

De lo global a lo local

## EL USO DE INTERNET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN EN CAMPAÑAS ELECTORALES MUNICIPALES

Gerardo Rodríguez Martínez

### Resumen

*Internet es una herramienta tecnológica que debe ser utilizada para comunicar con los ciudadanos. Hasta ahora, se ha utilizado como simple correa de transmisión pero el futuro pasa por utilizarla para fortalecer la democracia mediante la participación activa de los ciudadanos y la comunicación directa con sus candidatos.*

*Palabras clave: Internet, elecciones municipales, redes sociales.*

### Abstract

*Internet is a technological tool that should be used to communicate with citizens. So far, it has been used as a simple belt but the future is to use it to strengthen democracy through active participation of citizens and direct communication with candidates.*

*Keywords: Internet, municipal elections, social media.*

A nadie hoy en día puede pasarle desapercibida la importancia del uso de Internet como un nuevo canal de comunicación en todos los ámbitos. Como no podía ser de otra forma, esta nueva forma de comunicar ha entrado, ya para quedarse, en el ámbito de la política.

Recientemente se ha venido acuñando el término de Política 2.0 como el entorno político que se desenvuelve en Internet como herramienta de participación e interacción entre ciudadanos y políticos.

Si retrocedemos en el tiempo, nos encontramos con que Aristóteles ya sostenía que "es ciudadano el individuo que puede tener en la asamblea pública y en el tribunal voz deliberante, cualquiera que sea la polis de que es miembro..." (Aristóteles, 1974).

En los momentos actuales de cambio que se están produciendo en nuestra sociedad no podemos hablar de Política 2.0 como un entorno diferente. La política a día de hoy se hace a través de muchos canales, y uno de ellos es Internet con todas las herramientas que nos pone a disposición: webs, blogs, redes sociales, etc.

## I. DE LO GLOBAL A LO LOCAL

Cuando se habla de Internet estamos acostumbrados a escuchar que es un medio de comunicación global. Esta definición, por si misma podría echar por tierra cualquier intención de usarlo como herramienta de comunicación de carácter local.

Las elecciones locales son una de las bases de la democracia, por la cercanía con la población. Es por ello, que son las elecciones en las que los ciudadanos perciben mayor cercanía con los políticos y donde la participación siempre es más elevada. La gran pregunta es: ¿Internet sirve para acercar el mensaje político a los ciudadanos?

Los últimos estudios realizados demuestran que el porcentaje de penetración de Internet en España está en la media europea, aunque ligeramente por encima. Según el informe "Social, Digital & Mobile in Europe (2014)" (Kemp, 2014) en España la tasa de penetración de Internet es del 72% de la población. Teniendo en cuenta este dato, la respuesta es claramente que sí.

## II. CÓMO COMUNICAR

Internet nos ofrece gran cantidad de herramientas para alcanzar a nuestro público objetivo: en este caso los ciudadanos. Desde hace varios años, todos los partidos políticos han utilizado este medio para difundir sus mensajes. Pero ¿ha valido Internet de correo de transmisión del mensaje político? ¿Se ha utilizado como simple correo de transmisión o se ha utilizado de forma bidireccional?

Desafortunadamente, Internet en el mensaje político sólo se ha utilizado en la mayor parte de las veces como un canal de comunicación unidireccional, cuando en realidad nos ofrece infinidad de ventajas de cara a establecer una comunicación directa y particular con los ciudadanos, que en el fondo es la esencia de la democracia.

## III. EVOLUCIÓN

En anteriores elecciones municipales (2011), hemos observado algunos políticos que han utilizado Internet como un método de comunicación con sus vecinos. Algunos han utilizado blogs donde permitían la libre opinión de los vecinos sin ningún tipo de cortapisas. Otros candidatos utilizaron la comunicación a través de redes sociales: Twitter, Facebook, etc. En aquellos momentos estábamos aun asistiendo al lanzamiento de WhatsApp, y su uso aún era residual. Pero no hubo intentos de hacer de verdad un uso de Internet como herramienta de uso colaborativo con los ciudadanos y votantes.

## IV. QUÉ ESTÁ OCURRIENDO

En los últimos meses estamos asistiendo a un resurgir de la actividad política en la Red. El fenómeno "Podemos" ha hecho que muchos de los responsables de comunicación política hayan buscado cuáles son los instrumentos que han ayudado a dicho fenómeno. No es objeto de este trabajo analizar dicho fenómeno, pero sí es cierto que este nuevo partido político es el que mejor ha utilizado Internet como herramienta de participación para sus simpatizantes. Y esto es así porque han sabido utilizar todas las herramientas a su disposición para "hacer política" e "interactuar con la población".

Ya estamos viendo candidatos que están abriendo líneas de WhatsApp para recibir propuestas de ciudadanos.

Una de las muchas herramientas utilizadas ha sido la plataforma americana Reddit. Según Erik Martin, director general de Reddit, "Podemos es el primer partido político del mundo que utiliza de manera oficial esta plataforma para escuchar a los ciudadanos" (Asri, 2014). Si bien en Estados Unidos el propio presidente Obama ya lo utilizó participando en los famosos IAMA.

Otro caso de estudio de utilización de Internet fue el que se hizo en la primera campaña de Obama, donde utilizando técnicas avanzadas de BigData se consiguió interactuar de forma activa con los posibles votantes a través de las Redes Sociales.

La clave de la política actual es "escuchar a los ciudadanos" e Internet nos brinda la oportunidad de hacerlo. De esto se están dando cuenta los restantes partidos y candidatos y es por ello que en estas elecciones municipales nos vamos encontrar con diversas soluciones para intentar sacarle el máximo partido a las herramientas tecnológicas.

Ya estamos viendo candidatos que están abriendo líneas de WhatsApp para recibir propuestas de ciudadanos, candidatos que tienen su propio canal de Twitter, otros con canales de Facebook, páginas web individuales, etc.

## V. EL FUTURO QUE ES PRESENTE

Todas estas iniciativas son bien recibidas, pero la tecnología nos ofrece muchas más opciones para poder interactuar con los votantes.

En primer lugar, debemos de centrarnos en cuál es nuestro público objetivo. Cada herramienta tiene un

perfil y un público al que va destinada, y es por ello que no debemos de utilizar todas las herramientas de la misma forma. En el caso de las redes sociales, los perfiles de usuarios están cambiando continuamente. Si, por ejemplo, hubiéramos utilizado Facebook en las municipales del año 2011, no estaríamos ante el mismo perfil de usuarios que tiene dicha red social en el año 2015.

Pero, ¿qué incidencia real tiene Facebook en una campaña?. En palabras de Katie Harbath, gerente global de política y gobierno de Facebook *“Hemos visto varias de estas elecciones alrededor del mundo, y si tu presencia es solamente en Facebook, no vas a ganar una elección. Pero si no estás, podrías llegar a perder.”* (Dapelo, 2015).

En segundo lugar, debemos tener muy claro cuál es el objetivo que deseamos conseguir: ¿Solo queremos lanzar un mensaje? ¿Queremos informar? ¿Queremos interactuar?

## Internet debe ser utilizado como un medio para poder transmitir a los vecinos la actividad política diaria, no solo en la campaña electoral.

Por último, debemos ser capaces de seleccionar las herramientas adecuadas: ser selectivos.

El posible votante debe percibir que el mensaje es personal y que realmente estamos interactuando con él de forma directa. Es una de las ventajas que nos aporta Internet.

Hay tímidos intentos de dar la palabra a los ciudadanos a través de herramientas colaborativas para que sean ellos los que participen en la elaboración de los programas políticos. Este debe ser el primer paso.

En campañas electorales clásicas el mensaje se ha ido transmitiendo a través de métodos clásicos: mítines, mensajes en medios de comunicación, publicidad, etc. El mensaje directo intercambiando opiniones visitando a los vecinos es una forma de hacer política que solo es posible hacerlo en los pequeños municipios. Es en estos pequeños municipios, que son la gran mayoría en España, donde los candidatos recorren gran parte de los pueblos y viviendas de los vecinos explicándoles cuál es su mensaje y su programa electoral. Esta forma de hacer política la podemos hacer a través de Internet a nivel masivo.

Lo candidatos de los pequeños municipios españoles han ido enseñando en estos años de democracia que la verdadera forma de hacer política está en el trato directo con el vecino y posible votante. Internet ha

de ser utilizado como una herramienta más de cara a tener esa comunicación directa con los vecinos no solo en la campaña electoral. Debe ser utilizado como un medio para poder transmitir a los vecinos la actividad política diaria, de forma que se pueda fiscalizar dicha política.

En un mundo en el que vivimos en tiempo real, la política y sobre todo la gestión política debe ser en tiempo real. En un futuro inmediato los vecinos deben tener a su alcance auténticos portales de transparencia y participación, que se conviertan en “Portales del Ciudadano”. Estos portales deben convertirse en un foro abierto de opinión donde los ciudadanos puedan conocer y opinar sobre las decisiones políticas. ¿Nos llevará esto a convertir la actual Democracia Representativa en una Democracia Directa?

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aristóteles (1974): *La Política*. Espasa Calpe.

Asri, L. E. (12/08/2014): “Podemos es el primer partido del mundo que usa Reddit y es espectacular”. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/hojade-router/internet/Podemos-Reddit-internet-politica\\_0\\_291521044.html](http://www.eldiario.es/hojade-router/internet/Podemos-Reddit-internet-politica_0_291521044.html).

Dapelo, S. (07/04/2015). “En la red el político debe parecer una persona común”. Recuperado de: <http://blog.marketingpoliticoenlarede.com/2015/04/07/entrevista-katie-harbath-en-la-red-el-politico-debe-parecer-una-persona-comun/#>

Kemp, S. (05/02/2014): “Social, Digital & Mobile in Europe in 2014”. Recuperado de: <http://wearesocial.net/blog/2014/02/social-digital-mobile-europe-2014/>



**Gerardo Rodríguez Martínez**

Ingeniero Técnico en Informática y asesor en campañas y procesos electorales.

✉ [gjdoabi@gmail.com](mailto:gjdoabi@gmail.com)