



Hivern 2014

## I, me and my party: els diputats/es del Parlament a Twitter <sup>1</sup>

### **Marc Esteve i Del Valle**

Doctorand del programa de Societat de la Informació i del Coneixement de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i investigador del Internet Interdisciplinary Institute (IN3)

@mestevedelvalle / <http://www.surfandpolitics.com>

### **Rosa Borge Bravo**

Professora de Ciències Polítiques de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i investigadora del Internet Interdisciplinary Institute (IN3)

@rosaborgeb

*"Birds of the same feather tweet together"*

(Himmelboim et al., 2013)

Jack Dorsey creà Twitter el 21 de Març del 2006; El 2014 l'empresa registrà 285 milions d'usuaris actius (Twitter, 2014), un augment del 30 % anual. En tant que Mitjà de Comunicació i Xarxa Social, Twitter ofereix la possibilitat de transmetre el missatge a una àmplia audiència a la vegada que possibilita una personalització dels fluxos comunicatius fins a nivells mai observats en política. A més a més, Twitter permet als usuaris establir un diàleg directe amb els parlamentaris així com crear, filtrar o compartir continguts. Tanmateix, Twitter també exerceix una pressió horitzontal i participativa sobre les estructures jeràrquiques dels partits i en difumina una tradicional estratègia comunicativa basada en una divisió dels missatges dirigits als seus membres i a la resta de la ciutadania.

Són múltiples els autors que han analitzat des de diferents angles la influència de les xarxes socials en el vot, la mobilització política i les campanyes electorals. Tot i això, les anàlisis sobre les interaccions dels parlamentaris a Twitter i els efectes que aquesta xarxa social pot tenir en el funcionament dels Parlaments i en la comunicació entre els seus membres escassegen. Entre els pocs estudis que aborden aquesta problemàtica cal destacar els duts a terme sobre els congressistes americans (Golbeck, et al., 2010), els parlamentaris australians (Grant et al., 2010; Missingham, 2010), els polítics de Corea del Sud (Yoon and Park, 2014) i els diputats del Parlament de Catalunya (Esteve i Borge, 2014). Aquests anàlisis mostren la rellevància de Twitter com a mitjà que, tot i reproduir i consolidar les diferències ideològiques i partidistes entre els grups parlamentaris, també propicia les relacions interpartidistes i l'aparició de nous lideratges en xarxa.

En el cas del Parlament de Catalunya la nostra investigació més recent té com a objectiu respondre dues preguntes: a) Els parlamentaris catalans estan utilitzant Twitter per entrar en contacte amb els diputats dels altres grups o s'estan limitant a seguir els diputats dels seus partits?, b) En l'ús que els parlamentaris catalans fan de Twitter per interrelacionar-se es





reproduïen les clivelles ideològiques i es manté la polarització o s'eixamplen les relacions entre ideologies diverses (dreta-esquerra/catalanisme-espanyolisme)?

A fi de donar resposta a aquestes qüestions exposarem en primer lloc uns breus apunts sobre l'ús de Twitter al Parlament de Catalunya i per part de la societat catalana. A continuació presentarem dades quantitatives relatives als percentatges de seguiment (following) i de mencions entre els diputats del Parlament així com presentarem els resultats de l'anàlisi de la xarxa de Twitter (following i mencions) dels diputats. Finalment conclourem el text amb unes reflexions sobre les implicacions dels resultats.

### **El Parlament de Catalunya i Twitter**

L'adopció de les Xarxes Socials per part del Parlament de Catalunya i dels seus membres fou primerenca. De fet, el 17 de març de l'any 2009 el Parlament inicià el projecte "Parlament 2.0" el qual es fonamentava en "adaptar el Parlament al nou rol actiu dels usuaris de les Xarxes Socials" (Benach, 2010). En aquest sentit, el Parlament obrí un Canal Youtube i un perfil a Facebook i a Twitter. A més a més, l'octubre del 2013 aquesta mateixa institució inicià la plataforma "Escó 136" dins de la web del Parlament en la que els ciutadans poden fer aportacions, comentaris i suggeriments sobre els projectes i les proposicions de llei que s'estan tramitant. D'altra banda, l'any 2013-2014 la ràtio de parlamentaris catalans amb un perfil a Twitter era del 85 %, de lluny molt més elevat que el del Congreso de los Diputados (52,6 %), el Bundestag alemany (31,61 %) o The House of Commons (72,3 %) del Regne Unit, però lleugerament per sota de la House of Representatives (90%) dels Estats Units d'Amèrica.

Així mateix, una bona part de la ciutadania catalana utilitza Internet (27,8 %) i les xarxes socials (19,7 %) per obtenir informació política (Primera onada del Centre d'Estudis d'Opinió -CEO-, Abril del 2014). De fet, en l'actual context polític que viu Catalunya, caracteritzat per les demandes d'un referèndum d'independència i les protestes contra les mesures d'austeritat econòmica, els mitjans de comunicació social estan jugant un paper rellevant en la comunicació i mobilització política.

### **Dades quantitatives i anàlisi de la xarxa de Twitter**

Per tal de donar resposta a les preguntes plantejades hem recollit totes les relacions de Following/Follower (Seguint i Seguidor) i les mencions entre els diputats del Parlament des de l'1 de gener del 2013 fins el 31 de març del 2014.

Pel que fa les relacions de seguiment d'un parlamentari respecte a un altre, presentem dos resultats: a) La taula 1 mostra el percentatge de seguiment dels diputats de cada grup parlamentari respecte als altres; b) El gràfic 1 mostra la xarxa de seguiment dels parlamentaris entre d'ells.





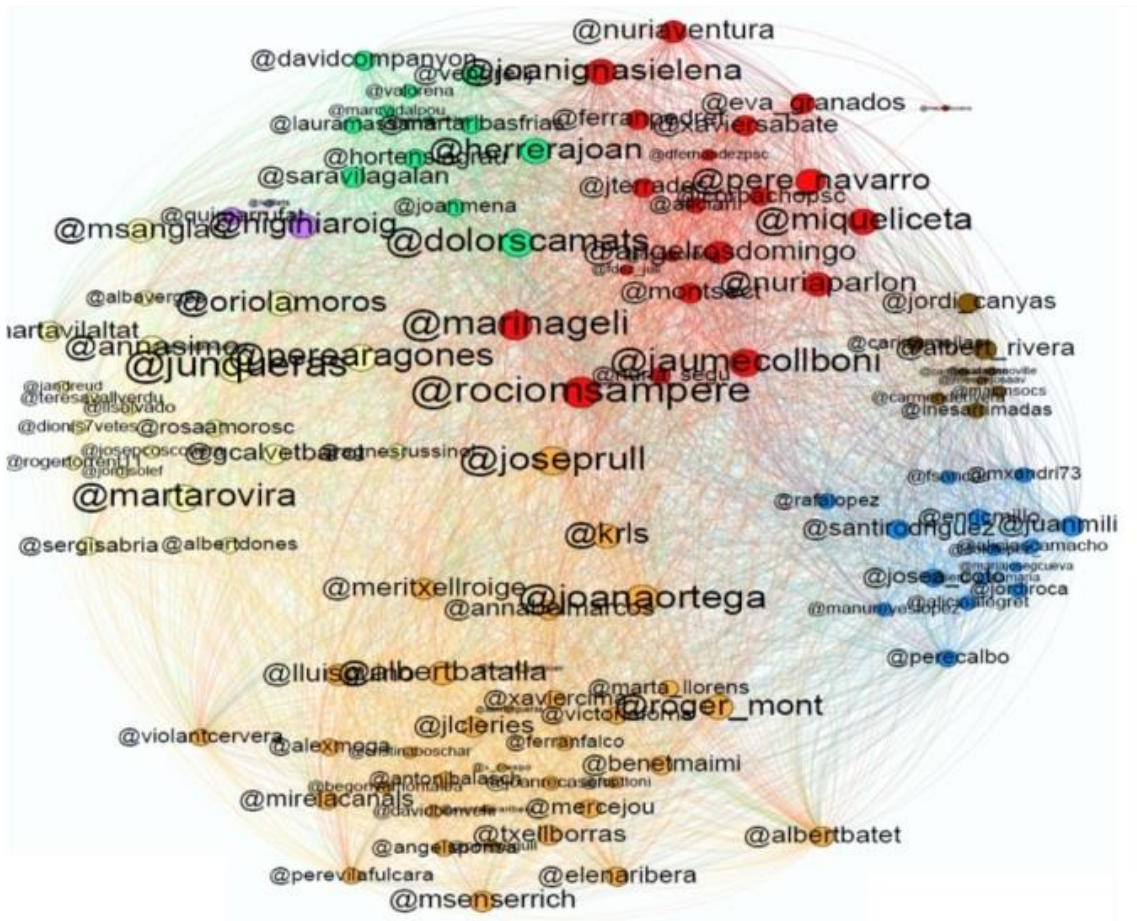
**Taula 1: Percentatge de Seguiment (Following) total sobre el total possible de relacions de seguiment entre els diputats dels grups parlamentaris dins la xarxa de Twitter dels parlamentaris catalans de l' 1 de Gener del 2013 al 31 de Març del 2014.**

Grups Parlamentaris	CIU (35)	ERC (21)	PSC (21)	PP (15)	ICV-EUiA (11)	C'S (9)	CUP (3)
CIU	71.93%	27.17%	16.53%	19.71%	12.03%	11.76%	3.92%
ERC	36.13%	90.48%	14.99%	13.33%	34.63%	5.29%	33.33%
PSC	28.43%	23.39%	84.29%	32.70%	44.16%	24.34%	14.29%
PP	27.84%	12.70%	18.41%	95.24%	7.88%	17.78%	4.44%
ICV-EUIA	22.73%	44.16%	41.13%	22.42%	95.45%	18.18%	18.18%
C'S	16.34%	8.99%	18.52%	50.43%	18.18%	100.00%	0.00%
CUP	33.33%	55.56%	30.16%	11.90%	24.24%	3.70%	100.00%





**Gràfic 1: Xarxa de les relacions de seguiment (Following) dels diputats del Parlament de Catalunya a Twitter**



\*Els nodes de la xarxa són els 115 diputats amb compte de Twitter

\*\*La mida dels nodes és equivalent al la centralitat que ocupen a la xarxa en funció del seu nombre de seguidors/es (A més seguidors/es, major mida i a la inversa).

\*\*\*El color dels nodes és equivalent al partits polítics que pertanyen els diputats/es: taronja (CIU), groc (ERC), vermell (PSC), blau (PP), verd (ICV), marró (C'S) i violeta (CUP).

Els resultats que es deriven de les dades de la Taula 1 i del Gràfic 1 són els següents: (a) La majoria dels diputats segueixen d'una forma aclaparadora molt més els diputats dels seus grups parlamentaris que els dels altres grups; (b) S'observen set comunitats clarament definides en el gràfic les quals signifiquen que les relacions de seguiment més estretes es donen entre els diputats del mateix grup que entre aquests i els dels altres grups; (c) Els diputats dels partits d'esquerres (ERC, PSC, ICV-EUIA i CUP) i de dretes (CIU, PP i C'S) es segueixen molt més entre ells que no amb els que ocupen l'altre clivella ideològica; (d) L'eix nacionalista també divideix el seguiment entre els diputats catalans dels partits sobiranistes (CIU, ERC, CUP i ICV-EUIA) i els dels altres partits (PSC, PP i C's).





No obstant això, la xarxa de Mencions dels parlamentaris catalans és menys partidista i polaritzada. En primer lloc, el percentatge de mencions totals dels parlamentaris respecte als del seu propi grup és del 66%, mentre que en el cas de la xarxa de Following és del 91%. En segon lloc, tal i com es pot observar en la Taula 2, encara que el percentatge més elevat de mencions en la majoria dels partits correspon al propi partit, també hi ha partits com les CUP on el 60% de les mencions són vers els altres partits. A més a més, en el cas del PSC, ICV-EUiA o CiU, més del 34% de les mencions són pels altres partits.

**Taula 2: Percentatge de mencions entre els grups parlamentaris en la xarxa de Twitter dels parlamentaris Catalans de l'1 de Gener del 2013 fins al 31 de Març del 2014.**

Grups parlamentaris	CiU (35)	ERC (21)	PSC (21)	PPC (15)	ICV-EUiA (11)	C'S (9)	CUP (3)
CiU	65.99%	10.72%	5.25%	8.91%	6.12%	2.57%	0.44%
ERC	2.81%	76.21%	3.53%	4.44%	8.46%	3.70%	0.84%
PSC	6.28%	14.53%	62.94%	2.66%	10.01%	3.00%	0.59%
PP	6.65%	12.19%	1.85%	72.02%	3.74%	3.05%	0.51%
ICV-EUiA	1.89%	20.98%	4.92%	3.52%	65.51%	1.89%	1.28%
C'S	2.49%	10.77%	1.86%	2.56%	2.03%	80.18%	0.11%
CUP	1.68%	14.32%	6.95%	3.89%	32.21%	0.95%	40.00%

Finalment, la Taula 2 també mostra que hi ha partits que esmenten a d'altres partits que tenen un posicionament ideològic oposat al seu. Per exemple, els parlamentaris del PP i C'S fan esment en més d'un 10% a parlamentaris d'ERC i gairebé un 9% de les mencions dels parlamentaris de CIU són realitzades als representants del PP.

## Conclusions

Les dades presentades en aquest text així com l'anàlisi de la xarxa de Twitter dels diputats del Parlament de Catalunya ens permeten concloure que els representats del poble català es relacionen molt més amb aquells diputats que són del seu partit i que es posicionen d'una manera similar en les clivelles Esquerra-Dreta o Nacionalista que amb els dels altres grups parlamentaris. En aquest sentit la xarxa de Twitter dels parlamentaris no esdevé doncs una esfera pública en línia ni un canal de diàleg interpartidista.

No obstant això, també hem observat que el comportament dels parlamentaris a Twitter és ideològicament més polaritzat i partidista en el cas de la xarxa de seguiment (following) que en





la de les mencions. De fet, alguns autors afirmen que el seguiment dins les xarxes polítiques en línia està basat en la reciprocitat mútua i la pressió o disciplina ideològica, mentre que les mencions depenen més de la popularitat o centralitat dels parlamentaris que s'esmenten, siguin o no siguin aquests del mateix partit o ideologia (Conover et al, 2011; Yoon and Park, 2014). En conclusió, aquestes diferències de comportament dels diputats mostren un clar posicionament estratègic que seria interessant estudiar amb més profunditat en futures recerques..





## Referències Bibliogràfiques

Benach, E. (2010). Política 2.0. Barcelona: Bromera.

Centre d'Estudis d'Opinió. (2014). Baròmetre d'opinió política (BOP). 1a onada 2014. Accessible a: <http://www.ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages>

Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonçalves, B., i Flammini, F. (2011). Political polarization on Twitter. A: Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, AAAI, Barcelona.

Esteve, M., i Borge, R. (2014). Are social media changing party politics? Brokers among the members of the Catalan parliament Twitter network.

A: Balcells, J., Cerrillo, A., Peguera, M., Peña-López, I., Pifarré, M.J i Vilasau, M. Internet, Law and Politics. A Decade of Transformations. Paper presentat a la 10th International Conference on Internet, Law and Politics, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 3-4 July (pp. 745-766). Barcelona: Huygens. Accessible a: <http://edcp.uoc.edu/symposia/idp2014/proceedings/>

Goldbeck, J., Grimes, J. M., i Rogers, A. (2010). Twitter use by the U.S. Congress. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 61 (8), 1612–1621.

Grant, W., Moon, B., i Grant, J. (2010). Digital dialogue? Australian politicians' use of the social network tool Twitter. Australian Journal of Political Science, 45 (4), 579-604.

Himmelboim, I., Mc Creery, S., i Smith, M. (2013). Birds of a feather tweet together: Integrating network and content analysis to examine cross-ideology exposure on Twitter. Journal of Computer-Mediated Communication, 18 (2), 154-174.

Missingham, R. (2010). The Australian Parliament in the Twittersverse. Australian Parliamentary Review, 25 (1), 3-16.

Yoon, H. Y., & Park, W. H. (2014). Strategies affecting Twitter based networking pattern of South Korean politicians: social network analysis and exponential random graph model. Quality and Quantity, 48 (1), 409-423.

