



## Política y Tecnología

Nota de Juan Ignacio Cánepa  
Fotos de Fernando Calzada

Revista DEF N°46 - Junio de 2009

**DOSCEROLIFE**  
conectados, comunicados, enlazados

# ¿La hora de la cibernilitancia?

LA CONTIENDA POLÍTICA NO ES AJENA A LAS NUEVAS TENDENCIAS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN. LOS CANDIDATOS DE TODOS LOS PARTIDOS DESEMBARCARON EN INTERNET GENERANDO UN NOVEDOSO ESPACIO DE DEBATE Y DISCUSIÓN DE IDEAS. POR JUAN IGNACIO CÁNEPA / FOTOS: FERNANDO CALZADA

Más allá de los porcentajes de las encuestas y de las cifras destinadas a solventar las campañas, hay un número que en estas elecciones particularmente hermana a todos los candidatos. Se trata del escaño pero elocuente 2.0 (dos punto cero). Por primera vez en Argentina la carrera hacia un cargo público muestra la presencia fuerte de las herramientas más novedosas de Internet, aquellas que permiten la participación activa del usuario.

Ya en las elecciones presidenciales de 2007 los políticos argentinos habían empezado a darle más importancia al área "digital" de su armamento político. Todos habían procurado un sitio web desde el cual comunicar sus ideas y proyectos. Pero desde la difusión masiva de redes sociales como *Facebook* y *Sónico*, la multiplicación exponencial de los blogs y, sobre todo, desde la victoria de Barak Obama en las últimas elecciones en EEUU (quien hizo un uso activo de las herramientas 2.0 con notable éxito), ningún candidato quiso perderse esta nueva modalidad de hacer política. Tal vez el caso paradigmático sea el de Francisco De Narváez, quien montó en sus oficinas de Las Cañitas un bunker donde trabajan publicistas, comunicadores y especialistas en nuevas tecnologías que monitorean la amplia oferta

digital del candidato de UniónPro: página web, mapa interactivo de inseguridad, perfil de Facebook (donde suben videos de *Youtube* con sus apariciones en TV y sus spots de campaña), entre otras aplicaciones. El resto de los candidatos no se queda atrás y procura multiplicar sus apariciones en la red.

¿Realmente se abandonarían las pintadas a base de cal y pintura barata por mensajes en los "muros" virtuales de los usuarios de Facebook? ¿Los foros y espacios de chat le arrebatarán el monopolio de la discusión política a los cafés, unidades básicas, comités y afines? ¿La "cibernilitancia" dará por tierra con la forma territorial de política? DEF dialogó con los principales gestores de esta nueva modalidad electoral, una selección de jóvenes que no superan los treinta años y que, a pesar de sus diferentes signos partidarios, coinciden en querer cambiar el aire del escenario político argentino, que desde hace tiempo no da muestras de renovación.

## LA VIDA MISMA

Internet se ha convertido en una parte sustancial de la realidad cotidiana y la política, que como ámbito natural del hombre, no debería quedar por afuera de ella. Alec Oxenford, fundador de *DeRemate* y pionero en el desarrollo local de empresas "punto.com", ratifica esta premisa sin

pertener al mundo de la cibernilitancia: "Sin dudas, la política, como todos los otros órdenes del funcionamiento de la sociedad, se ve afectada por una tecnología que permite a los miembros de la sociedad conectarse, tener acceso y compartir información como nunca antes".

Sebastián Lorenzo, uno de los fundadores de Generación K, agrupación kirchnerista que utiliza Internet en la mayor parte de sus trabajos de militancia, refrenda esa idea y asegura que "las nuevas tecnologías se han metido a la vida política a tal punto que muy pronto un político que no tenga presencia digital estará realmente en problemas". Oxenford, por su parte, remarca que "en el fondo, lo que hace que una sociedad se mueva en una u otra dirección es la opinión pública y su capacidad de organización; esos dos factores son influenciados por Internet, pero sucede que todavía es muy incipiente y la gente no está acostumbrada a usarla". También hizo especial hincapié en que Internet es, hasta el momento, la tecnología de más rápida adopción, por encima de la radio, el teléfono y la televisión.

Se debe tener en cuenta, además, que Internet tiene un grado de incidencia enorme, "pensemos lo que sería un día cualquiera de nosotros en el trabajo u otra actividad, si no hubiera e-mail", ejemplifica. "Nos daría la sensación de que se frenó el mundo; la gente diría 'no puedo



hacer nada". Ese "nada" existe desde que se creó Internet: "estamos viviendo una revolución insipiente, porque estamos al principio de ella, no estamos todavía en el nuevo orden de una sociedad mucho más comunicativa, eficiente y democrática", concluyó.

### MODAS Y MODELOS

Muchos de los entrevistados coincidieron en que la última campaña presidencial americana con Obama fue tal vez la primera en que de verdad Internet fue clave. Alec Oxenford, que actualmente maneja el portal de clasificados gratuitos OLX, comparte esa visión: "hasta ahora era un canal más, una manera extra para empujar un proceso, pero en esta elección en EEUU por primera vez fue esencial; Obama no habría ganado si no fuera por sus iniciativas en Internet". Ningún político argentino dejó de sumarse a la Obamamania y la mayoría de ellos inauguró perfiles en redes socia-

les desde donde comunican sus actividades y abren un canal de diálogo con la gente. Pero, ¿hasta qué punto no es esto una moda?

Juan Ignacio Belbis, militante en la Juventud Radical y autor de *doscerolife.com*, piensa que es un fenómeno que "llegó para quedarse y para ir evolucionando", pero que el adelantamiento de las elecciones obstaculizó el desarrollo de métodos de políticas 2.0 y ciberactividad.

En la misma línea, Julián Rodríguez Orihuela, miembro de *Aireyluz.com*, el blog de la Ciudad de Buenos Aires, aseguró que, así como a nadie se le hubiera ocurrido hace diez años que se iban a poder comprar cosas por Internet, nadie puede suponer que la participación política no se puede dar por este medio. "Las cosas que prenden se quedan -dijo- y creo que la política en la web va a prender. Todavía se está desarrollando y va a ser un canal no solo de comunicación sino también de

participación, de escucha, mucho más informal, real y palpable que los medios de comunicación actuales y que el trabajo de los encuestadores". Belbis señaló que también hay modelos diferentes en el uso de nuevas tecnologías aplicadas a la política que dependen del nivel cultural y de la penetración digital que cada país tenga. "El modelo norteamericano es más de propaganda, mientras que el español tiende más a la generación de cuadros, formación y debate", explica. ¿En qué modelo se encuentra la política argentina? Aunque todavía no se puede hablar de un modelo nacional, "el caso argentino -asegura el joven radical- se parece al español porque en ambos casos fueron los militantes los que buscaron la participación desde su espacio; un proceso de abajo hacia arriba". Así, aquellos militantes que escribían en un blog o que participaban en redes sociales, volcaron por su cuenta sus inquietudes políticas en estos medios.

&gt; GUÍA

## Donde hacer política digital



### Peronósfera

[www.peronosfera.ning.com](http://www.peronosfera.ning.com)

Red social que agrupa a militantes peronistas. Actualmente cuenta con 1.800 usuarios y nació como una iniciativa desde el portal *pjdigital.org*.



### GenK 2.0

[www.generacionk.org](http://www.generacionk.org)

Autoproclamada como la primer organización política argentina en basar su organización en herramientas 2.0. Creada en 2006, ofrece un espacio de debate, formación y acción al amplio espectro militante del kirchnerismo.



### Radicalósfera

[www.radicalosfera.ning.com](http://www.radicalosfera.ning.com)

Se define como el primer foro interactivo y comité virtual de la Unión Cívica Radical. Esta red social fue fundada el 6 de enero de 2009 para debatir los proyectos e ideas de la UCR en la web.



### Mapa de la inseguridad

[www.mapadelainseguridad.com](http://www.mapadelainseguridad.com)

Plataforma digital lanzada por Francisco de Narváez donde los usuarios de Internet víctimas o testigos de hechos de inseguridad vuelcan su experiencia y las georreferencian.

&gt; BLOG DE BUENOS AIRES

## Una mirada distendida de la Ciudad

Una de las posibilidades más valoradas que ofrece Internet es la de la cercanía e interacción casi directa entre emisor y receptor. La Ciudad de Buenos Aires aprovechó esta herramienta creando un blog ([aireyluz.com](http://aireyluz.com)) para presentar sus actividades y recibir los comentarios de los vecinos. Allí, por ejemplo, se puede acceder a *CulturaTV*, una sección 100% audiovisual a cargo de Magdalena Benzo donde se presentan las propuestas culturales del Gobierno de la Ciudad pero donde también se da lugar a comentarios espontáneos de la gente. "La idea es mostrar el día a día de nuestro trabajo, con una perspectiva más íntima, desde cómo se hacen las actividades hasta cuándo se llevan a cabo", explicó a DEF. □



## DEL ÁGORA AL CHAT

Ahora bien, ¿es realista pensar en un traslado efectivo del debate político a foros virtuales? Juan Ignacio Belbis desconfía que esto se esté dando actualmente. Las herramientas 2.0 por el momento servirían más para difundir que para debatir propuestas. "Los casos de los perfiles de Facebook de los políticos son muy claros en ese sentido", dijo. En ellos "hay eventos con actividades políticas que invitan a participar o que reflejan lo que pasó en ellos con fotos o comentarios", pero no sirven para generar consensos y debates reales. No obstante reconoce algunos casos particulares en que sí se da un debate verdadero. Se trata de la *Peronósfera* y la *Radicalósfera*, dos redes sociales que aglutinan simpatizantes de uno y otro signo político.

Sebastián Lorenzo fue uno de los facilitadores de la red peronista: "Uno de los sectores que mejor aprovechó las capacitaciones de GeneraciónK fueron los peronistas. Ellos rápidamente organizaron sus equipos y conformaron una estructura que se llama *PJDIGITAL* y dentro de ese espacio generaron su propia red social: la *Peronósfera*, que actualmente tiene más de 1.800 usuarios activos militantes dentro y fuera de la red", contó a DEF.

Otro ámbito digital donde se produce el debate político es el de los blogs, donde muchos usuarios de Internet vuelcan sus opiniones más o menos formadas en torno a una gran diversidad de temas. Sin embargo, Julián Rodríguez Orihuela piensa que "el formato blog de alguna manera condiciona la comunicación porque muestra a un emisor claramente protagonista y a receptores que pueden participar hasta cierto punto; es un canal de comunicación pero cuesta más adaptarlo a un debate de ideas". En su opinión, las herramientas más adecuadas para un debate de ideas o discusión sobre políticas de gobierno puntuales son los foros, que se pueden armar en Facebook, en Ning (caso de la *Peronósfera* y *Radicalósfera*) y en variadas y nuevas herramientas.

## EN BUSCA DEL ESPACIO PROPIO

Se puede decir, entonces, que hay un camino que se empieza a recorrer, que los

internautas vuelcan cada vez más sus inquietudes políticas en la web y que los ciberactivistas se organizan. Ahora bien, ¿los candidatos y las dirigencias partidarias tienen conciencia de las posibilidades de estas herramientas? Juan Ignacio Belbis piensa que la mayoría, no. "Me parece que no dimensionan cuánto pueden beneficiar, no solo en una campaña sino también en espacios de gestión, las herramientas participativas, la horizontalidad que permite Internet de alguna manera y el acceso a la información en tiempo real.

Sebastián Lorenzo también enfatizó que "Ningún partido político de Argentina tiene una secretaría creada para temas directamente relacionados a la web 2.0" y agregó que lo que se debe crear no es un área de informática ni de prensa, sino un espacio de ciberactivismo. "El ciberactivismo político en Argentina lleva varios años de lucha, goza de reconocimiento internacional y sin embargo, muchos políticos importantes de nuestro país, de todos los partidos, se interesaron porque vieron que Obama usaba Facebook y Youtube", sentenció sin dejar de reconocer que "si mirar a Obama sirve para despertar a alguno, bienvenido sea".

Por su parte, Rodríguez Orihuela distinguió a aquellos que incorporan las herramientas 2.0 de manera correcta, de los que no: "Hay muy pocos que producen material exclusivo, mantienen una comunicación directa o explotan las herramientas con creatividad y vuelo". Además, subrayó que "la mayoría de los candidatos arma su presencia online sólo para cumplir, y replica contenidos o utiliza las herramientas como versiones modernas de los medios tradicionales, por ejemplo a YouTube como programa de televisión o a Facebook como gacetilla de prensa". Según el miembro de Aireyluz.com, se va a llegar a un punto máximo en que todos los políticos van a tener presencia en todas las herramientas 2.0, pero con el tiempo sólo van a sobrevivir las herramientas que sirvan a la gestión y a los políticos que las sepan usar.

#### LO VIEJO Y LO NUEVO

¿Todo esto significa que la militancia a la vieja usanza, con sus actos masivos y banderas pintadas se va a extinguir?

Difícilmente. La política es un fenómeno que implica al ser humano en su totalidad y "lo digital" no es más que una parte de ella. Así lo creen la mayoría de los entrevistados. "Desde ningún punto de vista esto puede reemplazar al pasillo, al salir a hablar con la gente por la calle", enfatizó Juan Ignacio Belbis. "Es una herramienta más, una nueva dimensión que abre nuevas posibilidades. No está para ponerse sobre las otras".

¿Y la política como concepción territorial se ve amenazada? Sebastián Lorenzo, de Generación K, cree que existe una lucha por dos modelos culturales bien diferentes: por un lado, la política verticalista, que es necesaria en el territorio y, por el otro, la construcción en redes distribuidas, tan necesarias para liderar procesos políticos en la web. "Es un momento de crisis entre esos dos mundos y creo que en el futuro habrá una convivencia armoniosa entre ambos ecosistemas", dijo -con una cuota de esperanza-. "Imagino un futuro donde muchas cosas serán más democráticas gracias al uso de Internet y por eso los argentinos debemos trabajar juntos para que todos, sobre todo los más humildes, puedan acceder a la red y aprender a utilizarla en forma positiva".

Tal vez en esto radique la gran premisa para caminar hacia una verdadera ciberactividad en Argentina. Desde el PRO, Julián Rodríguez Orihuela presenta la misma preocupación porque cree que "el mayor problema de la participación política en la web es que Internet todavía no llegó a los más bajos escalafones sociales y mucha gente que podría aportar valor se queda afuera", incluyendo a gente con poder adquisitivo pero que no sabe utilizar un navegador. Desde el ámbito empresarial, Alec Oxenford también observó lo mismo, que el acceso a las computadoras, a una conexión de Internet y la falta de educación en informática de la mayoría de la gente hacen que estemos por lo menos a diez años del desarrollo que presentan los países del primer mundo. Aunque la ciberactividad argentina asome la cabeza y prometa un nuevo ámbito para la contienda política y de ideas, resta mucho camino por recorrer, un camino que está atado al desarrollo del país en general. ■



Alec Oxenford



Juan Ignacio Belbis

#### > LOS NÚMEROS

### Nuevas tecnologías en Argentina

**Usuarios de Internet**  
18 millones

**Usuarios de Facebook**  
Entre 4,5 y 5 millones (impresionante crecimiento en los últimos meses)

**Usuarios de celular**  
30 millones (aprox.)

Fuente: Consultora Garbar y Asociadas (especial para DEF)