

LA COMUNICACIÓN EN LOS PARLAMENTOS ESPAÑOLES: LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DESDE LA TELEVISIÓN A LAS REDES SOCIALES

COMMUNICATION IN SPANISH PARLIAMENTS: FROM TELEVISION TO SOCIAL MEDIA

Eva Campos Domínguez

Universidad de Valladolid

Cómo citar / Nola aipatu: Campos Domínguez, E. (2024). La comunicación en los parlamentos españoles: la información institucional desde la televisión a las redes sociales. *Legebiltzarreko Aldizkaria - LEGAL - Revista del Parlamento Vasco*, 5: 8-21
<https://doi.org/10.47984/legal.2024.001>



RESUMEN

Este texto plantea una descripción general de la comunicación parlamentaria de las asambleas españolas, con especial atención a la digital. Partiendo de la revisión de la literatura no sistematizada, pretende, en primer lugar, detectar hitos que ayuden a comprender la importancia de la tecnología de las comunicaciones en la difusión de la actividad de las asambleas legislativas. En segundo lugar, se realiza un análisis exploratorio de cómo los parlamentos españoles están usando sus perfiles en la red social X. Las conclusiones avanzan que los parlamentos mantienen una comunicación tradicional en redes sociales (de un emisor a varios receptores) y basada en contenidos de agenda institucional. Por tanto, requiere de nuevas habilidades comunicativas y plantea retos cambiantes para las instituciones parlamentarias.

PALABRAS CLAVE

Comunicación parlamentaria, parlamento digital, parlamento virtual, redes sociales, red social X.

LABURPENA

Testu honek Espainiako asanbleetako komunikazio parlamentarioaren deskribapen orokorra egiten du, arreta berezia jarrita komunikazio digitalean. Sistematizatu gabeko literaturaren berrikuspenetik abiatuta, testuaren asmoa da, lehenik eta behin, komunikazioaren teknologiek parlamentuen jardueraren hedapenean duten garrantzia ulertzen lagunduko duten mugarriak detektatzea. Bigarrenik, esplorazio-azterketa bat egiten da, ikusteko Espainiako parlamentuek X sare sozialean dituzten profilak nola erabiltzen dituzten. Ondorioek adierazten dute parlamentuek komunikazio tradizionalari eusten diotela sare sozialetan (igorle bat eta hainbat

hartzaille) eta komunikazio hori agenda instituzionaleko edukietan oinarrituta dagoela. Beraz, komunikazio-trebetasun berriak exijitzen ditu eta erakunde parlamentarioei erronka aldakorrak planteatzen dizkie.

GAKO-HITZAK

Komunikazio parlamentarioa, parlamentu digitala, parlamentu birtuala, sare sozialak, X sare soziala.

ABSTRACT

This paper proposes a general description of parliamentary communication in Spanish assemblies, with special attention to digital communication. Based on a review of the non-systematized literature, it aims,

firstly, to detect milestones that help to understand the importance of communications technology in the dissemination of the activity of legislative assemblies. Secondly, an exploratory analysis of how Spanish parliaments use their X profiles is carried out. The conclusions show that parliaments maintain traditional communication in social media (from one sender to several receivers) and are based on institutional agenda content. Therefore, it requires new communication skills and poses changing challenges for parliamentary institutions.

KEYWORDS

Parliamentary communication, digital parliament, virtual parliament, social media, X.

SUMARIO

- I. INTRODUCCIÓN.
 - II. LA COMUNICACIÓN Y EL PARLAMENTO.
 - III. EL PARLAMENTO DIGITAL.
 - IV. LOS PARLAMENTOS ESPAÑOLES EN X A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE CASO.
 - V. CONCLUSIONES.
- BIBLIOGRAFÍA.*

I. INTRODUCCIÓN

El Parlamento español plantea algunas características particulares con respecto a otros europeos que deben considerarse en cualquier estudio que pretenda acercarse a su comunicación parlamentaria.

A diferencia de Italia, Alemania o, incluso, de otros países más próximos como Portugal, en España el sistema parlamentario actual se sustenta en una transición política del antiguo régimen que conllevó ciertos elementos de continuidad en el nuevo sistema político. Tal y como señala Morán (1989: 67), “la existencia de un proceso de transición política pacífica, iniciado a partir de la muerte de Franco el 20 de noviembre de 1975, y que culmina en una primera etapa con la celebración de las primeras elecciones democráticas en algo más de cuarenta años, el 15 de junio de 1977, que dan origen a la formación de las Cortes constituyentes, ha sido objeto de reflexión para numerosos sociólogos y politólogos”. Y, siguiendo a Valls-Alguacil (2018: 56), “en lo que se refiere a la administración parlamentaria, los casi 40 años de dictadura condujeron a la creación de una organización administrativa que, a grandes rasgos, sigue existiendo en la actualidad”.

En esa organización, algunos de los protagonistas del anterior régimen jugaron un papel muy importante en los inicios del Parlamento democrático: se creó el conjunto de códigos de conducta, normas y valores parlamentarios que iban a constituir la nueva cultura política democrática, así como las formas y maneras típicas de socialización de la clase política en general y de la clase parlamentaria. Dado que “en España el inicio del nuevo sistema democrático no se corresponde con una ruptura drástica con el antiguo régimen, tampoco existe una derrota bélica (casos italiano y alemán) o una quiebra revolucionaria (caso portugués) que marque la separación entre ambos momentos. Ello hace necesario sopesar, en todo momento, la importancia y el papel jugado por los elementos de ‘continuidad’ en el nuevo sistema político”.

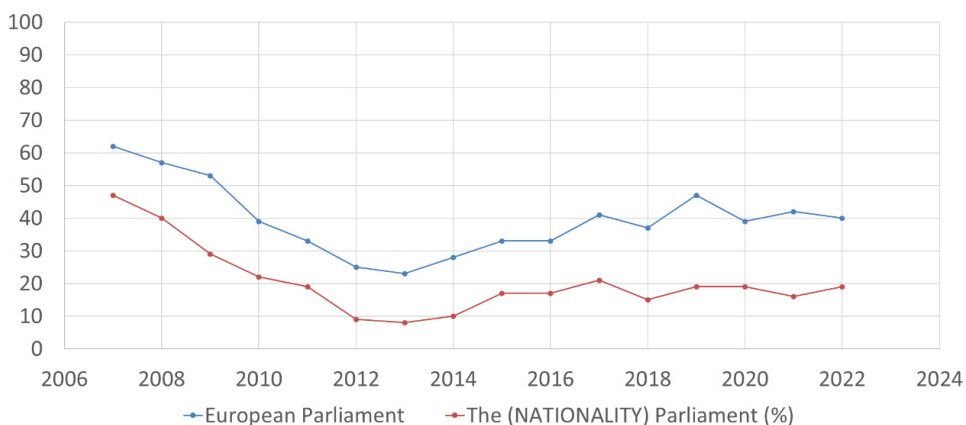
Con la Constitución española de 1978, se puso en marcha el Estado de las autonomías, con la creación de diferentes cámaras de representación en cada una de las diecisiete comunidades autónomas. A partir de entonces, en la década de los ochenta se celebraron las primeras elecciones de los parlamentos autonómicos. La Constitución española (1978) otorga al Parlamento un papel clave en el que los diputados, independientes y generalistas, discuten libremente y sin restricciones todas las cuestiones de interés general y deciden con igual libertad y autonomía de criterio (Morán, 1989). Pero la práctica es muy diferente, y a partir de la década de los ochenta esta diferencia se agudizó. Después del primer período de volatilidad de los partidos, se consolidó otro de bipartidismo entre el PSOE y el PP. A partir de 1982, con la mayoría parlamentaria socialista, comenzó una nueva etapa en el Parlamento español. El resultado fue una tendencia al bipartidismo en los partidos de ámbito estatal, con la presencia de nacionalistas que hacían de bisagra cuando no se alcanzaban mayorías absolutas. Tras la última legislatura de Felipe González, se inició un período difícil, con varios casos de corrupción (que continuarían con los gobiernos del PP), varias crisis económicas y un

elevado desempleo juvenil. Es en esta etapa cuando comienza la transformación digital de los parlamentos españoles.

A partir de las elecciones a Cortes Generales de 2015 se sucedió en España un ciclo electoral que se reflejó en la ruptura del bipartidismo anterior, con la aparición de nuevos partidos políticos: primero Ciudadanos y Podemos, y después, Vox. Tras una moción de censura en 2018 y las elecciones de 2019, se conformó el primer Gobierno de coalición de la historia democrática de España. La presencia de nuevas fuerzas en la cámara española motivó cambios en los códigos y cultura parlamentarios que vinieron a definir una nueva forma de hacer y entender la política legislativa.

El índice de confianza de los españoles en el Parlamento nacional ha ido disminuyendo en los últimos cuarenta años: la confianza de los españoles en el Parlamento nacional es, en la escala temporal de 2007 a 2022, inferior a su confianza en el Parlamento Europeo en una media de 19 puntos porcentuales, según el Eurobarómetro.

Gráfico 1. Índice de confianza ciudadana en España en el Parlamento



Fuente: Eurobarómetro.

Los cambios políticos y la transformación en la propia cultura política parlamentaria que han ido impulsado tanto los grupos políticos como la propia institución, junto con los índices de confianza entre la ciudadanía, marcan diferentes ejes de interés para tratar de entender cómo es la comunicación que emana desde los propios parlamentos.

II. LA COMUNICACIÓN Y EL PARLAMENTO

El Parlamento, al menos en España, ha sido estudiado fundamentalmente desde el ámbito del derecho y de la ciencia política; más recientemente, también ha generado interés en disciplinas más próximas a la comunicación. Dentro de este campo científi-

co, su motivación surgió principalmente a partir del desarrollo del principio de publicidad parlamentaria. Este incluye dos formas de publicidad: la presencia del público en el lugar de sesiones y la publicación de los debates en la prensa (De Vega García, 1985).

Bentham (1843) señaló tres efectos significativos del principio de la publicidad parlamentaria. El primero de ellos, vinculado a la función de la educación política: la publicidad parlamentaria permite que las buenas ideas se difundan universalmente y que los potenciales prejuicios sean combatidos con la transparencia y la información de la actividad parlamentaria.

El segundo de ellos se relaciona con el mecanismo de control frente a la arbitrariedad, la corrupción o la injusticia de los propios diputados. Para el propio Bentham (1843), el público forma un tribunal de justicia superior que se conforma como un tribunal incorruptible.

Y el tercero de ellos alude a que la propia información permite romper el hiato entre representantes y representados, y proceder a una auténtica moralización de la vida pública general: al conocerse socialmente la conducta y actuación de los diputados, la elección de estos ya no debiera ser fruto de una decisión a ciegas.

El principio de publicidad parlamentaria determinó el papel de los formadores de la opinión pública de los siglos XIX y XX (fundamentalmente, de los medios de comunicación de masas), e integró el Parlamento en la estructura de la información y de la opinión pública burguesa (Habermas, 1981), dado que, en palabras de De Vega (1985), el Parlamento ya no sería concebido, en Europa, como un órgano de Estado, sino que pasaría a ser entendido como un órgano de la sociedad.

En este proceso, la tecnología ha jugado un papel clave. La taquigrafía y el telégrafo, en los siglos XVII y XVIII, supusieron ya en su momento unos elementos clave para la difusión de la actividad parlamentaria. La irrupción de la prensa escrita lo fue igualmente con el desarrollo de la comunicación de masas de los siglos XIX y XX.

En el siglo XX, la transformación audiovisual, con la llegada de la radio y de las cámaras de televisión a las instituciones legislativas, supuso un nuevo cambio en la comunicación parlamentaria. La imagen televisada motivó la “democracia de audiencia” (Manin, 1998) y la “democracia visiva” (Colombo, 1976): con el predominio de la televisión, lo visible prevalece frente a lo inteligible, dado que confiere la sensación de proximidad en la actividad parlamentaria y genera un grado de familiaridad con los representantes parlamentarios. La imagen televisiva implica una modificación de las formas de hacer y pensar el Parlamento, al mismo tiempo que contribuye a generar una percepción social sobre la actividad parlamentaria. Porque, siguiendo a Muñoz-Alonso (1995: 61), “las relaciones entre el parlamento y los medios de comunicación de masas no se agotan en la cuestión de la retransmisión de los debates. Los diferentes grupos parlamentarios presentes en las Cámaras saben que sus iniciativas parlamentarias no son eficaces si no tienen reflejo y continuidad en los medios de comunicación de masas”.

La televisión irrumpió con fuerza en los parlamentos de la mayoría de los países democráticos, mediante la creación de varios tipos de canales legislativos: desde los promovidos por los propios parlamentos hasta los generados desde la televisión generalista. A todo ello, desde la década de los noventa del siglo xx, se suma la retransmisión audiovisual de la actividad de las cámaras a través de sus sitios web.

Nueva Zelanda inició la emisión de la actividad de su cámara de representantes en 1936 a través de la radio, y, junto con Australia, se convirtió en uno de los países pioneros en tener una televisión legislativa. A partir de 1979, EE. UU. y Canadá le siguieron y se constituyeron como referentes con tres señales de televisión, una estación de radio y tres servicios especiales.

Por lo que se refiere a América Latina, las televisiones legislativas dependen fundamentalmente de los propios parlamentos, más que de canales generalistas, y el primer país en inaugurarlos fue Brasil.

En Europa se registran, al menos, catorce canales parlamentarios con diferente tipología: desde aquellos que pertenecen a la televisión pública (el caso de Reino Unido, por ejemplo) a aquellos que surgen en las propias cámaras (por ejemplo, el Parlamento francés), o los híbridos (como son los casos del portugués y del español). En el caso del Reino Unido, antes de encargarse la BBC de este canal, The Parliamentary Channel (1992) hacía esta función. En Francia, la Asamblea Nacional tiene, desde el año 1993, programación basada en transmisiones diferidas y en directo de los debates y sesiones parlamentarias, así como también programación semanal, documentales, etc., mientras que el Senado transmite, desde el año 2000, su actividad en 24 horas. El Parlamento europeo, por su parte, supone un caso especial: transmite debates y reuniones en directo a través de una señal multilingüe, digital y gratuita.

En España, al margen de la cobertura autonómica, la televisión pública TVE dedica, desde 1978, el programa *Parlamento* a explicar la actualidad política de las Cortes, y el Canal Parlamento del Congreso y TV Senado retransmiten, a través de sus webs, la actividad de sendas cámaras.

III. EL PARLAMENTO DIGITAL

A partir de los años noventa del siglo xx, la revolución digital transformó la comunicación parlamentaria, que, hasta ese momento, se desarrollaba a través de medios tradicionales (fundamentalmente, radio, prensa y televisión). Internet catalizó una importante transformación comunicativa y las cámaras fueron avanzando en la senda de la digitalización: por un lado, crearon sus sedes digitales, y, por otro, los propios representantes tuvieron sus espacios web y perfiles en red.

En ese proceso, la comunicación parlamentaria digital ha registrado cambios en tres niveles (en la comunicación que afecta el parlamento individual, al grupo parla-

mentario y a la propia institución), bien para conectar al Parlamento y los representantes con la ciudadanía (Campos-Domínguez, 2011), bien para transformarlo en una institución transparente y abierta (Rubio, 2014; Rubio y Vela, 2017), o para lograr una mejor y más fluida comunicación, lo que ha supuesto un incremento de las funciones de la institución parlamentaria (Schwanholz et al., 2017). Con todo, se establecen cuatro fases de desarrollo de la comunicación parlamentaria digital (Campos-Domínguez y Ramos-Vielba, 2022). En una primera, los parlamentos trataban de encontrar una manera de utilizar las tecnologías digitales para hacer más eficiente su administración, digitalizar la información y mejorar la difusión de la actividad parlamentaria. En el caso concreto del Parlamento español, el primer sitio web parlamentario, la web del Congreso de los Diputados, surgió en el año 1997.

La segunda fase se inicia con la irrupción de la web 2.0 y la eclosión de los blogs en el año 2004, y se extiende hasta la llegada de las redes sociales (González Martínez, 2018). Aumenta el número de herramientas a través de las cuales ciudadanos, Parlamento y parlamentarios pueden comunicarse entre ellos. Este escenario resulta novedoso en un sistema comunicativo hasta entonces principalmente unidireccional, sin apenas retroalimentación de la ciudadanía. El compromiso público parlamentario y su impacto en la sociedad siguen investigándose en nuestros días, con autores que estudian el *engagement* parlamentario (Leston-Bandeira, 2014; Kelly y Bochel, 2018).

En la tercera etapa se consolida la difusión de la información parlamentaria digital en dos sentidos: tanto para incrementar la transparencia de los parlamentos a través de sus sitios web como para mejorar la rendición de cuentas de los parlamentos y parlamentarios ante la ciudadanía. Tras el auge de las redes sociales, los académicos y profesionales pusieron su atención en el parlamento abierto y en las organizaciones de la sociedad civil, como las *parliamentary monitoring organizations* —PMO, por sus siglas en inglés, organizaciones de monitorización parlamentaria— (Ramos-Vielba et al., 2013).

En una cuarta fase, la comunicación digital del Parlamento se vincula con el desarrollo de las grandes cantidades de datos y la irrupción de la inteligencia artificial (IA) en las asambleas legislativas, que genera nuevos retos y oportunidades para la difusión de la actividad parlamentaria.

Un elemento clave de la transformación de la comunicación parlamentaria digital en estas cuatro fases es que la lógica de la comunicación de masas que predominó en la era televisiva (basada en un modelo masivo y fundamentalmente unilateral) se está transformando en un modelo de comunicación más variado y multilateral. Esto significa que la difusión de la actividad parlamentaria, que en el siglo pasado consideraba a la ciudadanía una masa homogeneizada y única, está cambiando a una difusión más especializada e individualizada.

Tal y como señalan Dommett y Temple (2018), se desconocen todavía las consecuencias que puede tener el uso de los datos generados por los ciudadanos en el es-

pacio digital. No hay todavía suficientes investigaciones que ofrezcan luz sobre si las instituciones legislativas podrán dirigir la comunicación y sus mensajes a la ciudadanía en un modelo de difusión parlamentaria “a demanda” o “a la carta”.

Al margen de ello, en la última década, diferentes organizaciones e instituciones han tratado de poner en marcha acciones para combatir la apatía política y la confianza haciendo partícipes a los ciudadanos. Los parlamentos no se han quedado al margen y han desarrollado acciones que no forman parte de la actividad principal de los parlamentos, pero que pretenden abrir la institución a los ciudadanos. Leston-Bandeira (2014) indica que las acciones de compromiso parlamentario incluyen la creación de nuevos servicios específicamente para la realización de actividades de compromiso público, la inversión en nuevo personal específicamente centrado en las habilidades de comunicación y compromiso, el desarrollo de actividades destinadas a aumentar la conciencia y la comprensión de la institución del Parlamento, y la creación o el fortalecimiento de los procesos que integran la voz ciudadana en la actividad parlamentaria.

En este proceso, la comunicación de los parlamentos a través de las redes sociales supone un punto de interés para las instituciones legislativas, como ya detalló en su momento González Martínez (2018: 455) al referirse al Congreso de los Diputados:

El nacimiento de un nuevo concepto de audiencia, una audiencia propia, informada y con capacidad de respuesta, nos lleva a adaptar no solo el lenguaje, la forma de comunicar y los formatos que se emplean como soporte de la información, sino también los temas que abordamos. Las plataformas digitales y los medios sociales nos permiten desmarcarnos de los límites de espacio y de tiempo que imponen los medios de comunicación. Encontramos además en los medios sociales la agilidad e independencia imprescindible para dotar a la institución de la capacidad de respuesta y de iniciativa a la hora de elaborar y difundir contenidos y la flexibilidad formal para adaptarnos al modo en que los ciudadanos acceden a la información.

IV. LOS PARLAMENTOS ESPAÑOLES EN X A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE CASO

El presente trabajo forma parte de una investigación más amplia, todavía en desarrollo, que tiene como objetivo conocer cómo, con quién y de qué manera interactúan los parlamentos españoles a través de la red social X (antes Twitter). Se centra en esta herramienta dado que es una de las que más interés ha registrado en las investigaciones de comunicación política en España (Dader y Campos-Domínguez, 2017), y pretende complementar, desde un enfoque descriptivo y exploratorio, otros estudios realizados sobre cómo los parlamentos, como institución, están usando esta red social.

La revisión de la literatura científica sobre este objeto de estudio permite afirmar que apenas han sido analizados los parlamentos autonómicos y su comunicación di-

gital en X, así como tampoco cómo las diferentes asambleas españolas se relacionan entre ellas a través de esta herramienta. Con este objetivo se llevó a cabo un análisis exploratorio de 1.000 mensajes publicados en X de cada perfil institucional parlamentario (tabla 1), salvo el Parlamento asturiano, que solo había publicado 318 mensajes: en total se descargaron 18.318 mensajes de 19 perfiles desde el día 20 de julio de 2021 hasta el origen del primer mensaje en cada cuenta institucional, para ello se recurrió a la API de Twitter y a Python. Posteriormente, se filtraron los 200 mensajes que sumaban un mayor número de retuits en cada cuenta y sobre ellos se realizó un análisis de interacciones y de contenido de los mensajes.

El primer parlamento español que creó su cuenta actual en la actual X fue el canario (en 2008) y el más reciente fue la Junta General del Principado de Asturias (en 2019).

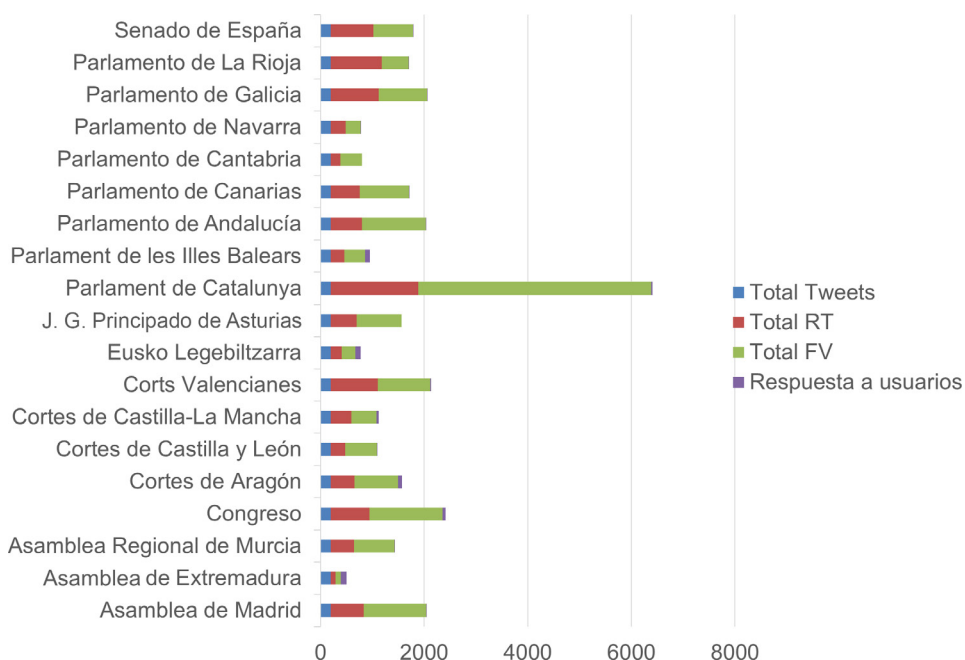
Tabla 1. Fecha de creación de los perfiles en X de los parlamentos españoles

Parlamento	Fecha de creación	Perfil
Parlamento de Canarias	6/5/2008	@parcan
Parlament de Catalunya	3/2/2009	@parlamentcat
Congreso	2/6/2009	@Congreso_Es
Parlamento de Navarra	15/6/2009	@parlamentoNA
Parlamento de Galicia	1/9/2009	@Par_Gal
Asamblea de Extremadura	14/10/2009	@Asamblea_Ex
Eusko Legebiltzarra	31/10/2010	@PVasco_EuskoL
Cortes de Castilla y León	15/11/2010	@Cortes_CYL
Asamblea de la R. de Murcia	17/4/2011	@asambleamurcia
Cortes de Aragón	10/6/2011	@cortes_aragon
Parlamento de Cantabria	29/6/2011	@parlacan
Corts Valencianes	9/9/2011	@cortesual
Parlament de les Illes Balears	12/12/2011	@ParlamentIB
Parlamento de Andalucía	16/5/2012	@ParlamentoAnd
Senado de España	23/7/2012	@Senadoesp
Parlamento de La Rioja	18/8/2015	@parlamentoLR
Cortes de Castilla-La Mancha	22/9/2015	@cortesclm
Asamblea de Madrid	8/11/2016	@asambleamadrid
J. G. del Principado de Asturias	29/7/2019	@JuntaAsturias

Fuente: elaboración a partir de la extracción de datos de los perfiles en X.

Durante el período de tiempo observado, se aprecia que el Parlamento que más favoritos y retuits acumuló fue el catalán (con 4.495 mensajes indicados como favoritos y 1.686 tuits retuiteados), seguido del Parlamento de La Rioja (con 933 favoritos y 925 retuits).

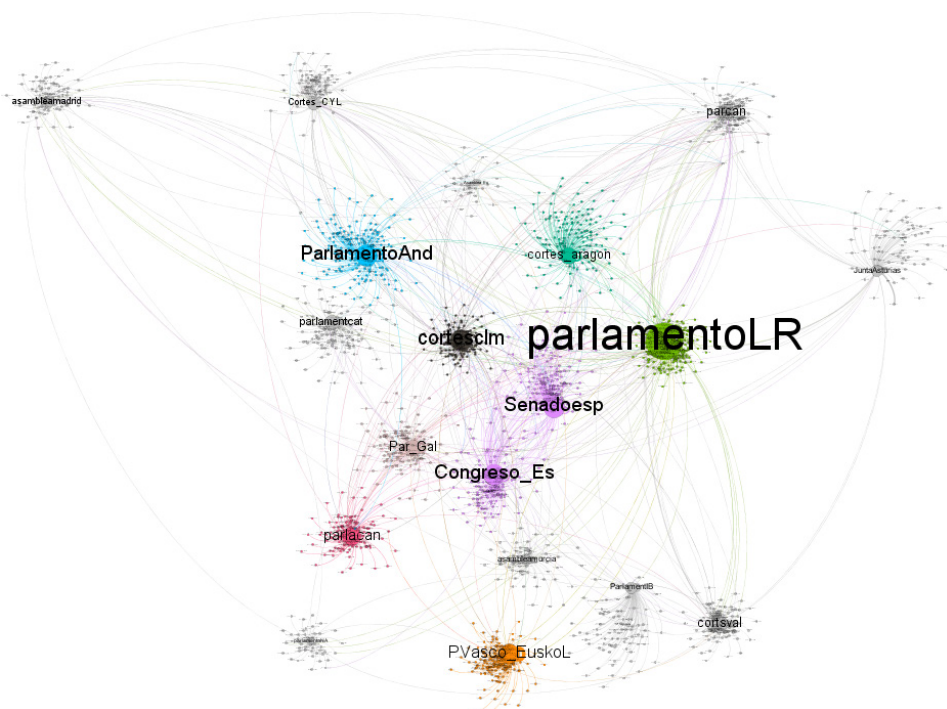
Gráfico 2. Mensajes publicados y número de favoritos y retuits registrados en los perfiles de X de los parlamentos españoles



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, atendiendo al tipo de menciones, se aprecia que el Parlamento de La Rioja, las Cortes Generales, el Parlamento de Andalucía, las Cortes de Castilla-La Mancha o el Parlamento Vasco fueron las instituciones que más interacciones acumularon; es decir, los parlamentos que más menciones acumularon.

Gráfico 3. Mapa de interacciones en los perfiles de X de los parlamentos españoles



Fuente: elaboración propia.

Al observar el tipo de mensajes publicados en los propios perfiles de X se comprueba que la mayoría de ellos publican actividades de agenda de las asambleas, así como comparecencias institucionales.

Gráfico 4. Ejemplos de mensajes institucionales publicados en la red social X



con el principio de publicidad parlamentaria hasta la comunicación digital, con el fin de encontrar hitos que ayuden a comprender la importancia de la tecnología de las comunicaciones en la difusión de la actividad de las asambleas legislativas y de la comunicación parlamentaria. El otro se detiene en un análisis exploratorio y descriptivo de los mensajes publicados por los parlamentos españoles en la red social X, para conocer cómo están usando esta herramienta.

De la primera parte del trabajo se deriva que los parlamentos experimentan nuevas formas de comunicación, aprendiendo de viejos modelos de comunicación. Desde la llegada de internet, avanzan hacia un modelo de comunicación híbrido (Chadwick, 2007) que se sustenta en una estructura descentralizada, pasando desde un modo pasivo de recepción de información centrado en la visualización de webs básicas a un rol más activo de producción de mensajes, sin restarle todavía importancia al enfoque de comunicación *top-down* profesionalizado que ha dominado desde la posguerra (Gibson, 2015).

Por ello, las instituciones parlamentarias utilizan las herramientas digitales para difundir la actividad legislativa, pero sin terminar de implicar a los ciudadanos, sin demasiada colaboración entre las propias instituciones y sin mecanismos de formación en y sobre el proceso. Todo ello plantea nuevos retos para la conformación del Parlamento del siglo XXI.

La ciudadanía sigue, además, recibiendo información parlamentaria a través de medios de comunicación tradicionales, especialmente a través de la televisión, con un fuerte componente de espectacularización. Por ello, se puede concluir que, en este escenario, las redes sociales suponen retos sobre la descentralización y la fragmentación de la esfera pública, requieren de nuevas habilidades comunicativas para instituciones y ciudadanos, y plantean nuevos retos cambiantes a las instituciones parlamentarias. ♦

BIBLIOGRAFÍA

Bentham, J. (1843). Principles of Penal Law. En J. Bowring (Ed.). *The Works of Jeremy Bentham*, vol. 1 (pp. 365-580). Edinburgh: William Tait.

Campos-Domínguez, E. (2011). *La ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados (2004-2008)*. Madrid: Congreso de los Diputados (colección Monografías).

Campos-Domínguez, E. y Ramos-Vielba, I. (2022). *Parliaments and Key Transformations in Digital*

Communication. En B. García-Orosa (Ed.). *Digital Political Communication Strategies*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-81568-4_2

Chadwick, A. (2007). Digital network repertoires and organizational hybridity. *Political Communication*, 24(3), 283-301.

Colombo, F. (1976). *Televisión: la realidad como espectáculo*. Barcelona: Gustavo Gili.

Dader, J. L. y Campos-Domínguez, E. (Coords.). (2017). *La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-16*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Domett, K. y Temple, L. (2018). Digital Campaigning: The Rise of Facebook and Satellite Campaigns. *Parliamentary Affairs*, 71(1,1), 189-202. <https://doi.org/10.1093/pa/gsx056>

Gibson, R. K. (2015). Party change, social media and the rise of 'citizen-initiated' campaigning. *Party Politics*, 21(2), 183-197. <https://doi.org/10.1177/1354068812472575>

González Martínez, E. (2018). Comunicación parlamentaria y sociedad digital: de la nota de prensa al tuit. *Revista de las Cortes Generales*, 105, 435-457. <https://doi.org/10.33426/rcg/2018/105/94>

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Kelly, R. y Bochel, C. (2018). *Parliament's engagement with the public*. London: House of Commons Library.

Leston-Bandeira, C. (2014). The Pursuit of Legitimacy as a Key Driver for Public Engagement: The European Parliament Case. *Parliamentary Affairs*, 67(2), 415-436 <https://doi.org/10.1093/pa/gss050>

Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.

Morán, M. L. (1989). Un intento de análisis de la "Clase parlamentaria" española: Elementos de renovación y de permanencia (1977-1986). *Revisita Española de Investigaciones Sociológicas*, 45, 61-84. <https://doi.org/10.2307/40183359>

Muñoz Alonso, A. (1995). Opinión pública y Parlamento: las transformaciones del régimen parlamentario. *Revista de las Cortes Generales*, 35, 7-75. <https://doi.org/10.33426/rcg/1995/35/706>

Ramos Vielba, I., Gonzalo Rozas, M. A. y Campos-Domínguez, E. (Coords.). (2013). *Parlamentos abiertos a la sociedad. Participación y monitorización*. Madrid: Fundación Ideas y Friedrich Ebert Stiftung-Madrid.

Recchia, G. (1984). Información parlamentaria y garantías fundamentales. *Revista de Estudios Políticos*, 40, 9-24. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/26798.pdf>

Rubio, R. (Coord.). (2014). *Parlamentos abiertos. Tecnología y redes para la democracia*. Madrid: Congreso de los Diputados.

Rubio, R. y Vela Navarro-Rubio, R. (2017). *Parlamento abierto. El Parlamento en el siglo XXI*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Schwanholz, J., Teiner, P. y Busch, A. (2017). The Interactive Parliament. Evolving Use of Digital Media by National Legislatures in the EU. En J. Brichzin, D. Krichewsky, L. Ringel y J. Schank Hrsg. *Soziologie der Parlamente* (pp. 337-368). Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19945-6>

Valls Alguacil, M. L. (2018). Decíamos ayer: una mirada a la Administración parlamentaria en la Constituyente. *Revista de las Cortes Generales*, 105, 51-76. <https://doi.org/10.33426/rcg/2018/105/78>

Vega García, P. (1985). El principio de publicidad parlamentaria y su proyección constitucional. *Revista de Estudios Políticos*, 43, 45-66. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/26821.pdf>