Vot@me!

Unos usan la web otros el Pásalo. Cada cual usa el medio de comunicación más directo al votante. España y Estados Unidos viven procesos electorales, aunque la coincidencia es sólo de fechas. En Estados Unidos, Internet se utiliza principalmente para recabar fondos y para colgar la información más exhaustiva que se pueda dar de un acontecimiento.

Unos usan la web otros el Pásalo. Cada cual usa el medio de comunicación más directo al votante. España y Estados Unidos viven procesos electorales, aunque la coincidencia es sólo de fechas. En Estados Unidos, Internet se utiliza principalmente para recabar fondos y para colgar la información más exhaustiva que se pueda dar de un acontecimiento: desde dónde procede el último penique donado en cada Estado o multinacional hasta quién es quién en cada equipo electoral. Por ejemplo, para quién trabaja Tom Tancredo. Por descontado, en los discursos de los políticos norteamericanos no sale ni una palabra para subvencionar un ordenador, la línea del ADSL o el acceso universal a Internet, que sí llenan los programas de los políticos españoles.

Promesas de 2004

En este lado del Atlántico, las promesas electorales de marzo de 2008 se parecen mucho a las de 2004. Se podría decir que siguen vigentes, con algunas peculiaridades. La más llamativa de todas es que entonces Izquierda Unida estaba en contra del canon implantado a los CD ROM y otros soportes y ahora matiza sus críticas, que centra en la gestión privada de lo recaudado. El PSOE lo defiende aunque no lo cita por su nombre en el programa y ahora es el PP el que está totalmente en contra.

Hace cuatro años, como el que mandaba era el PP, su programa básico consistía en incidir en su programa España.es. Ahora es el PSOE el que quiere profundizar con el programa Avanza.es.

En 2004, CiU no decía nada de pedir el dominio .cat para las direcciones de Cataluña, y sin embargo luego se implantó. Entonces, como ahora, habla de bajar las tarifas de conexión a Internet para fomentar su extensión a todo el mundo, un objetivo presente en el programa de varios partidos.

En resumen, que en España Internet está más en los discursos, mientras que en Estados Unidos está en la calle. Allí Internet es clave, por ejemplo, para buscar fondos en campañas populares que mermen la influencia de los lobbies. En España, Internet es un medio más para comunicar el mensaje y probablemente todavía menos determinante que otros medios como la televisión o la radio, aunque la emigración de los jóvenes hacia las pantallas en la Red hace imprescindible actuar en este medio para captar el difícil voto juvenil.

Internet y la telefonía móvil son, sin duda, los medios que mejor pueden arrastrar a las urnas a los jóvenes, pero también es el sector de la población más difícil de llevar al colegio electoral. Pero un voto es un voto, y hay que lucharlo en cualquier parte. Total, que nuestros políticos se han enrollado con las webs sociales de Facebook o MySpace. Y sacan lo mejor de sí mismos en Youtube; claro que otros se dedican a sacarles la cara oculta, y entre unos y otros se van contraprogramando.

Organizaciones independientes, nuevos medios de comunicación online y hasta activistas individuales se dedican en Estados Unidos a husmear en los bolsillos, en los pantalones y en

las faldas de cada candidato, en busca de un lamparón en su inmaculado currículo económico, social o sexual. Son cosas de los norteamericanos.

El horizonte programático de los partidos españoles es extender el uso de las nuevas tecnologías en la empresa, la educación, la sociedad. En ello va el desarrollo de un país que ni con el PP ni con el PSOE ha estado nunca entre los primeros de Europa.

Disponível em: <http://www.elpais.com> Acesso em: 29/2/2008.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.