3) no hi ha diferències cabdals evidents a primera vista. L'efecte de l'edat en l'ús d'Internet té la conseqüència que s'esperava, ja que hi ha un ús més gran entre els enquestats amb menys de 40 anys. Un fet important és que el 92% dels enquestats d'aquesta franja d'edat es va mobilitzar per altres canals en línia que no fos el correu electrònic (*pull and push* o d'empenta i atracció) en comparació amb el 60% d'altres canals, incloent-hi la mobilització per correu electrònic.

Els recursos individuals tenen patrons similars entre els quatre canals, amb l'únic fet notable d'una alta concentració de mobilització per correu electrònic a la franja amb ingressos més elevats (el 65% de 17 enquestats de la interpretació per files). A més, els alts nivells d'interès i informació política es comparteixen en tots els canals. En funció de les dades descriptives no hi ha gaire diferència entre les persones que es mobilitzen en línia i fora de línia.

Les persones identificaven el canal a través del qual havien rebut les invitacions a la convocatòria en tres oportunitats diferents. En primer lloc l'esmentaven en una pregunta oberta, que es creu que és el canal més efectiu, després se'ls preguntava per altres canals presentant diferents opcions i finalment responien altres qüestions en el qüestionari

TAULA 3: CANALS DE MOBILITZACIÓ I PREDICTORS

Canal de mobilització		30,42%	10,42%	15%	44,17%
Variable de predicció		correu electrònic	web pàgines web blocs WSN*	mitjans tradicionals TV, ràdio, diaris, fulls de mà, pòster, SMS	cara a cara
<b>Edat</b>	<b>0-18</b>	0%	17%	17%	67%
	<b>19-25</b>	14%	14%	14%	57%
	<b>26-40</b>	34%	14%	16%	36%
	<b>41-65</b>	40%	3%	16%	41%
	<b>Més de 66</b> N = 240	17%	0%	0%	83%
<b>Sexe</b>	<b>Home</b>	30%	7%	16%	47%
	<b>Dona</b> N = 240	31%	13%	14%	41%
<b>Educació</b>	<b>Bàsica</b>	29%	0%	14%	57%
	<b>Secundària</b>	26%	8%	14%	52%
	<b>Superior</b> N = 240	32%	12%	15%	41%
<b>Ingressos familiars</b>	<b>600-1.800 €</b>	44%	21%	6%	29%
	<b>1.801-3.000 €</b>	44%	16%	8%	32%
	<b>Més de 3.001 €</b> N = 76	65%	6%	18%	12%
<b>Temps lliure (per setmana)</b>	<b>Menys de 120 minuts</b>	60%	0%	0%	40%
	<b>de 120 a 299 minuts</b>	43%	18%	10%	29%
	<b>Més de 5 hores</b> N = 103	36%	19%	14%	31%
<b>Interès polític</b>	<b>Baix</b>	27%	27%	9%	36%
	<b>Mitjà</b>	54%	11%	11%	24%
	<b>Alt</b> N = 90	45%	19%	12%	24%
<b>Nivell d'informació</b>	<b>Poca freqüència</b>	0%	100%	0%	0%
<b>Diari, ràdio o televisió per setmana</b>	<b>1-4 dies la setmana</b>	78%	0%	0%	22%
	<b>5-7 dies la setmana</b> N = 96	42%	16%	12%	29%

per Internet.<sup>11</sup> Es van agrupar les respostes en la primera pregunta per identificar quatre canals de mobilització independents (la primera sèrie en la taula 3 i després quatre models de regressió logística binaris per valorar els efectes de les variables SES i la participació passada sobre la probabilitat de rebre mobilitzacions). Es van considerar exclusivament els usuaris d'Internet i es van controlar altres factors, com l'interès polític, les pràctiques d'informació i la pertinença a associacions (taula 4). S'esperava trobar una distinció clara entre els canals en línia i fora de línia tenint en compte els nivells d'informació, la pertinença a associacions, el fet de ser convidat per associacions, la participació en altres protestes anteriors i la mobilització per correu electrònic o correus amb contingut polític rebuts prèviament. No obstant això, no es va trobar cap factor explicatiu important per als diferents canals de mobilització en les dades. Es creu que la falta d'identificació dels factors explicatius per a altres canals de mobilització es pot explicar pel baix nombre d'observacions amb què es va treballar (81 casos si tenim en compte que en algunes variables faltaven alguns valors), però és necessari cercar altres teories alternatives que expliquin les postures de la protesta rebudes per canals diferents.

## 1.2. La mobilització en línia arriba a individus contactats a través de les seves xarxes associatives

En aquesta etapa només s'analitzen els esforços de mobilització duts a terme per associacions, independentment del fet que es posin en contacte amb els seus membres o que adreixin missatges als d'altres organitzacions. Tal com s'ha tractat abans, el fet de ser convidat per una associació és un factor explicatiu important per a la probabilitat de rebre mobilització cara a cara i confirmaria els efectes limitats de l'ús del correu electrònic o de l'espera d'un abast ampli per canals en línia. De fet, aquesta conclusió té sentit, ja que els organitzadors de l'acte i els actors principals de la mobi-

11 Entre l'enquesta de l'acte i la d'Internet hi havia tres preguntes sobre la mobilització per correu electrònic:

P1 Enquesta a l'acte: com es va assabentar que tenia lloc aquesta concentració de protesta?

P2 Enquesta a l'acte: ha rebut informació sobre la concentració de protesta a través d'algun altre canal?

P3 Qüestionari per Internet: abans d'assistir a la concentració, va rebre un correu electrònic que l'encoratjava a assistir-hi?

TAULA 4: TAULA 4. MODELS LÒGITS PER A DIFERENTS CANALS DE MOBILITZACIÓ

Variable	Mobilització per mitjans de comunicació	Mobilització cara a cara	Mobilització per Internet	Mobilització per correu electrònic
Dones	0,207	- 0,782	- 0,809	1,378 **
Edat	- 0,055	- 0,033	- 0,022	0,066 **
Poca disponibilitat de temps <sup>a</sup>	16,970 ***	- 0,150	18,772 ***	- 0,364
Gran disponibilitat de temps	17,380 ***	- 0,206	19,308 ***	- 0,716
Molt informats <sup>b</sup>		- 0,673	0,056	0,675
Convidats per una associació	0,213	2,032 ***	- 1,189	-1,433 **
Pertinença a una associació		0,155	- 0,995	0,078
Participació en protestes anteriors	- 0,844	- 0,155	1,159	0,128
Participació electrònica anterior	0,729	- 1,191	- 1,033	1,370
Mobilització per correu electrònic anterior	0,379	- 0,725	1,189	- 0,322
Correu electrònic polític rebut amb anterioritat	- 0,071	0,050	1,662 *	-2,101 **
_cons	- 17,282	0,656	- 2,015	- 25,621
N	63	81	81	81
r2_p	0,104	0,177	0,235	0,222
aic	57,395	10,195	83,598	10,968

\* p<0,10; \*\* p<0,05; \*\*\* p<0,01

a: la disponibilitat es codifica com en la taula 1 i el model usa com a referència les respostes en el cas de no tenir disponibilitat de temps

b: una alta informació inclou les respostes de persones que consumeixen menys d'un cop la setmana premsa diària, ràdio o televisió.

lització van ser els sindicats, cosa que implicaria que la mobilització cara a cara va tenir un paper important en la mobilització interxarxa entre els associats que tenen un alt compromís amb el deure associatiu i assisteixen a les reunions regularment o es veuen a la feina.

Des de l'estadística descriptiva, s'observa una alta correspondència entre ser membre d'una associació i la mobilització cara a cara. Aquesta tendència és la mateixa per ser convidat per una associació i en els casos dels

canals d'atracció (una clara diferència amb la mobilització per Internet) (taula 5). El fet crític per avaluar els factors relacionats amb les associacions es troba en la mobilització cara a cara, ja que el 66% dels enquestats van ser convidats per una associació. En la resta de canals s'observa que, malgrat que un alt percentatge d'enquestats són membres d'associacions, aquest fet no es correspon amb la categoria de ser convidat per una associació. Això seria indicatiu que les associacions contacten altres individus que no són els seus associats mitjançant els canals en línia.

TAULA 5: PARTICIPACIÓ PRÈVIA I CANALS DE MOBILITZACIÓ

Variable de predicció	Canal de mobilització				N	
	Correu electrònic	Internet	Mitjans tradicionals	Cara a cara		
Convidat per una associació	27%	6%	12%	56%	126	
Membre d'una associació	46%	14%	11%	29%	85	
Alta activitat associativa	26%	13%	17%	43%	53	
Participació anterior	Ha votat en el passat (últim període electoral)	53%	12%	10%	25%	59
	Participació en manifestacions anteriors	39%	25%	8%	28%	61
	Participació electrònica anterior	65%	12%	18%	6%	17
	Mobilització per correu electrònic anterior	43%	18%	12%	27%	77
	Ha rebut algun correu electrònic polític anterior	40%	24%	12%	24%	25

A partir del model regressiu es pot confirmar que ser convidat per una associació té estadísticament una influència important sobre la mobilització cara a cara i la mobilització per correu electrònic en les direccions esperades. La mobilització cara a cara es relaciona positivament amb ser convidat per una associació mentre que la feta per correu electrònic s'hi relaciona negativament, la qual cosa implica rebutjar la nostra hipòtesi.

### 1.3. La mobilització en línia arriba sobretot als individus que han participat anteriorment i a qui es pot arribar per mitjà dels canals establerts prèviament

Es va avaluar la influència de la participació prèvia així com les respostes positives a mobilitzacions per correu electrònic anteriors, la participació electrònica o haver rebut correus polítics, tenint en compte la rellevància de les experiències de mobilització passades i els efectes d'aquests tipus de participació per introduir-se en l'univers de la conscienciació a través del vincle amb els participants actius.

En el model de regressió trobem que l'única influència significativa de la participació passada és el correu electrònic polític en canals en línia. Haver rebut un correu electrònic polític inclou les respostes afirmatives a correus que promoguin, jutgin o critiquin candidats o partits o aquells amb altres temes rellevants o actes polítics. Els correus electrònics polítics previs són una categoria bastant forçada de participació política, però pot ser indicativa de l'ús polític d'Internet i de l'existència de vincles de xarxa per correu electrònic. Té una influència positiva en els canals d'Internet (mobilització d'empenta) i una influència negativa en la mobilització per correu electrònic. Aquesta prova és insuficient per rebutjar la hipòtesi de les limitacions sobre la mobilització per correu electrònic en funció de la participació passada, però és indicativa de la seva dependència de participacions anteriors. No s'ha trobat cap relació significativa en altres modes de participació anteriors i es necessita més recerca per avaluar l'impacte de la capacitat de mobilització en línia per arribar a persones que, d'altra manera, quedarien fora de la lògica de la prospecció racional.

### 1.4. L'impacte de la mobilització per correu electrònic és més gran entre les persones que accepten rebre comunicacions després d'un primer contacte

Seguint Krueger, es voldria confirmar que la subscripció per correu electrònic a llistes de contingut polític implica rebre immediatament peticions

per correu electrònic. Com que només es disposa d'informació de persones subscrietes a llistes de correu de les seves organitzacions, només es consideraran els casos d'aquells que reben comunicacions per correu electrònic almenys un cop la setmana com a indicador de comunicació intrassociativa per correu electrònic. S'ha trobat que prop d'un terç dels enquestats (14 de 43) que van afirmar pertànyer a una llista també van dir que rebien peticions per correu electrònic. Amb aquestes dades la hipòtesi no es pot confirmar, tot i que es tracta de molts pocs casos.

### 1.5. Les persones subscrietes a llistes de correu o que reben notícies d'actes de participació a través de webs d'informació política tenen un alt perfil de participació

Per identificar els trets individuals i els hàbits d'informació dels enquestats que s'identifiquen amb aquest univers de conscienciació (persones que reben correus electrònics freqüents de les seves associacions o que tenen notícies dels actes de protesta a través de webs, blocs, xarxes socials o xats), es van cercar els factors que expliquessin la probabilitat de mobilitzar-se a través de mitjans en línia o de trobar-se en una llista de correu. Com que el model de regressió de la mobilització per Internet no va donar resultats conclouents a banda de la independència de la disponibilitat de temps (rellevància de la disponibilitat alta o baixa en referència a la disponibilitat de temps), es va passar a l'estadística descriptiva (taula 6). A partir de les dades de la participació passada i dels trets individuals en la mobilització per Internet, l'única diferència destacable amb altres canals de mobilització és un alt percentatge en la participació de protestes prèvies. L'alta relació de les preferències de mobilització d'empenta amb l'activitat de participació prèvia pot minar l'efecte de la mobilització en línia, ja que s'espera que es dirigeixin a aquestes persones per esforços mobilitzadors fora de línia a causa de l'alta possibilitat que tornin a participar-hi de nou.

## 2.1. La difusió dels missatges de mobilització es fa principalment per correu electrònic i canals d'Internet

Es va tractar la difusió mitjançant quatre preguntes diferents per tal d'avaluar les pràctiques individuals de propagació de peticions. A partir de l'enquesta en l'acte es va trobar que el 83% dels enquestats van passar el missatge de mobilització per convidar altres persones independentment del canal que feien servir i, a partir del qüestionari per Internet, només el 5% no va demanar a ningú que assistís a la protesta. També es va identificar el nombre de persones convidades pels enquestats i els canals de difusió que van fer servir.

Una perspectiva general dels trets individuals de la difusió mostra diferències negligibles entre els canals en línia i fora de línia en la disponibilitat de recursos, l'interès per la política o els nivells d'informació. No obstant això i de manera contrària a la relació esperada entre l'ús d'Internet i l'edat, en el grup d'edat entre els 19 i els 25 anys la difusió fora de línia va gairebé doblar l'ús dels canals en línia, tot i que la tendència esperada es manté en observar la franja d'edat mitjana, que comprèn entre els 19 i els 40 anys (taula 6).

La preeminència dels canals en línia es va avaluar comparant els resultats totals amb els canals usats per convidar altres persones als actes de protesta i mirant el nombre de persones convidades pels enquestats a través de cada canal. Si s'espera que la mobilització per Internet sigui un canal de mobilització de masses pels costos relativament baixos en comparació amb els canals fora de línia, es podria esperar que els usuaris d'Internet preferissin els canals en línia en lloc dels fora de línia per beneficiar-se de la possibilitat de reproduir les comunicacions electròniques. Se'n troben proves mixtes, ja que una proporció més gran d'enquestats (usuaris d'Internet) sembla confiar principalment en els canals fora de línia per a la difusió (el 48% en línia en comparació amb el 69% fora de línia), però quan es comparen els esforços de difusió individuals, la mobilització en línia sembla el canal preferit per a aquells que difonen les peticions a un

TAULA 6: TIPUS DE DIFUSIÓ I PREDICTORS

Variable de predicció		Difusió en línia	Difusió fora de línia	N
<b>Edat</b>	<b>0-18</b>	0%	100%	3
	<b>19-25</b>	27%	73%	15
	<b>26-40</b>	64%	36%	53
	<b>41-65</b>	41%	59%	29
	<b>Més de 66</b>	33%	67%	3
	N = 103			
<b>Sexe</b>	<b>Home</b>	41%	59%	59
	<b>Dona</b>	42%	58%	64
	N=123			
<b>Educació</b>	<b>Bàsica</b>	50%	50%	4
	<b>Secundària</b>	40%	60%	15
	<b>Superior</b>	41%	59%	104
	N = 123			
<b>Ingressos familiars</b>	<b>600-1.800 €</b>	46%	54%	46
	<b>1.801-3.000 €</b>	41%	59%	34
	<b>Més de 3.001 €</b>	36%	64%	22
	N = 102			
<b>Temps lliure la setmana</b>	<b>Menys de 120 minuts</b>	53%	47%	17
	<b>De 120 a 299 minuts</b>	40%	60%	63
	<b>Més de 5 hores</b>	40%	60%	43
	N = 123			
<b>Interès polític</b>	<b>0-baix</b>	50%	50%	14
	<b>1-mitjà</b>	42%	58%	50
	<b>3-alt</b>	40%	60%	53
	N = 117			
<b>Nivell d'informació</b>	<b>Menys de dos cops la setmana</b>	50%	50%	2
	<b>1-4 dies la setmana</b>	45%	55%	11
	<b>5-7 dies la setmana</b>	41%	59%	108
	N = 121			
	<b>Mobilització per correu electrònic</b>	44%	56%	54
	<b>Mobilització per Internet</b>	44%	56%	18
	<b>Mobilització cara a cara</b>	33%	67%	33
	<b>Mobilització per mitjans tradicionals</b>	42%	58%	12
	<b>Convidat per una associació</b>	41%	59%	71
	<b>Pertinença a una associació</b>	43%	57%	111
	<b>Alta activitat d'associació</b>	43%	57%	68
	<b>Vot en l'últim període electoral</b>	42%	58%	79
	<b>Participació en protestes anteriors</b>	41%	59%	79
	<b>Participació electrònica anterior</b>	42%	58%	24
<b>Participacions passades</b>	<b>Mobilització per correu electrònic anterior</b>	41%	59%	99
	<b>Recepció d'un correu electrònic polític anterior</b>	40%	60%	35

nombre més gran de persones (taula 7). Cal afegir que prop del 30% de les persones que difonen missatges de mobilització fa servir tant els canals en línia com els fora de línia (taula 8). Aquest fet pot ser indicatiu de l'ús dels canals en línia com a complement de les trobades cara a cara o dels mitjans tradicionals per a algunes persones, però calen més dades per determinar si la difusió es va fer amb públics objectiu diferents en ambdós canals o si es van fer servir per separat en funció dels perfils de l'objectiu o de les preferències de la mobilització.

TAULA 7: VALORS DE DIFUSIÓ PER CANAL

	Difusió en línia	Difusió fora de línia
Mitjana	6,27 (9,91)	8,49 (8,89)
Nombre de persones convidades	62	54

TAULA 8: PRÀCTIQUES DE DIFUSIÓ

	%	N
Cap difusió	16,6%	247
Difusió en línia	47,66%	107
Difusió fora de línia	68,57%	105
Ambdues	29,52%	105

## 2.2. La difusió individual de la mobilització es relaciona positivament amb la recepció de peticions per correu electrònic o canals per Internet

El poder de la mobilització en línia com a canal de difusió implica que les persones poden reenviar fàcilment els missatges amb una despesa personal mínima. Aquest és un dels principis del màrqueting viral per Internet, ja que es basa en contactes repetits que tindrien efectes similars a un abast multitudinari. Com que s'espera que el cost individual de reenviar reiteradament els missatges correspon al canal en què es reben els missatges, es va provar l'efecte dels canals de mobilització en les pràctiques de difusió. Així, es va valorar fent servir una regressió logística binària per predir la possibilitat de dur a terme la difusió per correu electrònic (taula 9).

Controlant la disponibilitat dels recursos individuals, l'efecte dels canals de mobilització sobre les pràctiques de difusió es manté, cosa que confirma els límits dels efectes de la difusió per Internet dins de la mobilització en línia inicial.

TAULA 9: MODEL LÒGIT DE DIFUSIÓ EN LÍNIA

Regressió logística		Nombre d'obs. =	107
Logaritme de versemblança =		LR ch2(11)=	43.27
-52,416346		Prob. > chi2=	0,0000
		Pseudo R2 =	0,2921
Difusió en línia	coeficient	error estàndard	P>z
Mobilització per correu electrònic	1,67	0,545	0,002 **
Mobilització per Internet	1,09	0,587	0,064 *
Mobilització pels mitjans de comunicació	-0,59	0,566	0,295
Mobilització cara a cara	-1,20	0,538	0,026 **
Poc temps lliure disponible	-2,97	102,241	0,004 **
Molt temps lliure disponible	-2,89	1,043	0,006 *
Ingressos baixos	1,27	0,735	0,085 *
Ingressos mitjans	0,756	0,779	0,332
Ingressos alts	-0,25	0,870	0,772
Molt informat	0,65	0,762	0,395
Pertinença a una associació	1,26	0,878	0,151
_ Cons.	-0,15	1,520	0,920

\* p<0,10; \*\* p<0,05; \*\*\* p<0,01

## 3.1. La difusió individual té lloc principalment en xarxes entrelaçades/homogènies

Es va revisar la difusió en xarxes heterogènies tenint presents tant l'objectiu de mobilització individual fora de les xarxes entrelaçades com les respostes d'individus que rebien correus electrònics no sol·licitats. A causa dels forts requisits de compromís per referendar les postures polítiques en la mobilització entre xarxes, es va trobar que la mobilització radial era la pràctica de gairebé el 33% de la mostra. Tot i que aquest resultat considera les xarxes heterogènies àmplies en incloure enllaços a persones d'associacions diferents de la pròpia, els companys de feina i les respostes que marcaven "altres", és més alt de l'esperat i porta a descartar les hipòtesis plantejades.



A més, aquest resultat correspon al requisit d'alt compromís polític per contactar més enllà de les fronteres d'Internet, ja que la difusió heterogènia es troba només en persones amb nivells d'interès polític mitjans o alts (taula 10). Aquesta enquesta inclou una pregunta per aprofitar la proclivitat individual a difondre missatges de mobilització per Internet més enllà de les coneixences immediates, ja que es demana que es triï entre dues afirmacions alternatives: les preferències per reenviar correus electrònics a tots els contactes personals d'una llista de correu de forma indistinta o fent-ne una selecció prèvia. Es va obtenir una variabilitat mínima en les respostes, ja que el 98% dels enquestats va respondre que triava els correus electrònics objectiu. Es creu que la qüestió es pot haver interpretat com una confirmació de les pràctiques en contra del correu brossa. Col·locar aquesta pregunta després de tractar el correu brossa pot haver induït els enquestats a interpretar la pregunta com una prova de les pràctiques personals i no amb la intenció original de descobrir el compromís individual d'exposar les postures polítiques als vincles febles dels contactes per correu electrònic.

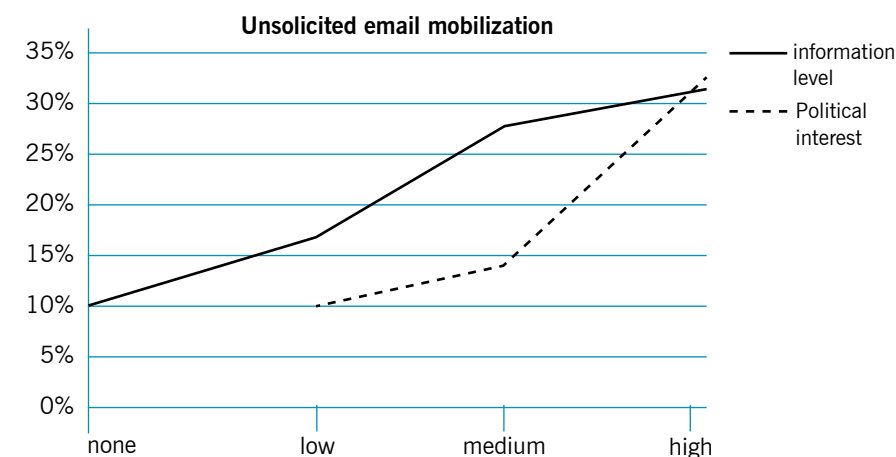
TAULA 10: XARXES DE DIFUSIÓ I PREDICTORS

Variable de predicció		Difusió en xarxes heterogènies	Parlar de política en xarxes heterogènies	N	
Interès polític	0-baix	50%	50%	2	
	1-mitjà	47%	53%	30	
	3-alt	30%	70%	40	
	N = 72				
Nivell d'informació	Menys de dos				
	Notícies a diaris, ràdio i televisió	cops la setmana	0%	100%	1
		3-4 dies la setmana	33%	67%	6
		5-7 dies la setmana	39%	61%	69
N = 76					

Es poden extreure altres conclusions en considerar els correus electrònics no sol·licitats en línia amb el raonament exposat abans. La mobilització per correus no sol·licitats es va avaluar combinant les respostes dels individus que van rebre un correu de fonts desconegudes, sense tenir-ne en compte la font: es van unir els correus enviats per persones no identifica-

des i reconeixedores o des d'associacions de les quals no es formés part. La probabilitat de rebre peticions no sol·licitades o contactes polítics es va revisar mirant els trets individuals que podrien explicar l'alta tolerància a la diversitat i l'obertura a informació no esperada. Es van cercar els interessos polítics i les pràctiques d'informació intensiva, així com la prova de participació passada en entorns d'alt desacord com ara tractar la política dins de xarxes heterogènies.

FIGURA 4: MOBILITZACIÓ PER CORREU ELECTRÒNIC NO SOL·LICITAT



Dels 55 casos que van confirmar haver rebut mobilització per correu electrònic (qüestionari per Internet), prop del 30% va afirmar rebre correus no sol·licitats. Com que representen pocs casos no es va poder dur a terme una anàlisi sofisticada, però es va trobar que l'interès per la política i les pràctiques polítiques d'informació tenen el comportament esperat en la major part de receptors de correus no sol·licitats interessats i informats.

### 3.2. Les persones que estenen les peticions per xarxes heterogènies solen parlar de política amb persones que no són de la família o que no tenen idees afins

Com que per parlar de política en entorns diferents o propensos al conflicte i mostrar postures individuals sobre temes polítics i repertoris d'acció es necessita un alt grau de compromís polític, es va avaluar la relació entre les formes de participació i l'expectativa de trobar un valor molt important. A partir d'una anàlisi de creuament de variables es pot deduir que una alta proporció de persones que difonen missatges de mobilització a través de xarxes radials parlen de política en aquest tipus de xarxes, i prop del 80% del casos confirma el resultat esperat. Aquest fet seria útil per investigar els factors que explicarien l'acció política en les xarxes heterogènies.

TAULA 11: PRÀCTIQUES DE DISCUSSIÓ; DIFUSIÓ EN XARXES HETEROGÈNIES

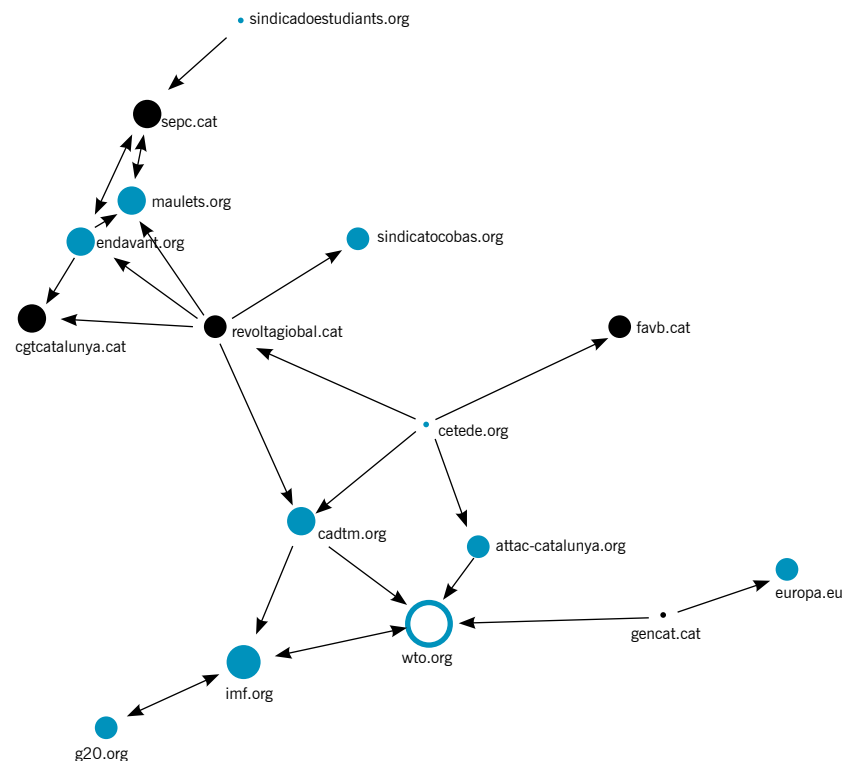
		Difusió en xarxes heterogènies		Total
		0	1	
Parlar de política en xarxes heterogènies	0	4 21%	15 79%	19 100%
	1	10 26%	28 74%	38 100%

## 4. Mobilització d'organitzacions i remissions a través dels enllaços

S'avalua el comportament de les associacions per tal d'establir si correspon a les expectatives normatives de subministrament de referències en l'interès general que podrien promoure un espai web més plural o si els processos de mobilització es concentren en informació interna i encoratgen les estructures de xarxa polaritzades. Es mesura aquest fenomen identificant els vincles entre els agents mobilitzadors i les associacions en relació amb la decisió que combaten. S'examina el nivell de centralitat de les 16 associacions de la mostra en termes d'enllaços i grau d'intermediació (*bet-*

*weeness*) i s'identifica la distribució i la posició dels nodes en la xarxa des del graf de Crawler (figura 5).

FIGURA 5: VINCLES ENTRE ELS WEBS DE LES ASSOCIACIONS MOBILITZADORES I ELS WEBS DELS ADVERSARIS



L'indicador de centralitat ens mostra la prominència de l'actor en la xarxa en termes d'enllaços entrants, així com la influència dels actors com es demostra pel nombre d'enllaços sortints. Els webs amb nivells inusualment alts d'enllaços sortints són webs capaços de relacionar-se amb molts altres o que fan que molts altres siguin conscients de les seves opinions. Els actors que mostren gran centralitat d'enllaços sortints se solen qualificar

com a actors influents (Hanneman, 2008) (taula 12). Els actors més influents en termes de nombre d'enllaços sortints són Revolta Global, Cetede i Endavant.

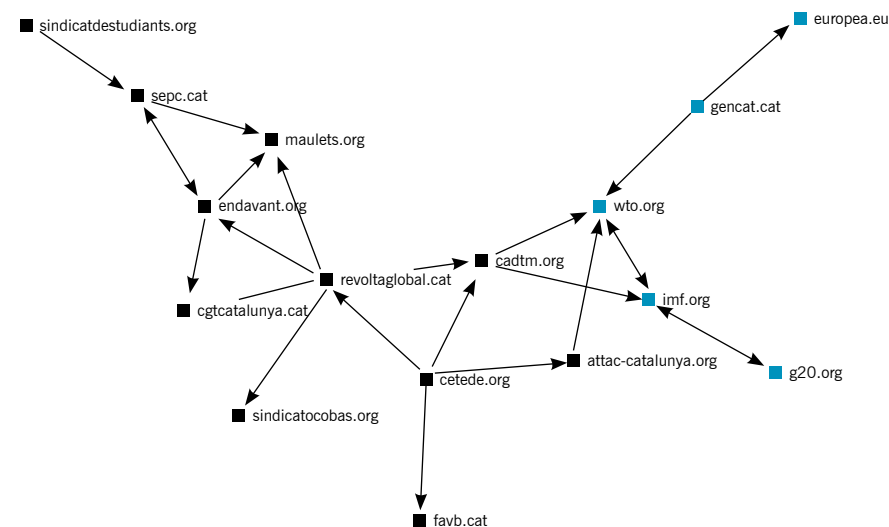
TAULA 12: CENTRALITAT ENTRE ELS WEBS DE LES ASSOCIACIONS I ELS WEBS CONTRARIS EN TERMES D'ENLLAÇOS

Web	Enllaços entrants	Web	Enllaços entrants
wto.org	4	revoltaglobal.cat	5
sepc.cat	3	cetede.org	4
maulets.org	3	endavant.org	3
imf.org	3	sepc.cat	2
cgtcatalunya.cat	2	imf.org	2
cadtm.org	2	cadtm.org	2
endavant.org	2	gencat.cat	2
g20.org	1	maulets.org	1
attac-catalunya.org	1	wto.org	1
revoltaglobal.cat	1	g20.org	1
favb.cat	1	attac-catalunya.org	1
europa.eu	1	sindicatdestudiants.org	1
sindicatocobas.org	1	cgtcatalunya.cat	0
sindicatdestudiants.org	0	favb.cat	0
cetede.org	0	europa.eu	0
gencat.cat	0	sindicatocobas.org	0

En termes d'enllaços entrants podem afirmar que els actors més destacats de la xarxa són WTO, SEPC i Maulets, ja que reben molts enllaços, és a dir, molts altres actors volen enllaçar-s'hi i això indica la seva importància relativa en aquesta xarxa.

L'indicador de centralitat de l'enllaç és necessari, però no és una condició suficient per establir el paper central d'un web en la xarxa, ja que un web pot tenir un alt nivell de centralitat d'enllaços però això no mostra l'extensió del node entre els altres nodes de la xarxa. Per avaluar aquest fet es va fer servir un indicador del grau d'intermediació, que mesura la connectivitat dels veïns del node i aporta més valor als nodes que estableixen grups (Hanneman, 2000). La mesura reflecteix el nombre de pàgines amb què un web es connecta directament a través dels seus enllaços.

FIGURA 6: GRAU D'INTERMEDIACIÓ DE LES ASSOCIACIONS MOBILITZADORES (EN NEGRE) I CONTRÀRIES (EN VERD)



TAULA 13: CENTRALITAT ENTRE ELS WEBS DE LES ASSOCIACIONS I ELS WEBS CONTRARIS SEGONS EL GRAU D'INTERMEDIACIÓ

Web	Grau d'intermediació
revoltaglobal.cat	60
cadtm.org	42
wto.org	29
cetede.org	21
sepc.cat	14
imf.org	14
gencat.cat	14
endavant.org	13
maulets.org	11
attac-catalunya.org	3
g20.org	0
cgtcatalunya.cat	0
favb.cat	0
europa.eu	0
sindicatocobas.org	0
sindicatdestudiants.org	0

Malgrat l'alt nivell d'intermediació entre webs com ara Revolta Global, WTO o IMF, que indica la rellevància del web (node) en un grup, és fonamental observar l'estructura completa de la xarxa i identificar-hi els nodes que estableixen ponts entre els diferents grups. Aquests nodes poden no tenir els nivells d'enllaços més alts, però la seva posició és clau perquè permeten la connexió entre organitzacions amb diferents temes de preocupació. Actors com ara catdm.org (que també tenen un nivell d'intermediació alt) o attac-catalunya.org semblen ser els únics webs amb connexió amb webs contraris (vegeu la figura 6 i la taula 14). En aquesta xarxa, aquestes organitzacions semblen tenir un paper important en fer de pont entre webs de temes diferents, però només uns quants webs de la mostra seleccionada enllaçaven amb un web per oposició de temes. La imatge que sorgeix mostra esferes fragmentades, amb molts vincles densos entre si i més vincles escassos al mig. Per exemple, en la figura 6 i la taula 14 es pot veure un grup d'associacions mobilitzadores i un grup separat d'organitzacions contràries. L'anàlisi dels enllaços té moltes limitacions (Rogers i Marre, 2000), però l'existència d'enllaços web es pot interpretar com inscripcions d'eleccions comunicatives i estratègiques, ja que els enllaços suggereixen patrons de navegació forts que els usuaris solen seguir. Per tant, i segons Gibson (2007, p. 4), hem interpretat l'estructura social i de comunicació entre aquestes associacions en funció de l'estructura dels enllaços, encara que som conscients de la necessitat d'una anàlisi dels continguts per comprendre veritablement els patrons d'interacció.

Les conclusions sobre la xarxa radial d'associacions mobilitzadores per a aquest cas en concret confirmen la hipòtesi de fragmentació a mesura que els actors tendeixen a agrupar-se en xarxes unides amb pocs enllaços sortints cap a adversaris polítics (els objectius de la protesta). La falta d'enllaçar amb aquests adversaris pot expressar un desig d'evitar conflictes com una forma d'autisme en què la participació expressiva es duu a terme en l'acte de protesta sense conèixer els arguments dels adversaris polítics. La inexistència de referències explícites a través dels enllaços demostraria que les persones protesten contra decisions polítiques que no han explorat a consciència i que probablement no poden contraargumentar.

TAULA 14: ENLLAÇOS ENTRE WEBS D'ORGANITZACIONS I WEBS CONTRARIS

Intervinculació de	a
attac-catalunya.org =>	wto.org
cadtm.org =>	imf.org - wto.org
cetede.org =>	attac-catalunya.org - cadtm.org - favb.cat - revoltaglobal.cat
cgtcatalunya.cat =>	
endavant.org =>	cgtcatalunya.cat - maulets.org - sepc.cat
europa.eu =>	
favb.cat =>	
g20.org =>	imf.org
gencat.cat =>	europa.eu - wto.org
imf.org =>	g20.org - wto.org
maulets.org =>	sepc.cat
revoltaglobal.cat =>	cadtm.org - cgtcatalunya.cat - endavant.org - maulets.org - sindicatocobas.org
sepc.cat =>	endavant.org - maulets.org
sindicatdestudiants.org =>	sepc.cat
sindicatocobas.org =>	
wto.org =>	imf.org

tar. En una perspectiva de democràcia forta, els que protesten haurien de poder justificar les seves postures mitjançant arguments clars contra les decisions que volen rebutjar, però es podria esperar mínimament una falta d'ambivalència entre la motivació afirmada en expressar la disconformitat, amb poques expectatives per canviar les decisions i l'existència de referències amb enllaços a les decisions exactes contra les quals protesten. Un cop més, els enllaços són un dels múltiples mecanismes de referència possibles i, evidentment, la seva absència no implica que els individus no coneguin els seus objectius o arguments per a la participació, però indica mancances importants de les organitzacions mobilitzadores a l'hora d'utilitzar recursos d'informació política potents en les seves funcions d'intermediaris polítics.

## 5. Mobilització i visibilitat a Internet

Aquest apartat final se centra en les associacions mobilitzadores per tal de comparar-ne els resultats de mobilització amb la visibilitat a la xarxa.

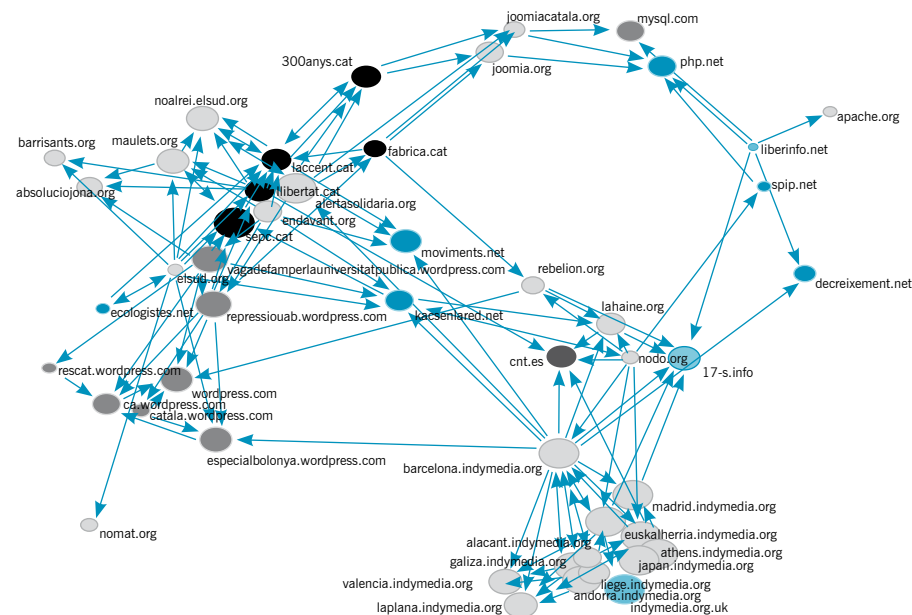
Proporcionarà més proves sobre el potencial que pot tenir la mobilització per Internet més enllà de les xarxes individuals en traçar les xarxes de les associacions i els seus perfils. La riquesa de recursos en el context de la mobilització correspon als nivells de presència i visibilitat a Internet. Com que això es pot mesurar per la quantitat d'enllaços entrants, es va fer servir l'Issue Crawler amb els 16 punts inicials identificats com les associacions mobilitzadores més rellevants (taula 12) i es va fer una anàlisi en cadena en què s'inclouen els webs dels mitjans a partir de les respostes de l'enquesta sobre els recursos dels mitjans on els activistes havien buscat informació sobre l'acte de protesta o d'on l'havien rebuda per identificar el nombre més gran de webs d'associacions i mitjans visibles que tenen enllaços amb els agents mobilitzadors. El 80% d'ambdues mostres va respondre que havia rebut informació de pàgines webs de mitjans alternatius. El gràfic de l'anàlisi en cadena mostra diferents tipus de domini amb diferents colors. Es pot veure com els webs de mitjans alternatius com ara Barcelona Indymedia, Alerta Solidària, Rebellion.org o Kaos en la Red tenen un paper central en la xarxa tenint en compte els enllaços entrants i sortints (taula 15).

TAULA 15: CENTRALITAT ENTRE ELS WEBS DE LES ASSOCIACIONS I ELS MITJANS EN TERMES D'ENLLAÇOS

Web	Enllaços entrants	Web	Enllaços entrants
sepc.cat	28	barcelona.indymedia.org	50
alertasolidaria.org	27	podem.cat	48
barcelona.indymedia.org	25	nacional.cup.cat	47
rebellion.org	24	setmanaridirecta.info	46
kaosenlared.net	23	17-s.info	43
endavant.org	21	endavant.org	42
maulets.org	19	nodo50.org	36
indymedia.org	18	alertasolidaria.org	32
llibertat.cat	18	cajei.cat	32
300anys.cat	17	elsud.org	31

Es pot afirmar que els actors més importants de la xarxa són SEPC, Alerta Solidària, Barcelona Indymedia, Rebellion.org i Kaos en la Red, que

FIGURA 7: ANÀLISI EN CADENA DE LES 16 ASSOCIACIONS IDENTIFICADES COM A AGENTS MOBILITZADORS (A PARTIR DE LES RESPOSTES DE L'ENQUESTA)



reben molts enllaços entrants i, per tant, s'espera que tinguin una gran visibilitat. En termes d'enllaços sortints podem observar la rellevància d'organitzacions com ara Barcelona Indymedia, Podem.cat i National.cup.cat, webs autodenominats independents o mitjans alternatius i organitzacions d'esquerres.

TAULA 16: GRAU D'INTERMEDIACIÓ EN ELS DEU WEBS MÉS CONNECTATS

Web	Grau d'intermediació	Web	Grau d'intermediació
barcelona.indymedia.org	1042	17-s.info	671
endavant.org	920	sepc.cat	543
kaosenlared.net	874	setmanaridirecta.info	494
alertasolidaria.org	773	podem.cat	490
nodo50.org	691	llibertat.cat	50

Incloure els webs dels mitjans en l'anàlisi dels valors per a l'indicador d'intermediació no difereix gaire de l'indicador de centralitat obtingut en l'apartat 4 (ja que els valors alts de webs com ara Barcelona Indymedia, Endavant o Kaos en la Red el podrien confirmar). Es pot veure que Indymedia és el grup més gran i que està connectat a la xarxa a través de Barcelona Indymedia; un altre grup es forma al voltant del domini wordpress.com, un gestor de blocs que sembla ser una eina perquè els activistes estenguin les seves idees. A més del paper central dels webs de mitjans alternatius, les associacions de mobilització que tenen un pes rellevant en el ciberespai són SEPC, Maulets, Endavant i CNT, que pertanyen principalment a la categoria de nous moviments socials, ja que la CNT és un sindicat.

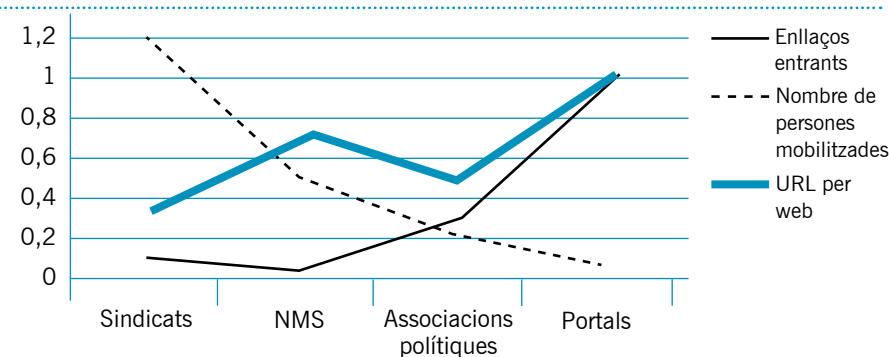
Webs de mitjans com ara Indymedia, Nodo50, 17-S.info i els deu webs anteriors concentren el 45% de tots els vincles. Indymedia representa el 15% de la mostra en cadena, que té 144 webs. La distribució no igualitària dels webs de mitjans confirma l'expectativa de possibilitats desiguals per a la visibilitat a Internet i un efecte limitat de l'impacte de punts d'entrada. Tot i així, també apunta a incentivar els webs amb baixa visibilitat que enllacin amb grans concentradors per tal d'expandir el seu missatge. És probable que les associacions petites decideixin enllaçar-se amb portals com ara Indymedia, Nodo50 o 17-S, amb l'efecte col·lateral de reforçar una distribució de llei potencial<sup>12</sup> que paradoxalment contribuiria a una concentració més gran en els concentradors, com a efecte inesperat per les associacions que intenten expandir el seu missatge. Malgrat que el cost de

<sup>12</sup> Les distribucions de probabilitat més comunes que descriuen els fenòmens socials segueixen una distribució gaussiana: les mitjanes i les medianes són iguals i les probabilitats cauen simètricament mentre descrivim els actes que s'aparten de les medianes, una corba en forma de campana. No obstant això, alguns fenòmens, segons va observar inicialment Pareto en la seva obra sobre la distribució dels ingressos i Zipf en l'obra sobre la probabilitat de l'ús de paraules en anglès en un text i en les poblacions de la ciutat, mostren distribucions de probabilitat completament diferents. Aquestes distribucions tenen "cues" molt llargues, és a dir, estan caracteritzades per un nombre molt petit d'esdeveniments molt rendibles (com el nombre de paraules que tenen una probabilitat enormement alta d'aparèixer en una frase triada a l'atzar, com ara the o to per a l'anglès) i un gran nombre d'esdeveniments que tenen una probabilitat molt baixa d'aparèixer (com ara la probabilitat que les paraules probability o blogosphere apareguin en una frase en anglès triada a l'atzar). Hi ha molt poca probabilitat que en qualsevol vèrtex, o node, la xarxa estigui molt connectada a d'altres i molta probabilitat que un gran nombre de nodes estiguin connectats de forma poc rígida o potser sense cap lligam. De manera intuïtiva, moltes pàgines web enllacen a la informació que es troba a Yahoo!, mentre que unes quantes enllacen a alguna pàgina web d'alguna persona triada a l'atzar (Barabási, 2002).

difondre missatges en el ciberespai és molt més reduït que el cost de parlar en un entorn de mitjans de comunicació, els intermediaris d'informació tenen un paper rellevant en la propagació dels missatges i l'expansió de la visibilitat dels petits actors. Aquests patrons de concentració tenen efectes importants sobre la fragmentació que poden no respondre a l'evitació dels actors de la diferència sinó al seu posicionament estratègic en la dinàmica d'Internet.

Finalment, sobre la relació entre els resultats de la mobilització de cada organització en comparació amb la seva presència a Internet, no s'ha trobat una correlació positiva entre el nombre de persones mobilitzades i la mida esperada de les associacions en el ciberespai. En la figura 8 es presenta la línia que segueixen les organitzacions mobilitzadores segons de quin tipus siguin i compara els nivells de visibilitat a Internet amb el nombre d'individus mobilitzats. Hi podem identificar un patró invers que refuta clarament la nostra hipòtesi. Això es pot interpretar en considerar els factors contextuals dels esdeveniments, ja que els sindicats tenen un paper clau en els esforços de mobilització. No obstant això, aquest resultat dona algun tipus d'esperança per al poder de la mobilització per Internet de les organitzacions amb pocs recursos i els públics conscienciats concrets. Una recerca posterior s'hauria de centrar en altres tipus d'actes de conscienciació concrets per corroborar aquesta interpretació.

FIGURA 8: MOBILITZACIÓ I VISIBILITAT PER A DIFERENTS TIPUS D'ORGANITZACIONS





El gràfic mostra l'indicador d'enllaços entrants que es fa servir per avaluar la visibilitat, però també inclou una mesura del volum de continguts web, donada pel nombre d'URL per web. Això es pot prendre com un altre poder de visibilitat, però indica les expectatives de les associacions en lloc del resultat efectiu de ser molt visibles. Les diferències entre les pràctiques dels nous moviments socials es poden interpretar com la confirmació de les expectatives dels efectes de les xarxes tradicionals en la mobilització en línia, ja que les organitzacions pobres en recursos tendeixen a invertir més a desenvolupar la seva presència a Internet en lloc de confiar en les xarxes tradicionals com fan les associacions polítiques o els sindicats.

## Debat i recerques posteriors

S'han plantejat dues hipòtesis principals sobre els efectes de la mobilització en línia: el seu impacte real per arribar a persones amb qui no es contacta per racionalitat d'exploració del contacte mitjançant canals fora de línia —que s'ha qualificat com a mobilització de masses— i la capacitat d'arribar a xarxes heterogènies superant els forats existents entre associacions i xarxes ben connectades.

En primer lloc, s'han proposat quatre premisses per a la mobilització en línia en comparació amb altres canals de mobilització per tal d'establir si els seus efectes es limitaven a les xarxes associatives, la participació passada o a la mobilització d'empenta i si se centraven exclusivament en una elit conscienciada en aquest cas. Una revisió de les conclusions d'aquest primer apartat ens porta a afirmar que no hi ha proves concloents en aquest cas per acceptar la hipòtesi principal sobre les limitacions de la mobilització en línia per arribar a més públics que no siguin l'objectiu per mitjà dels canals tradicionals fora de línia. Tampoc no s'ha tingut en compte la relació entre la mobilització per correu electrònic i la participació passada i la seva limitació per arribar a persones conscienciades que s'inscriuen en llistes d'informació i acció política o que segueixen els afers públics de forma voluntària. Aquests resultats donen suport al potencial democràtic

de la mobilització per Internet almenys en la participació en protestes i encoratgen a seguir cercant-ne els efectes sobre altres tipus de participació o els efectes en el comportament polític.

Amb relació als efectes de la mobilització en línia sobre la diversitat, no s'ha trobat cap prova que l'ús d'Internet pugui canviar el comportament esperat d'autoreferència, ja que els agents mobilitzadors eviten vincular-se als adversaris polítics. La creença que Internet pot promoure pràctiques discursives subtils com la referència a arguments contraris es basa en una premissa normativa perquè els agents de mobilització adoptin funcions d'interès general que promoguin l'autonomia ciutadana. No obstant això, es pot seguir avaluant si ens fixem en els discursos marc i els continguts dels missatges de mobilització. Els patrons confirmats de segregació sobre posicions de consciència divergents corrobora que les restriccions humanes són més pronunciades que les oportunitats que aporta el canvi tecnològic a pesar de la seva contribució a reduir el cost de travessar les fronteres de la xarxa. Tot i això, l'enfocament utilitzat per abordar l'heterogeneïtat per mitjà de la classificació pel tipus d'actors i l'establiment de les organitzacions contràries a partir d'objectius de protesta és bastant limitat per tal d'extreure conclusions sobre la fragmentació tradicional. No obstant això, es pot ampliar per avaluar altres factors d'heterogeneïtat en fer servir l'anàlisi de continguts per tal de comprendre les posicions ideològiques i el detall de les postures sobre els temes. Això ajudaria a trobar un enfocament més reflexiu sobre el coneixement que genera la funció dels agents de mobilització en els canals amb molts mitjans.

Sobre el potencial de mobilització, no es podria confirmar l'existència de limitacions relacionades amb la visibilitat a Internet, però se sap que es podrien convertir en un risc en promoure la fragmentació, ja que impliquen iniciatives de concentració. La dinàmica de visibilitat per als mitjans convencionals i l'Internet comercial podria tenir un paper primordial en la comprensió de la mobilització en línia de la mateixa manera que els concentradors tenen una funció central com a ponts estructurals. Cal estudiar amb més profunditat les característiques contextuais per tal d'avaluar

l'impacte relatiu dels intermediaris polítics com a agents de confiança a l'hora de contactar amb les persones i fer de pont amb les limitacions d'atenció, en lloc de mesurar la seva presència a Internet. També convé fer més recerca per comprendre el paper dels mitjans de comunicació com a intermediaris en la mobilització i la seva posició de xarxa en el ciberespai. Les iniciatives de fenomen de concentració que es podrien derivar de les diferents organitzacions que volen maximitzar l'abast dels concentradors d'alta densitat és una preocupació important que s'ha d'explorar fixant-se en les estratègies dels mitjans i el comportament en la xarxa dels agents mobilitzadors.

Finalment, s'ha identificat la necessitat d'aguditzar el mesurament dels dispositius que s'utilitzen en les perspectives tradicionals sobre els recursos individuals, els patrons de consum d'informació, el coneixement polític i les motivacions personals per tal d'obtenir més detalls sobre el coneixement de les preocupacions i les actituds vers el conflicte i el desacord. Això podria permetre una comprensió més rica dels factors diferencials que expliquen els comportaments de les persones més sofisticades que utilitzen Internet amb fins polítics. Es tracta d'un tema crític en la mobilització en línia si volem diferenciar entre ciutadans autònoms i reflexius i les persones anònimes que poden propagar els missatges, signar o adherir-se a campanyes per correu electrònic sense massa consciència i que podrien ser objectius fàcils de campanyes altament efectives que pretenen mobilitzar públics conscienciats amb poca argumentació.

## Bibliografia

- ANDUIZA, E.; CANTIJOCH, M.; GALLEGRO, A. "Participación política e Internet: hipótesis descriptivas y mecanismos causales". *Information, Communication and Society*. En preparació, 2008, p. 835.
- BALL. "Critical Mass". *Arrow*, 2005, p. 644.
- BARABÁSI, Albert-László. *Linked: The New Science of Networks*. Cambridge: Perseus, 2002.
- BENKLER, Y. *The Wealth of networks*. Yale University Press, 2006, p. 527. <[http://www.benkler.org/Benkler\\_Wealth\\_Of\\_Networks.pdf](http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf)>
- BRADY, H. E. "Political Participation". A: Robinson, J. P. (ed.); Phillip, R. S. (ed.); Lawrence, S. W. (ed.). *Measures of Political Attitudes*. San Diego: Academic Press, 1999, p. 737-801.
- CRICK, B. *En defensa de la política*. Tusquets, 1962, p. 328.
- DELLAPORTA, D.; DIANI, M. *Social Movements and Introduction*. Blackwell, 1999, p. 326.
- DIANI, M. (ed.); MCADAM, D. (ed.). *Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action*. Oxford: Oxford University Press, 2003.
- DRYZECK, J. *Deliberative Democracy and Beyond Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press, 2000, p. 206.
- GARRETT, Kelly. *Exposure to Controversy in an Information Society*. Tesi doctoral. Universitat de Michigan [en línia].
- GIBSON; ACKLAND; LUSOLI; WARD. "Mapping 'Small Things' On the Web: Assessing the Online Presence of the Nanotechnology Industry". *Annual Conference of the International Communication Association*.
- GONZÁLEZ, S. "The Inner Digital Divide: How the Web Contributes (or not) to Political Equality". Article número 2, Departament de Sociologia de la Universitat d'Oxford, abril de 2008.
- RHEINGOLD, H. *The Virtual Community: Finding a Connection in a Computerised World*. Minerva, 1995.
- HANNEMAN, R. *Introduction to Social Networks* [en línia]. 2000. <<http://www.analytictech.com/networks.pdf>>. [Consulta: març de 2009]. [Document en línia de mètodes elementals, ampli i d'actualització habitual].
- HINDMAN, M. *Voice, Equality and the Internet*. En preparació, 2007, p. 177.
- HORRIGAN, J.; GARRETT, K.; RESNICK, P. *The Internet and the democratic debate*. Internet Life Project / Universitat de Michigan, 2004.
- JORDAN, A. G.; MALONEY, W. A. *The protest business?: mobilizing campaign groups*. 1997.

- KRUEGER, B. "A Comparison of Conventional and Internet Political Mobilization". *American Politics Research*, 2006, núm. 34, p. 759-777.
- KRUEGER, B. "Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach". *American Politics Research*, 2002, vol. 5, núm. 30, p. 476-498.
- NEGROPONTE, N. *Being Digital*. Coronet, 1995.
- PICKERILL, J. *Cyberprotest: Environmental Activism Online*. Manchester University Press, 2003, p. 162.
- ROGERS, R. *Information Politics on the Web*. The MIT Press, 2004, p. 199.
- ROSENSTONE; STEVEN, J.; HANSEN, J. M. *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. Nova York: Macmillan, 1993.
- SOLÉ, R. *Redes complejas. Del genoma al internet*. Tusquets, 2009, p. 235.
- STANLEY, J.; WEARE, C. *The Effects of Internet Use on Political Participation*. 2004.
- SUNSTEIN, C. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press, 2007.
- TILLY, C.; MCADAM, D.; TARROW, S. *Dynamics of contention*. Nova York: Cambridge University Press, 2001.
- VAN AELST, P.; WALGRAVE, S. "Who is that (wo)man in the street? From the normalisation of protest to the normalisation of the protester". *European Journal of Political Research*, 2001, vol. 4, núm. 39, p. 461-486.
- VERBA, S.; KAY, L.; SCHLOZMAN; BRADY, H. "Voice and equality: Civic voluntarism". A: *American Politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- WALGRAVE, S.; VERHULST, J. "The first time is the hardest? A cross-national and cross-issue comparison of first-time protest participants". *Annual APSA Meeting, August 31-September 3*. Filadèlfia, 2006.
- WARD, S.; VEDEL, T. "Introduction: The potential of the Internet Revisited". *Parliamentary Affairs*, 2006, vol. 2, núm. 59, p. 210-225.
- WOODY STANLEY, J.; WEARE, C. *The Effects of Internet Use on Political Participation*. 2004.
- WOODY STANLEY, J.; WEARE, C. "Evidence From an Agency Online Discussion Forum". *Administration & Society*, vol. 36, núm. 5, p. 503-527.
- YOUNG, I. *Inclusion and Democracy*. Nova York: Oxford University Press, 2002.

## **TÍTOLS PUBLICATS A LA “COL·LECCIÓ PARTICIPACIÓ CIUTADANA”**

### **1 L'Estatut és de tothom. Procés participatiu per a la reforma de l'Estatut d'autonomia de Catalunya**

Direcció General de Participació Ciutadana

### **2 La participació ciutadana en els municipis gironins.**

Direcció General de Participació Ciutadana

### **3 La participació de les dones en els municipis.**

Pilar Pujol

### **4 Experiències de democràcia participativa local a Catalunya: un mapa analític.**

Joan Font; Carolina Galais

### **5 La participació política i associativa de les dones i els homes a Catalunya**

Rober Líñeira

### **6 Internet, participació, mobilització: la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu.**

Eva Anduiza (coordinadora), Marta Cantijoch Cunill, Clelia Colombo Vilarrasa, Camilo Cristancho, Carolina Galais González, Aina Gallego Dobon, Michael J. Jensen, Laia Jorba Galdós i Jorge Salcedo



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Interior,  
Relacions Institucionals i Participació

**Direcció General de Participació Ciutadana**