

**Trabajo Fin de Máster**  
Curso 2017/2018



*TELEGRAM* COMO HERRAMIENTA  
DE COMUNICACIÓN DE LOS  
PARTIDOS POLÍTICOS EN ESPAÑA  
(ANEXO)

**Autor: Fco. Javier Martos Moreno**

**Tutora: D<sup>a</sup> Hada Sánchez Gonzales**

Máster en Comunicación Institucional y Política

Facultad de Comunicación - Sevilla

# Índice

<b>7. Anexo.....</b>	<b>3</b>
7.1. Entrevistas.....	3
7.1.1. Entrevista con José Manuel Rodríguez, periodista free-lance y consultor en desarrollo de audiencia, producto y negocio.....	3
7.1.2. Entrevista con Sebastián Torres, Director de Comunicación del Partido Popular en Andalucía.....	7
7.1.3. Entrevista con Ángel Romero, Secretario de Redes del Partido Socialista en Andalucía.....	11
7.1.4. Entrevista con Javier Becerra, Periodista y responsable en el grupo parlamentario de Podemos Andalucía.....	14
7.1.5. Entrevista con Jesús Caro, Responsable de Comunicación Digital de Ciudadanos Andalucía.....	18

## 7. Anexo

### 7.1. Entrevistas

7.1.1. Entrevista con José Manuel Rodríguez, periodista free-lance y consultor en desarrollo de audiencia, producto y negocio.

**Pregunta:** Siempre se habla de las típicas redes *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*... pero, ¿en qué punto podemos decir que se encuentra *Telegram*? ¿Cuál es su situación actual?

**Respuesta:** Lo primero, hay que tener en cuenta que *WhatsApp* tiene en España una posición no predominante, sino aplastante. Es decir, hay muchísima gente que lo utiliza y, por tanto, cuando una aplicación tiene un predominio tan amplio, deja muy poco espacio a otras. Entonces, *Telegram* en ese sentido funciona para muchas personas como digamos una aplicación de respaldo para *WhatsApp*, cuando éste se cae. Hay determinados momentos del año en los que *WhatsApp*, por lo que sea, deja de funcionar y demás. Entonces, mucha gente echa mano de *Telegram* en este aspecto.

*Telegram*, en todo caso, sí que tiene un cierto valor para determinados colectivos. Por ejemplo, hasta no hace demasiado tiempo, la comunicación en *WhatsApp* no estaba encriptada como lo estaba en *Telegram*. No sé decir fechas en concreto. Entonces, la gente que sabe de esto, es decir, los perfiles tecnológicos, ingenieros, informáticos preferían utilizar *Telegram* para comunicarse en lugar de *WhatsApp*. Por otro lado, *Telegram* también empezó a ponerse de moda porque lo empezó a utilizar el entorno de Podemos. El entorno de Podemos empezó a utilizarlo porque ofrece la posibilidad básicamente de crear listas de difusión más amplias que *WhatsApp*, que lo tiene restringido a 256 personas.

Entonces, con motivo de eso, determinadas personas que se mueven en el ámbito de la izquierda al final hicieron natural que *Telegram* fuera usado por *Eldiario.es*, que no deja de tener un público bastante coincidente con ese sector de la izquierda. Otros medios... pues hay diferentes experimentos, *El Mundo*, *El País*, *Verne* también tiene el suyo... bueno, más o menos, digamos pobladas esas listas, pero tampoco unas cifras tremendas. Si hablas con alguien de *Eldiario.es* siempre te dirá que ellos, a través de *Telegram*, no buscan tanto el tráfico pueda generar como el contacto directo con la gente en ese aspecto. No sé exactamente cuanta gente tendrán, pero eso, pueden ser igual unas veinte y tantas mil personas. Es decir, es una cifra razonable y también hay que relacionarlo

con el hecho de que Eldiario.es tiene en torno a veinte y tantos mil socios. Entonces pues bueno, no deja de ser una forma también de que hay gente con la que ya tienes una relación establecida.

**P: ¿Qué característica o ventaja principal destacaría de *Telegram*?**

**R:** Pues ahora mismo la mayor o mejor categoría es la posibilidad de crear listas en las que puedes meter a muchísima gente. Creo que el límite era como unas 10.000 personas o una cosa así. Entonces, eso te permite tener un solo canal en el que se pueden suscribir un montón de personas y haces una comunicación y le llega a toda esa gente. Entonces, *WhatsApp* solo te permite hacer grupos de 256 personas y además son grupos, no son listas de difusión. Entonces, en ese aspecto, *Telegram* es bastante útil para crear digamos una difusión unidireccional, aunque bueno, también, los que forman parte del canal pueden colaborar.

Se me ocurre otro ejemplo muy interesante al respecto, los podcasts también utilizan canales de *Telegram*, como ‘carne de videoclub’, que es un podcast sobre cine de unos chicos de Albacete. Tienen un canal de *Telegram* muy activo, muy divertido, de gente que está hablando de cine.

Bueno, hay como diferentes ejemplos, pero todos basados en nichos. Es decir, la gente que tiene un interés concreto por un determinado contenido pues puedan tener un contacto directo con otras personas con las que comparte. Es decir, cambiar un poco esa experiencia.

**P: ¿Ha aportado algún avance respecto a otras redes?**

**R:** La cuestión es que, cada vez más, y creo que eso se va a apuntalar bastante este año, la gente se desplaza más de entornos públicos (que son las redes sociales) masivos a entornos privados (que es la mensajería). Si te das cuenta, solo por contextualizar, en el último trimestre *Facebook* declaró por primera vez un retroceso en el número de usuarios activos que tiene en EEUU, que es su principal mercado. Mientras tanto, *WhatsApp*, que es su plataforma de mensajería, pues había pasado de 1.200 a 1.500 usuarios globalmente.

Hay un componente importante a la hora de explicar la difusión de noticias falsas. Porque la encriptación hace que las aplicaciones de mensajería no sepan lo que se está

compartiendo; es decir, no son capaces de conocer los mensajes porque están encriptados. Eso te da mayor seguridad a nivel de usuario (no puedes ser espiado al principio).

**P: *Telegram* se puede decir que ha irrumpido tanto en el ámbito del periodismo como en la política especialmente, ¿cree que ha mejorado la relación con el usuario a raíz de la aparición de canales de los medios para difundir información?**

**R:** Eso tiene las ventajas e inconvenientes que puede tener el acceso directo o la cercanía con gente que, en principio, te apoya, te vota o espera cosas de ti. De hecho, ha sido frecuente en el pasado ver como daban vueltas por ahí pantallazos del canal de *Telegram* de Podemos en los que se ponía a parir a alguien, que luego saltaban a las redes sociales y luego se hablaba de luchas de poder internas en el partido.

Bueno, es una forma de organizarse muy eficiente. Es una herramienta de movilización, de coordinación y que permite optimizar esfuerzos en la medida en que rápidamente puedes hacer ver a un montón de personas de instituciones, algún comentario, etc. A mí me consta que Podemos lo hace, no sé si otros partidos han entrado por esta senda. Pero bueno, también es verdad que Podemos en ese aspecto tiene un público más joven; en concreto, pues un público que probablemente tiene más facilidades para adaptarse al lenguaje tecnológico, etc.

Podemos sé que lo utiliza bastante. Lo que no sabría decirte es si el resto de partidos lo utilizan más o menos. Si es verdad que, por la propia sociología del votante, es más lógico que ocurra con Podemos que es principio (bueno, ahora va de la mano con Izquierda Unida) quien tiene posibilidad de recabar determinado voto joven movilizado y activista. Y al final los activistas son los que siempre buscan hacerse de herramientas para poder difundir sus ideas y organizarse.

El hecho de que tú figures como seguidor de un canal no significa que lo estés atendiendo. Esto pasa un poco como con las redes sociales; es decir, el hecho de tener un montón de seguidores en *Twitter* no implica que esos seguidores entren a menudo en la plataforma ni vean los mensajes ni nada. Puedes regular fácilmente si quieres que aparezcan las notificaciones de un canal, puedes establecer diferentes patrones para evitar el spam; porque el problema de estar suscrito a una lista de este tipo es que igual

como el administrador sea un poco pesado, y bueno, si hay conversaciones o hay debates pues puede ser un poco paliza.

Entonces, en ese aspecto, otro elemento esencial a tener en cuenta es cuanto de uso activo hay en *Telegram*. Es decir, cuántas de esas personas están en esos canales y realmente los consultan. Porque otra pauta interesante en redes sociales (y supongo que también en mensajería) es que hay veces que la gente dice bueno pues quiero a seguir este canal o a esta página, pero lo hago como acto de apoyo, no porque quiera seguir esto ni quiera participar. Entonces, también habría que ver cuanta gente está participando y cuanta gente está recibiendo los mensajes; porque una cosa muy buena que tiene *Telegram* es que te indica cuanta gente está leyendo los mensajes que mandas.

**P: Como opinión personal, ¿el uso que cada partido hace de las RRSS, su movimiento en redes, puede ser un factor importante para decantar el voto del ciudadano?**

**R:** Es que ahí hay muchos factores intuyo. Yo siempre he pensado que, en ese sentido, la derecha vota con el estómago y la izquierda con el corazón. Los votantes de derecha son conscientes de que hay que comer todos los días, y que a veces lo que hay de menú no te gusta o te lo tienes que comer igualmente, mientras que el de izquierda al final busca el flechazo con una idea, una causa, un partido y se desenamora muy fácilmente. Es decir, es el electorado que es más fácil desmovilizar o que no se movilice pues precisamente porque es más exigente.

Estamos viendo ahora que Ciudadanos está abriendo una brecha en torno al voto de derecha, especialmente de jóvenes profesionales del PP. Entonces, yo lo que creo es que además, sociológicamente, hay que tener en cuenta que la mensajería, siendo *Whatsapp* un servicio que es muy transversal... gente de mi familia con edad muy avanzada también lo utiliza... No estoy muy seguro de que ocurra lo mismo con *Telegram*. Entonces, claro, *Telegram* ya rápidamente te ubica en una sociología del usuario o del votante que es afín a la tecnología, más bien joven, más bien tirando a la izquierda... porque no creo que el PP tenga una gran actividad en *Telegram*, más que nada por la red de votantes que tiene.

Entonces, bueno, es una manera de tener a los votantes o posibles votantes a mano, movilizarlos para causas concretas, pero en proporción no sé si puede tener un valor

realmente importante a la hora de compararlo con otras masas de votantes concretos a los que no se puede acceder mediante estos servicios porque no están.

**P: Ahora mismo está a las sombra de *WhatsApp*, *Facebook* o *Twitter*, pero, en un futuro, ¿puede llegar a tener la misma relevancia que éstas?**

**R:** *WhatsApp* tiene ahora mismo una posición tan predominante en España... De hecho es la aplicación de mensajería más utilizada en España, pero con mayor margen de uso de Europa en un país. Es decir, el predominio que tiene *WhatsApp* en España no lo tiene ninguna aplicación de mensajería en ningún otro país en Europa. Entonces, esto es un poco la lógica del bar, ¿no? Cuántos bares utilizas o a cuantos bares vas para reunirte con tus amigos. Pues esto es igual. Normalmente la gente es cuanto a redes sociales o plataformas de mensajería utiliza, como mucho, una o dos, porque al final hacemos una economía de la aplicación y pretendemos que todo el mundo esté en todos los sitios. Y al final es más sencillo que el que quiera estar en *Telegram* pues también tenga *WhatsApp* para verse con sus amigos y para ver a una serie de gente que no tiene ningún interés en *Telegram*. Es lo que pasa un poco con *Facebook*, ese pegamento social basado en que igual tú no querrías estar ahí pero tus amigos están ahí, pues tú tienes abierta la cuenta. Entonces, *WhatsApp* en ese aspecto tiene todas las de ganar y ese es el margen o la posición que deja a *Telegram* en ese aspecto. Ten en cuenta que hay gente que tiene *WhatsApp* para lo personal y *Telegram* para actividades políticas o periodísticas... o también para estar suscrito a determinadas listas de difusión. La verdad es que es una cuestión como muy particular.

7.1.2. *Entrevista con Sebastián Torres, Director de Comunicación del Partido Popular en Andalucía.*

**P: A día de hoy, ¿qué función tiene *Telegram* en la comunicación del partido?**

**R:** Andaluz. Porque el PP es una estructura nacional tiene distintos partidos regionales o autonómicos y nosotros pues en materia de comunicación que trabajamos conforme a una línea general, pero es verdad que somos autónomos. El partido en Andalucía tiene la extensión de Portugal y de Austria, en número de habitantes es parecido a esos dos países también de la UE, y bueno eso requiere que también tengamos un equipo propio. Ahora mismo, *Telegram* no lo utilizamos prácticamente en el PP andaluz como herramienta para nuestra comunicación interna y también externa. Prácticamente no.

Nosotros lo estuvimos utilizando durante mucho tiempo. Hubo un momento en el que parecía que con *Telegram* había una irrupción muy importante, muy fuerte, que iba a desplazar a otros sistemas de comunicación. Sin embargo, pues lo utilizamos durante bastante tiempo, pero llegó un momento en el que vimos que no era tan operativo como *WhatsApp*, por ejemplo. Y nosotros, en nuestro ámbito, pues la verdad es que era una duplicidad lo que teníamos (*WhatsApp* y *Telegram*) y decidimos apostar por *WhatsApp*, porque las funciones son similares. Al principio sí que hubo una diferencia, porque *Telegram* permitía adjuntar archivos PDF por ejemplo, cosa que no te permitía de otro tipo, incluso editarlo. Otro tipo de archivos de texto que *WhatsApp* en principio no los permitía.

Llegó un momento en el que se pudo hacer a través de *WhatsApp*, tuvimos una duplicidad y al final decidimos optar solo por *WhatsApp*. A lo mejor hay funciones que nos ofrecería o nos podía ofrecer *Telegram* que no nos ofrece *WhatsApp*, pero desde luego hay una que para nosotros es fundamental que es la implantación. *WhatsApp* está muchísimo más implantado y ya no solamente para nuestros afiliados, para nuestros colaboradores, sino también para la población en general. Es una herramienta mucho más, por llamarlo de alguna manera, popular que *Telegram*.

**P: ¿Qué característica o ventaja principal destacaría de *Telegram*?**

**R:** El hecho de que te permitía juntar sobre todo archivos que *WhatsApp* no. También hay un problema con este tipo de redes. Bueno, más que redes son herramientas de comunicación. El problema que hay es el hecho de que si organizas envíos masivos o numerosos, te puede llegar a catalogar como spam y bloquearte. Eso en el tema de *WhatsApp* puede llegar a ser un problema. Entonces hay que sortear ese tipo de obstáculos y obligar a la gente a hacer un esfuerzo para que te graben, para que tengan grabado tu número y evitar que puedas ser catalogado como spam. Es verdad que es un trabajo arduo, un trabajo que requiere sobre todo si tratamos de implicar a muchas personas, pero merece la pena.

**P: A raíz de la aparición de *Telegram* en la actividad política del partido, ¿ha mejorado la relación de éste con los usuarios (ciudadanos, seguidores del partido, miembros, afiliados...)?**

**R:** No, porque la penetración de *Telegram* no es superior a otras redes sociales, es inferior. Si lo que tú intentas es llegar a mucha gente, *Telegram* para eso no es una herramienta (bajo mi punto de vista y nuestra experiencia) digamos que tenga ahí su fuerte. No es útil para eso. *Telegram* te da rapidez y agilidad en el envío de cierto tipo de archivos, se llegó a hablar en un momento determinado, recuerdo, de que *Telegram* iba a sustituir al e-mail. De esto hace un año o año y medio. Fíjate que cosas, ya *Telegram* sustituirá al correo electrónico. Bueno, todo eso ya, al final, no ha ocurrido. ¿Por qué? Bueno, pues yo me imagino que por un cúmulo de factores, somos personas, el ser humano es un animal de costumbres al final. Llevamos años utilizando el correo electrónico, nos cuesta trabajo cambiar... yo no sé si en un futuro eso cambiará, a lo mejor sí, pero la verdad es que ahora hemos aprendido a convivir con el correo electrónico y con *WhatsApp* y *Telegram*.

Yo, todos los días, recibo algún mensaje de que algún contacto de mi lista se ha unido a *Telegram*. Eso quiere decir que hay muchísima gente todavía que no está en *Telegram*. Y yo la verdad, en mi vida cotidiana, el uso es muy limitado, para temas personales, privados, laborales, y muy poca gente se pone en contacto contigo a través de *Telegram*. Nosotros sí, le respondemos cuando nos llega algún tipo de mensaje, se utiliza... pero como canal del partido, no.

**P: Además de cómo instrumento para difundir información al usuario, ¿se utiliza también en labores de comunicación interna?**

**R:** Sí, hemos tenido grupos de *Telegram* para comunicación interna y al final... bueno, al principio, cuando *Telegram* sí permitía funciones que no permitía *WhatsApp*, sí que era útil. Pero cuando *WhatsApp* ya permite hacer lo mismo que *Telegram*, pues al final, ¿a qué red te vas? Pues a la que más gente utiliza. Y te das cuenta de que la gente te escribe por *WhatsApp*, entonces es un proceso natural. Te desacostumbra a utilizar *Telegram*. Eso es lo que nos ha pasado.

**P: ¿Puede *Telegram* ser una herramienta básica para la comunicación política en un futuro?**

**R:** Yo creo que ahora mismo existe una duplicidad entre *WhatsApp* y *Telegram*. Si esa duplicidad persiste, bajo mi punto de vista, el canal o la herramienta más implantada es la que va a triunfar. En este caso, creo que es *WhatsApp* porque cuenta entre otras cosas

con el apoyo de *Facebook*, que es fundamental. Si alguna de ellas, *Telegram* en este caso, innova y es capaz de aportarnos algo que *WhatsApp* no nos aporte y sea algo importante, volverá a ser una herramienta útil para nosotros. Útil es, desde luego, no digo que no, lo que pasa es que para el uso que nosotros le damos no puede competir con la otra.

**P: ¿Cree que el uso que cada partido hace de sus redes sociales puede llegar a decantar el voto del ciudadano?**

**R:** Pues mira, yo creo que en el actual contexto político en el que hay tantísimo partido, hay nuevos partidos y los parlamentos están ahora mucho más plurales que antes, las campañas electorales han recuperado esa importancia que tenían. Antes, en una campaña se movía un porcentaje de votos, ahora se mueve un porcentaje mayor de votos. Una campaña electoral, teniendo en cuenta ese fraccionamiento que hay en el voto, sí que puede mover un porcentaje que decante la balanza hacia un lado o hacia otro. Y, por lo tanto, todo lo que influye tiene muchísimo más poder determinante que antes.

Las redes sociales, bajo mi punto de vista, por supuesto que pueden condicionar el voto de la población; sobre todo, de algún sector muy determinado. Es curioso como cuando estudias en los perfiles de las personas... no digo perfiles personales, sino el perfil medio del usuario de *Facebook*, *Twitter* o *Instagram*, te das cuenta de que dependiendo de la edad de la persona se tiende a usar más un tipo de red u otra. Hay que seleccionar bien los mensajes, hay que saber segmentarlos muy bien para llegar. Si se hace bien, se puede condicionar el voto. Desde luego, todo esto cuando hablo del uso de las redes sociales para campañas electorales, estoy hablando siempre partiendo de la base de un uso ético y responsable, por supuesto. Responsabilidad y ética ante todo.

Estamos viendo noticias de cómo en ciertos lugares, se utilizan en ciertas organizaciones las redes sociales para dar pábulo a noticias falsas, a las *fake news*, para convertir en virales contenidos que no son informativos, que son muchas veces bulos o falsas noticias... y claro, eso pues evidentemente también puede tener un peso electoral. Ese tipo de comportamientos es censurable, despreciable, creo que debería estar sancionado y regularlo de alguna manera. Pero, en cualquier caso, la conclusión a la que quiero llegar es que las redes sociales por supuesto que pueden condicionar el voto de muchos ciudadanos, especialmente algunos de cierta edad. Y cuando digo cierta edad, a

lo mejor pensamos que estoy hablando de los jóvenes y no, porque también resulta que los que ya están jubilados y tienen más tiempo libre porque no tienen que trabajar también son usuarios de redes sociales.

7.1.3. *Entrevista con Ángel Romero, Secretario de Redes del Partido Socialista en Andalucía.*

**P: A día de hoy, ¿qué función tiene *Telegram* en la comunicación del partido?**

**R:** A día de hoy, tenemos un canal del PSOE de Andalucía en el que damos difusión de las noticias y de la actividad del partido. Pretendemos que sea un canal ágil y que cuente con esa fluidez. Hasta ahora, lo que teníamos lo veníamos usando de manera interna. Lo solíamos usar cuando había alguna caída de WhatsApp y tal. Y en este tiempo hemos estado preparando el canal de *Telegram*. Nosotros casi toda la actividad la hacemos a través de *Facebook* y *Twitter*, pero además a *Telegram* lo vemos como un altavoz de la sociedad en redes sociales.

**P: ¿Ha aportado algún avance o novedad respecto a otras redes sociales?**

**R:** Como novedad, bueno, nosotros estamos abiertos en todos los canales. Es cierto que vamos acumulando canales que al final el mismo público selecciona o no. Recuerdo que teníamos una cuenta en *Tuenti* en su día, tenemos todavía cuenta en *Flickr* o en *Youtube*... pues con *Telegram* pasa lo mismo, es un canal de comunicación más y nosotros tenemos que estar ahí, creo que estamos obligados a estar ahí.

También te proporciona, yo por que lo uso a nivel individual, un modo de escucha activa. No deja de ser otro canal de comunicación, y al final es más útil que WhatsApp, porque *WhatsApp* no deja de ser una red de comunicación solo y de lo que te da *Telegram* nosotros no lo hemos explotado todavía al máximo... el tema de los “megagrupos” y eso no lo estamos haciendo, lo estamos utilizando solo como un canal. Pero vamos, también tenemos que sacarle más partido a esto.

**P: ¿Cuáles son las principales ventajas de *Telegram* para el partido?**

**R:** Sabes que, bueno, cuando *WhatsApp* empezó a quedarse atrás, también sacaron un protocolo de seguridad que es parecido al de *Telegram*. Nosotros, la mayoría de usuarios que tenemos están en *Twitter*, lo que sí, utilizamos *Telegram*, pero al final *Telegram* no tiene el mismo público y lo usamos más para profesionales. Hay un sector

ahí de periodistas, comunicación política, institucional, canales de comunicación institucional, los propios politólogos, sociólogos... que estamos dentro de *Telegram* y que lo usamos porque no seguimos solo la información del PSOE andaluz en este caso, sino de otros partidos, de noticias o de *Politibot*, no sé, de ciertas cosas. Y, al fin y al cabo, nosotros hacemos esa difusión de manera segmentada y, al fin y al cabo, es mucho más útil para mí como usuario, no sé para el público que nosotros tenemos, pero para mí como usuario sí es más útil que me llegue una notificación con lo que quiero.

Y ahí, ¿si nos ha aportado algo? No sabría decirte porque no lo hemos evaluado. A fin y al cabo, creo que estamos obligados a estar en redes sociales y nada más que tengamos alguien con quien interactuar, siempre nos aporta, porque le estamos llegando a alguien y de eso se trata.

**P: A raíz de la aparición de *Telegram* en la actividad política del partido, ¿ha mejorado la relación de éste con los usuarios (ciudadanos, seguidores del partido, miembros, afiliados...)? En caso afirmativo, ¿habría algún dato que pueda corroborarlo?**

**R:** No lo hemos notado, porque lo cierto es que nuestro canal de *Telegram* lo usábamos de manera interna, el canal de *Telegram* tiene muy pocos seguidores (no sé si eran 200 o 300) y la verdad es que lo que le dábamos era un uso interno. Y eso sí, sí estamos confiados en que *Telegram* tiene que ser un muro abierto en el que nosotros podamos compartir más información nuestra. No solo a nuestra militancia y a nuestros votantes, sino también a todos los profesionales de los medios de comunicación. Y también entendemos que sea algo mucho más ágil, más espontáneo, pero es que estamos en esa fase inicial que todavía no nos permite saber si nos va a dar mucha más utilidad de la que nos está dando ahora.

**P: ¿Puede *Telegram* ser una herramienta básica para la comunicación política en un futuro?**

**R:** Pues yo creo que sí, estoy convencido de que sí. No sé cuantos años lleva *Telegram*, creo que lleva cuatro o cinco años ya, y cada vez hay más seguidores. Además, te proporciona la información que tú quieres. Seleccionas el diario, agencia o canal al que te quieras suscribir y hay mucho más de lo que quieres y de manera puntual. Creo además que tiene la capacidad de recibir la información de manera segmentada. Al final

es una herramienta de comunicación política pura y dura, para quienes queramos utilizarla así, pero también la gente va a tener en su Smartphone lo que desee, tanto en ocio, deporte o información. Y bueno, al fin y al cabo, que sea útil, pero no solo en eso, sino que sea necesaria. Y creo que a nosotros nos queda mucho que explotar con *Telegram*, que te permite crear grupos de 100.000 personas y utilizarlo de manera interna también.

Pero hasta ahora, siendo sincero, hemos funcionado de manera interna por *WhatsApp* y como canales de comunicación a través de las redes sociales, pero creo que en el futuro *Telegram* va a jugar un papel importante. Porque cada vez queremos seleccionar más lo que recibimos en nuestros teléfonos, cada vez la gente incluso se cansa más de *Twitter*, se cansa de tener cosas excesivas en *Facebook*, y quiere recibir una información más segmentada, o incluso saben que quieren consumir y *Telegram* siempre te da esa posibilidad.

**P: Como opinión personal, ¿el uso que cada partido hace de las RRSS, su movimiento en redes, puede ser un factor importante para decantar el voto del ciudadano?**

**R:** Yo creo que es un factor importante. No tanto el uso, sino más bien el mal uso. En esta época en la que tanto se mueven las redes sociales, con las *fakes news*, el mundo de los *bots* y de tantos perfiles falsos, pues ahora mismo creo que los consumidores y usuarios de las redes están más educados en el mundo de las redes sociales. Y eso permite que sepan distinguir entre el buen uso y el mal uso que los partidos hacen. A todo esto, creo que son herramientas indispensables, es decir, no solo como canales de comunicación, sino como canales interactivos que dependen el buen uso que le den los políticos. Porque tienen que ser canales de escucha activa y porque además tienen que ser canales de rendición de cuentas al fin y al cabo. Y creo que los políticos en mucho tiempo nos hemos dedicado a hacer una comunicación unidireccional y en este tiempo ha cambiado. Cualquiera que esté en redes sociales no quiere escuchar un discurso semántico, sino que quiere ver a sus políticos, interaccionar con ellos y que rindan cuentas.

Yo estoy convencido de que las redes sociales tienen un peso importante, pero tampoco van a sustituir a lo que es una campaña política tradicional y a lo que es la cercanía, la micropolítica. Creo que incluso ahora en esta época está en alza, porque dentro de todos

los populismos y de la era Trump, es cuando hay más gente que tiene confianza en las redes sociales.

Yo creo que tienen que ser complementarios. En esta época de las nuevas tecnologías y del Big Data, puedes llegar a cualquier persona a través de las redes sociales y todos los partidos tienen que estar ahí. Pero sin olvidar que hay un gran porcentaje de los votantes de la población española que tienen correo electrónico, y que va a ser difícil acceder a ellos. Y, al fin y al cabo, los medios tradicionales tienen un peso muy fuerte en la comunicación política, siguen teniéndolo, sobre todo la televisión. Así que creo que de aquí a poco tiempo puede ser que las redes sociales sustituyan a los medios tradicionales o a la política de calle, pero ahora mismo tienen que ser complementarias.

7.1.4. *Entrevista con Javier Becerra, Periodista y responsable en el grupo parlamentario de Podemos Andalucía.*

**P: A día de hoy, ¿qué función tiene *Telegram* en la comunicación del partido?**

**R:** Pues mira, a nivel de comunicación interna, es la herramienta básica. Es la herramienta de trabajo, tanto de comunicación como de intercambio de opiniones; hay debate en *Telegram*, hay toma de decisiones en *Telegram*. Es la herramienta fundamental con la que organizamos nuestro día a día. Eso en el ámbito más interno. Todas las personas que trabajan para Podemos tienen instalado *Telegram* tanto en sus móviles como en el ordenador. Y como escritorio es herramienta fundamental. Es decir, puedes tener otra cosa abierta, pero la pestaña de *Telegram* tiene que estar siempre funcionando. Es la inmediatez con la que funcionamos. De hecho, lo que nos distingue de personas que están fuera del partido o de la organización trabajando es que nosotros no abrimos *WhatsApp*. Lo abrimos a las siete de la tarde, pero en *Telegram* puedes ver a la gente conectada a las 12 de la noche, la una, las dos, las tres, las cuatro... a la hora que te despiertes siempre hay alguien conectado a *Telegram*. Entonces, para mí por ejemplo es fundamental.

Yo, como periodista, si alguna vez necesito preparar un documento para una rueda de prensa o hago una rueda de prensa, y necesito un visto bueno para lo que sea porque es un tema peliagudo... siempre hago el envío por *Telegram* y la respuesta me vuelve por *Telegram*. Para mí, personalmente, ha sustituido muchísimo al teléfono. El teléfono es como una situación de urgencia, sino es *Telegram* como herramienta de trabajo básica,

fundamental. Luego además, como permite mantener los archivos, es verdad que es un espacio relativamente desordenado (porque es un chat), pero te da la posibilidad de abrir todos los archivos que has compartido. Con esas personas. Entonces, tienes como un repositorio del trabajo, que has compartido con un grupo y tal.

Entonces, eso a nivel interno funciona unipersonalmente y con un grupo. Se constituyen muchos grupos continuamente. Por ejemplo, hay grupos que son estables. Por ejemplo, en el Grupo Parlamentario hay un grupo estable del *staff*, es decir, de las personas que trabajamos para la organización aquí en el Parlamento, y los quince diputados. Y es un espacio de intercambio de actualidad; es decir, yo por ejemplo pongo ahí el impacto de nuestras noticias, notas de prensa... ‘se abre el debate...’, ‘este tema es conveniente...’. Eso es un grupo fijo, pero, si por ejemplo, ahora empezamos a tramitar (por ejemplo) una ley contra la corrupción, se crean grupos temporales. Solo para acompañar. Por ejemplo, la realización de los presupuestos generales o esto último que se lee de la financiación autonómica. Pues hay grupos exclusivos en los que se aborda ese tema exclusivamente. Y se mete, una persona de comunicación, los cuatro economistas que están en ese tema y el diputado responsable del área.

Y eso es un grupo que funciona paralelamente. Y las conclusiones de ese grupo se comparten en otros grupos y el trabajo que salga de ahí ya se comparte en otros espacios. Eso a nivel interno como organización. Después, yo también estoy en un grupo de comunicación, estoy en un grupo de prensa con responsables provinciales del partido, para coordinar un poco, dirigir el trabajo cuando necesitan algún tipo de supervisión, etc. Es decir, grupos hay multitud. Incluso, cuando nosotros sacamos un boletín interno todos los viernes, pues ese boletín interno se gestiona desde un grupo de *Telegram* específico en el que solo está la gente que participa en la elaboración de ese boletín que son seis personas.

Eso para organizar el trabajo. Que ya te digo, que a veces es un poco caótico porque hay mensajes que se pierden y genera mucha dependencia. Porque sabes que si te aparecen ahí 60 mensajes y no los has leído, igual te estás perdiendo algo importante. Entonces, es cierto que en los grupos de estrictamente trabajo no se utilizan para cosas menores, pero sí a veces se da la circunstancia de que se interrumpe el trabajo con chistes, memes, comentarios de actualidad., etc. Normalmente, un grupo que nace para trabajar suele crear asociado un grupo para temas *off topic* de este grupo.

A nivel externo, tenemos dos grandes grupos de difusión, que son el de Teresa Rodríguez y el de Podemos Andalucía, que tienen 1.400 y 1.258 seguidores, respectivamente. Esos son grupos de estricta difusión; es decir, cuando se generan noticias, cuando se quiere dar relevancia a algún *tweet* o publicación en redes se comparte por ahí, pero mayormente la gente que sigue estos grupos son ya gente relacionada con el partido. Porque *Telegram* no es una herramienta masiva a día de hoy. El predominio de *WhatsApp* es mucho más fuerte que el de *Telegram*. Entonces claro, paralelamente, también trabajamos con algún grupo de *WhatsApp*. Es decir, resultado terminado, se pasa a *WhatsApp* para su difusión masiva.

**P: ¿Ha aportado algún avance o novedad respecto a otras redes sociales?**

**R:** El cambio se produjo en el verano de 2014. Es cuando se produce la transición de *WhatsApp* a *Telegram*, y es por recomendaciones que llegan desde Madrid, del equipo promotor, que dicen que la seguridad de *Telegram* a nivel de cifrado y demás es mucho más recomendable utilizar *Telegram* en términos de seguridad. Los contenidos que se puedan estar manejando o los documentos que se puedan estar compartiendo van a estar más seguros en *Telegram*. Además, en ese momento, *Telegram* ya se podía utilizar como herramienta web y *WhatsApp* todavía no se podía utilizar como herramienta web. Al menos en ese momento. Y ahí es cuando se produce, en el verano de 2014. Es decir, Podemos nació en febrero de 2014 y justo unos meses después se pasa a *Telegram*.

**P: ¿Cuáles son las principales ventajas de *Telegram* para el partido?**

**R:** A nosotros lo que nos dijeron fue la seguridad. Que teníamos que cambiarnos a *Telegram* por la seguridad. La inmediatez es verdad que es una característica de *Telegram*, por supuesto, pero no es una característica que lo distinga de *WhatsApp*, por ejemplo.

**P: A raíz de la aparición de *Telegram* en la actividad política del partido, ¿ha mejorado la relación de éste con los usuarios (ciudadanos, seguidores del partido, miembros, afiliados...)?**

**R:** Yo diría que no. Mi visión, trabajando aquí, es que no, que el público de *Telegram* sigue siendo público que tiene *Telegram* porque ya es de Podemos y está inmerso en las dinámicas del partido. Que pueda haber casos en lo que a alguien se lo han instalado y tal, porque yo conozco (por ejemplo) periodistas y compañeros de otros partidos que,

para seguir nuestra actualidad, se han descargado *Telegram*. Porque claro, están los dos grupos grandes, pero luego cada área del partido tiene su grupo. Por ejemplo, el área de cultura el de cultura, el de economía...feminismo también tiene su propio canal en el que se vuelcan periódicamente contenidos.

Entonces, yo diría que no porque la herramienta no es masiva. A lo mejor puede venir un público que tiene algún tipo de contacto con Podemos, bien porque sea de otro partido; es decir, gente del PSOE que quiera estar al día o gente de IU por ejemplo, con la que también se tiene una relación relativamente fluida y pueden estar al día. Y como se dan cuenta de que para comunicarse con nosotros, lo mejor es *Telegram*, se lo acaban instalando. Porque saben que si nos escriben por *WhatsApp*, tardamos horas en responder, y, si nos escriben por *Telegram*, en menos de diez minutos, está respondida la cuestión y zanjada.

**P: ¿Puede *Telegram* ser una herramienta básica para la comunicación política en un futuro?**

**R:** Para alcanzar a *Twitter*, primero tendría que sobrepasar a *WhatsApp*. Y yo creo que *WhatsApp* tiene un mercado muy estable. Creo que como aplicación, en estos momentos, *Telegram* no está (por lo menos en España) para asaltar a *WhatsApp*. (4C) Yo he escuchado conversaciones y a mí me maravilla ver cómo la gente está en tantos grupos de *WhatsApp*. Yo no estoy prácticamente en ninguno. Tengo dos, porque mi vida gira en torno a 10.000 grupos que puedo tener en *Telegram*. Entonces no tengo tiempo para atender *WhatsApp*. Es un mercado muchísimo más amplio. De hecho, lo que te digo, nosotros somos conscientes de esa limitación, sabemos que *Telegram* se dirige en gran parte a nuestro público y, cuando queremos salir de nuestro espectro, los contenidos los pasamos a grupos de difusión de *WhatsApp*.

En estos momentos no creo que se vaya a dar ese salto. O sea, es que tendría que darse una apuesta que, por ejemplo, el PP de Madrid decidiera hacer su comunicación por *Telegram*. Si eso se produce... nosotros de hecho, algunos periodistas están acostumbrados ya, y se han puesto *Telegram*. Además, porque les puedes pasar los documentos rápidamente, se les hace más cómodo que el correo electrónico. Además, hay determinados medios de comunicación que han creado canales específicos porque saben que un sector de su público es Podemos. Y, como la mayoría de Podemos utiliza la herramienta, ven ahí un filón para acceder a este tipo de público. Pero ya te digo que,

a menos que el PP o, qué te digo yo, empresas, decidieran centralizar su comunicación con los usuarios, con sus afiliados o con su público a través de *Telegram*, yo creo que no se darían las condiciones para asaltar a *WhatsApp* ni a *Twitter* muchísimo menos.

**P: ¿Cree que la gestión que cada partido hace de sus redes puede decantar el voto del ciudadano?**

**R:** Es fundamental. Pero el ciudadano no sabe si estás llevando bien las redes sociales, el ciudadano conecta contigo. Eso al final se establece en el número de *clicks*. Pero, ¿cómo sabe un ciudadano si lo estás haciendo bien en redes sociales? No tiene ni idea. Pero, obviamente, hay estrategias detrás de las redes sociales. Entonces, la estrategia pasa por hacer contenidos atractivos, contenidos novedosos, no que sean contenidos aburridos, estáticos o típicos que pueda hacer cualquiera; pero no solo hacer contenidos que sean atractivos (vídeos, posts, fotografías, montaje, diseño...), sino además una selección de temas que te permita llegar a tu público.

Es decir, si tú restringes el uso de tus redes sociales a un número de temas que afectan al 10% de la población, te estás olvidando del 90% restante. Y no estás abriéndote al resto de públicos que, en muchos casos, la única conexión que tienen con el mundo son las redes sociales. Porque hay mucha gente que no lee periódicos. La gran mayoría de personas no lee los periódicos, lee los titulares de periódicos que se comparten en las redes sociales.

7.1.5. *Entrevista con Jesús Caro, Responsable de Comunicación Digital de Ciudadanos Andalucía.*

**P: A día de hoy, ¿qué función tiene *Telegram* en la comunicación del partido?**

**R:** Lo usamos principalmente para comunicación interna como canal sustitutivo a *WhatsApp* en algunos casos, tanto en grupos como en canales internos de información.

También tenemos canales públicos de información genérica de la actividad política. Por ejemplo, los canales públicos en *Telegram* de Ciudadanos y de Ciudadanos Andalucía.

**P: ¿Ha aportado algún avance o novedad respecto a otras redes sociales?**

**R:** A nivel interno, permite el uso de canales para comunicaciones más impersonales y que guardan mejor la privacidad de sus miembros. A nivel externo, es un medio

bastante directo al llegar una notificación con el mensaje directamente al terminal que está suscrito al canal. La contrapartida es que es aún minoritario, y el número de suscritos es meramente testimonial si lo comparamos con seguidores en los principales perfiles en redes sociales del partido.

**P: ¿Cuáles son las principales ventajas de *Telegram* para el partido?**

**R:** Se trata de una vía de comunicación directa con los suscriptores en el caso de los canales, y un medio más cuidadoso con la privacidad en el caso de grupos de trabajo.

**P: A raíz de la aparición de *Telegram* en la actividad política del partido, ¿ha mejorado la relación de éste con los usuarios (ciudadanos, seguidores del partido, miembros, afiliados...)?**

**R:** Su uso minoritario por parte de la ciudadanía no permite hacer una valoración certera en este sentido. Aún así, a nivel público, se usa en el ecosistema de comunicación del partido como una herramienta más en la que difundir la actividad política más destacada.

**P: Además de cómo instrumento para difundir información al usuario, ¿se utiliza también en labores de comunicación interna?**

**R:** Sí. En algunos casos, como sustitutivo de *WhatsApp*, además de canales internos para tareas específicas.

**P: ¿Puede *Telegram* ser una herramienta básica para la comunicación política en un futuro?**

**R:** Dependerá de su alcance. Si se hace mayoritario en la población, será sin duda una herramienta fundamental al permitir un alcance directo al ciudadano con la recepción de un mensaje en su terminal cuando está suscrito a un canal de información.

Aún así, es previsible que experimente el mismo efecto que otros canales y herramientas que compaginan información social y personal con información política o comercial: que se desarrolle una discriminación automática de los mensajes políticos y comerciales al ser reconocidos por el usuario como información interesada, frente a mensajes de personas conocidas o de interés, que recibirán un favor más claro por parte del ciudadano cuando le llegan estos mensajes.