



Contratexto

ISSN: 1025-9945

contratexto@ulima.edu.pe

Universidad de Lima

Perú

Mateus Borea, Julio César
Jóvenes y Política 2.0: ¿Del desencanto real al oportunismo virtual?
Contratexto, núm. 18, 2010, pp. 13-28
Universidad de Lima
Surco, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667388001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Jóvenes y Política 2.0: ¿Del desencanto real al oportunismo virtual?

Julio César Mateus Borea (Universidad de Lima)

Recibido: 01/12/09

Aprobado: 15/01/10

RESUMEN: Luego de la elección de Barack Obama y su estrategia de campaña basada en redes sociales y web 2.0, el escenario electoral peruano empieza a ser invadido por las nuevas tecnologías. Su participación, sin embargo, corre el riesgo de limitarse al uso instrumental de las herramientas. Este artículo propone algunos retos y posibilidades para el uso eficiente de internet como medio que potencia la democracia, tomando en consideración la formulación de una agenda digital que acorte las enormes brechas de acceso y anote la urgente necesidad de alfabetización digital para fomentar el diálogo con una ciudadanía, sobre todo juvenil, cualificada para el pleno ejercicio de sus derechos.

Palabras clave: Política 2.0 / web 2.0 / jóvenes y política

Young people and 2.0 politics: The truthful resting or a virtual opportunism?

SUMMARY: After the election of Barack Obama and his campaign strategy based on social networks and Web 2.0, the Peruvian electoral scene begins to be invaded by new technologies. Its participation, however, faces the risk of a merely instrumental use of tools. This article proposes some challenges and opportunities for efficient use of Internet as a way that promotes democracy, taking into consideration the development of a digital agenda to shorten the huge gaps in access and to call the urgent need for digital literacy to promote a dialogue with a citizenship, especially for the young, qualified for the full exercise of their rights.

Keywords: Politics 2.0 / web 2.0 / youth and politics

El siguiente ensayo plantea una revisión crítica del concepto de Política 2.0, de extendido uso en asesores de imagen y profesionales ligados al márketing, aplicándolo a la realidad peruana *ad portas* de un nuevo proceso electoral. Centramos la crítica en torno a dos perspectivas enfrentadas: la demanda, signada por las características de consumo digital de los jóvenes; y la oferta, entendida en las formas como algunos políticos, partidos e instituciones abordan sus posibilidades democráticas en la red.

Empezamos refiriéndonos al conflicto que fundamenta el debate: muchos expertos en campañas políticas insisten en la necesidad de “obamizar”¹ el escenario peruano sin tomar en consideración dos variables cruciales. Primero, las groseras brechas digitales que definen las posibilidades de acceso a la red; y segundo, que la comunicación política no se agota en las técnicas de transmisión de mensajes. Seguidamente, repasamos algunas posibilidades y limitaciones de los medios 2.0 para la acción política, centrándonos en una experiencia juvenil concreta. Finalmente, reflexionamos sobre el futuro posible de la ciudadanía ligada a los avances tecnológicos en un contexto de tanta precariedad digital y política.

Sociedad 2.0: El *demos* virtualizado

Hacia fines de la década de 1990, Giovanni Sartori advertía en su *Homoviden* el papel que jugaban las imágenes en la construcción de ciudadanías. Nos alertaba acerca de la necesidad de realizar una pedagogía desde la política para tratar de resarcir, en algún modo, el efecto debilitador que la televisión producía en sus usuarios. La imposibilidad de interacción con la pantalla producía un *demos* debilitado, definido como ciudadanos desinformados sin competencias políticas (Sartori, 2001: 127-134). En paralelo, el manejo que hacía de los medios de comunicación la dictadura que gobernó el Perú durante esa década era claro testimonio de cómo se podía no solo debilitar sino también envilecer la conciencia crítica de los consumidores a través de la imagen manipulada y prostituida.

La llegada de internet, que representa una experiencia audiovisual y multisensorial más compleja que la televisión, nos pone en una situación de nuevos desafíos. Se trata de un (multi)medio que, desde la perspectiva de la participación cívica, ofrece herramientas de diálogo. Ya no se trata de transmitir mensajes efectivos

1 En alusión a la campaña que llevó al candidato demócrata Barack Obama a la presidencia de los Estados Unidos, basado en la explotación de medios electrónicos y, sobre todo, de redes sociales, para persuadir a los electores, cohesionar a sus seguidores y convertirlos en portavoces de su discurso programático.

unidireccionalmente —político-ciudadano— sino que los usuarios con acceso a la red cuentan con opciones para ejercer su condición de una manera más plena, acortando las brechas para una democracia más directa y cercana. No obstante, como señaló Sartori, al mejorar la posibilidad del acceso (en sus términos, aumentar el *demo poder*), no aseguraba la cualificación de los ciudadanos para un ejercicio deliberativo más útil (el *demo saber*). Es en esta perspectiva que debemos enmarcar la participación política en la red de los actores centrales del juego de poderes.

Internet evolucionó y se reinventó para convertirse en un medio de con-

sumo y producción al mismo tiempo. Esto se evidencia mejor cuando hablamos del salto de la web 1.0 a su versión mejorada y en plena ebullición, la 2.0.

Cuando decimos 2.0 estamos hablando de una condición que califica a una nueva generación de contenidos y plataformas en Internet —algunos autores, incluso, han llegado a considerarlo como un paradigma o una filosofía—. Como fuere, nos referimos a un concepto arbitrario que funciona por oposición a las limitadas posibilidades de interacción de las primeras páginas de la historia de la internet.² Los atributos de uno y otro sistema podemos resumirlos en el siguiente cuadro:

Web 1.0	Web 2.0
<i>Vertical:</i> un webmaster, conocedor del sistema, gestiona la información y la dispone para la información de los usuarios.	<i>Multidireccional:</i> el contenido puede ser transformado, criticado y compartido.
<i>Horizontal:</i> los usuarios interactúan con el contenido y con otros usuarios. Se crean comunidades.	<i>Estático:</i> el contenido es protegido y restringido, con accesos jerarquizados y gestionado desde una matriz inaccesible.
<i>Unidireccional:</i> el contenido puede ser descargado y, ocasionalmente, guardado.	<i>Dinámico:</i> el contenido es libre, creado por cualquier usuario, por lo que se actualiza en tiempo real. Auspicia el trabajo colaborativo.

2 Ingresando al sitio web de Archive (www.archive.org) existe la posibilidad de repasar la evolución de las páginas web a lo largo de sus distintas versiones históricas. Este ejercicio puede ser de mucha utilidad para entender mejor comparativamente cómo las páginas internet han migrado de un modelo de transmisión (usuario pasivo), a uno de transacción informativa (usuario activo-prosumidor).

A partir de lo anterior, resulta conveniente plantear el ejercicio de extrapolar la oposición 1.0 vs. 2.0 al terreno de la política nacional. Desde la recuperación de la democracia en el año 2001, luego de la caída del régimen fujimorista, en la que mucho tuvo que ver el poder de las imágenes, el país sigue un proceso de transición en varios niveles. A pesar de las lecciones, se ha avanzado muy poco en la consolidación de actores e instituciones políticas que se asemejan al perfil 1.0, como proponemos a continuación:

nes gobernantes-gobernados que escapa del esquema clásico de representación, donde la democracia se activa solo al momento del sufragio. Por el contrario, propone una acción de diálogo permanente. Como plantea Pierre Lévy, [...] después de que nuestras sociedades hayan experimentado los poderes críticos y desterritorializantes de los medios clásicos, ¿por qué no experimentan las capacidades de aprendizaje cooperativo, de constitución y reconstitución del vínculo social que encierran los dispositivos de comunicación para la inteligencia colectiva? (2004: 40).

Política 1.0	Política 2.0
<i>Vertical:</i> los políticos viven distanciados de las necesidades reales de la población. Se legisla y decreta de arriba hacia abajo.	<i>Horizontal:</i> los políticos y los ciudadanos ejercen un diálogo permanente (lo que no sugiere una vuelta al asambleísmo, sino a la interacción cívica representante-representado).
<i>Unidireccional:</i> los políticos se relacionan con los ciudadanos a través de mensajes que informan o leyes que dictan. Hay una concepción pasiva del ciudadano. El Estado se concentra.	<i>Multidireccional:</i> las propuestas políticas surgen de distintos actores sociales y grupos de interés. El ciudadano se involucra a través de la propuesta. El Estado se desconcentra.
<i>Estático:</i> las instituciones son burocráticas, jerarquizadas y restringidas.	<i>Dinámico:</i> se alienta el gobierno electrónico (e-government), donde los procesos se automatizan y la información se hace pública.

El concepto de Política 2.0, insistimos, va más allá del uso instrumental de las tecnologías en las campañas políticas. Se asocia, más bien, a un nuevo estilo de entender las relacio-

La demanda

La web 2.0, repositorio de millones de *gadgets* y aplicaciones, se convierte en el hábitat natural de los internautas,

potenciales *ciudadanos digitales*.³ En el Perú existen casi 7 millones de usuarios de la red, que representan casi la cuarta parte de habitantes de todo el territorio. Nada mal para un país sin políticas públicas que promuevan su consumo y con una agenda digital aún incipiente. El grueso de estos usuarios son, sin duda alguna, estudiantes, jóvenes en edad de sufragio o pronto a estarlo. Aunque, según un estudio realizado por una universidad privada, un preocupante 27 por ciento de jóvenes entre 18 y 29 años en áreas urbanas no sabe cómo usar internet y otro 36 por ciento ni siquiera está interesado en usarla (IOP-PUCP 2009), no podemos cerrar los ojos ante una realidad cada vez más cercana. A pesar de las enormes distancias en acceso y competencias digitales (*e-skills*), “[...] la telepresencia, la teleactividad, la teleinteracción han dejado de ser meras palabras de la ciencia ficción previa para convertirse en una realidad cotidiana y palpable, con efectos tangibles y concretos sobre la vida cotidiana de la pobla-

ción” (Urresti 2008: 30), especialmente en el segmento juvenil que *hace* su vida en la red y al que ciertamente la política le importa muy poco.

Constituye un primer y gran error pensar que lo digital consiste exclusivamente en el uso más o menos eficiente de estas herramientas tecnológicas. Lo digital constituye una cultura. Por lo tanto, cuando nos referimos al *ciudadano digital* aludimos a una nueva calidad de ciudadano que maneja percepciones totalmente distintas a las de sus generaciones precedentes en relación con el tiempo, el espacio y las relaciones humanas. A esta reconfiguración de las sensibilidades se enfrenta el quehacer político de hoy, que pretende, anacrónicamente, seguir limitándose en debates y oposiciones ambiguas —idealismo/pragmatismo, más Estado/menos Estado, pobres/ricos— que hoy, más que nunca, parecen hibridarse, extinguirse o paradójicamente coincidir.

La transformación del tiempo y del espacio está recogida en el concepto de “modernidad líquida”, que define

3 Preferimos evitar el término “nativo digital”, recurrente en la literatura especializada, por dos razones: primero, porque la oposición “nativo-inmigrante” sugiere un componente generacional en el que no queremos distraernos; y segundo, porque es un concepto indelible al acceso de los usuarios a un conjunto de tecnologías que, en el caso de los jóvenes peruanos, no atiende las particularidades de su consumo (casi el sesenta por ciento de internautas acceden a la red a través de cabinas públicas o cibercafés). Si habláramos de “nativos digitales”, *strictu sensu*, estaría representada una muy limitada porción de jóvenes peruanos, pertenecientes a niveles socioeconómicos altos y medioaltos, que son los que han nacido con acceso a computadoras y otros soportes audiovisuales y conviven con ellos de forma permanente.

las sociedades contemporáneas como inestables, superfluas, desterritorializadas y policéntricas (Bauman 2003). La inestabilidad se traduce, para el caso juvenil, en el deseo permanente de cambio, de estar en movimiento, de hacer *zapping* constante, de fluir (y donde los mayores miedos son el de quedar “estancado” en un mismo trabajo toda la vida, o el de ser un “quedado” en su relación con las personas). La superfluidad se evidencia en las conversaciones a través de los nuevos formatos que auspician la economía —y precarización— del diálogo, los mensajes de texto llenos de apócope y los chats donde abunda la comunicación fática. La desterritorialización se concentra en la actividad de los prosumidores usuarios, que son a la vez productores y consumidores de mensajes, especialmente en no-lugares, como la *world wide web* o los mundos virtuales. Finalmente el policentrismo, sustentado en la formación continua de nodos de conocimiento y producción de contenidos simultáneos y paralelos, multiplicando las fuentes de información a través de blogs, *wikis*, *tweets* y redes sociales.

El descrédito de la acción política se debe no solo a la incapacidad de muchos de sus nuevos actores (particularmente los *outsiders*) para elaborar discursos atractivos y convincentes para estos novedosos entornos, sino a su falta de reacción para interpretar la sociedad en otros términos y reinventarse como actividad de todos. Dejó

de ser una acción implicativa de los habitantes de un Estado para convertirse en el trabajo de unos pocos. La consecuencia de esto es el alejamiento de muchos jóvenes a la vida política y a la cosa pública, además de su estigmatización: los jóvenes viven *online* mientras que la política discurre en terrenos *offline*; los jóvenes empiezan a participar en comunidades 2.0, mientras que la política sigue inscrita en la dinámica 1.0.

Resulta más que evidente que aún por algunos años viviremos en una sociedad “analógica”, no por el acceso, repito, sino porque aún no hemos resuelto las necesidades más básicas de la sociedad y, peor aún, porque no hemos sido capaces siquiera de crear ciudadanos competentes en el ejercicio de su ciudadanía. La inequidad en el acceso —sea por razones económicas o por brechas alfabetogeneracionales—, ubican nuestras posibilidades de democracia electrónica en un terreno más cercano a la polis griega que a la ciudad digital, allí donde la ciudadanía no es un derecho público sino una calidad restringida para los que pueden costearla. ¿Para qué queremos una sociedad digital entonces cuando contamos con una institucionalidad política de desarrollo incipiente (una política *beta*, para usar la terminología de internet)?

Se hace urgente, entonces, la presencia en la agenda política nacional de asuntos tan sensibles como la democratización del acceso y la alfa-

betización mediática en las escuelas, que podrían ayudar a implicar más el ejercicio político en el sector de jóvenes usuarios o potenciales usuarios de internet. Esto ligado a una democratización de la educación formal, donde la escuela y la universidad no reproduzcan lógicas de poder de inicios de la modernidad. Venimos hablando hace más de 25 años —desde el informe Mc Bride, con más fuerza— de la importancia de los medios en la formación de los ciudadanos, pero nada hemos hecho por asumir su incorporación en nuestro sistema educativo. Mientras en Gran Bretaña se discute sobre la enseñanza de redes sociales en las escuelas primarias (Curtis 2009), en el Perú la gran reforma educativa consiste en la remodelación de algunas grandes unidades escolares (*El Comercio* 2009).

La oferta: ¿Ciberpolítica o tecnofetichismo?

El gran riesgo del encantamiento de la política por lo digital está dado por lo

que podemos llamar *tecnofetichismo*. Ver la presencia de políticos en red —que imitan el paradigma Obama desde el punto de vista exclusivamente formal— puede resultar anecdótico; pero también puede convertirse en un verdadero riesgo. Creer que solo la tecnología salvará al Perú —una suerte de *tecnoutopismo* ideológico— puede llevarnos al engaño.⁴

Igualmente, la sola presencia de los actores políticos en el mundo virtual no garantiza nada. Al contrario, exige que sus prácticas cotidianas sostengan una coherencia con las que exhiben en redes sociales, blogs y páginas personales. Un estudio del Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú (IOP-PUCP) concluye que los mayores usos que los peruanos dan a las redes sociales son compartir y mirar información de otros. Esta dinámica voyerista, lejos de caracterizar un consumo local, es la misma que los investigadores de la Universidad de

4 Un caso de *tecnoutopismo* llevado a las políticas públicas ocurre desde el gobierno del presidente Toledo (2002-2006), con la puesta en marcha del Plan Huascarán —concebido para dotar de centros de cómputo interconectados en colegios de zonas pobres—, y continúa con el gobierno actual del presidente García (2007-2011) con el proyecto One Laptop Per Child (OLPC) —promovido por Nicholas Negroponte— que consiste en dotar de *laptops* a escolares de localidades sin recursos. Ambos programas se han visto contaminados por no contar con sustento pedagógico que los respalde y asegure su sostenibilidad. Se trata, y allí radica el error, de pensar que el solo acceso a internet por parte de los escolares mejorará la calidad educativa. Es ciertamente encomiable la idea de dotar de acceso, pero sin planes de capacitación consistentes, a los maestros y reformas curriculares más profundas, entre otros cambios urgentes, la experiencia en marcha de OLPC correrá la misma suerte que la primera: la extinción y el olvido.

Harvard hallaron para el caso estadounidense.⁵ En efecto, gran parte del tiempo virtual de los internautas es invertido —o perdido, según se prefiera— en fisgonear vidas ajenas y recrear las propias. Es evidente que el mayor propósito de aquella actividad, según los usuarios, es contactar o “conocer amigos”. Pero, ¿a qué efecto democrático podríamos aspirar si el uso de herramientas 2.0 se limita a la transmisión de mensajes y al encumbramiento de la comunicación fálica?

Peor aún, en tiempo de campaña, los asesores de imagen dedicarán gran parte de su actividad a “producir” perfiles, construyendo una imagen idealizada de lo que sus candidatos “son” (o pretenden ser) y lo que “hacen” (o quieren mostrar que hacen). Es tristemente célebre el caso de una congresista peruana apodada por la prensa como “la reina del *twitter*” (en alusión al uso descontrolado que daba a esta herramienta de *microblogging*), cuando al verse comprometida en un escándalo de dimensiones mediáticas no soportó el nivel de críticas de sus “seguidores” y tuvo que

cerrar su perfil, en lo que algunos bloggers locales calificaron como la primera “defunción virtual”.⁶

En el caso de las instituciones públicas, el gobierno electrónico en el país se inicia desde el año 2001, fecha desde la que algunos organismos públicos fueron creando presencia en la web.⁷ Según un informe de la Red Científica Peruana del año 2003, “[...] se calcula que el 71% de las entidades de administración pública (con sede en Lima) tiene su página web; sin embargo, éstas son informativas en un 54% y sólo un 9% dispone de facilidades para bajar archivos. Sólo el 29% la actualiza regularmente y muy pocas ofrecen transacciones en línea aunque incompletas; es decir, aceleran una parte mínima de un trámite pero debe ser completado a manera presencial” (RCP 2003). La realidad actual muestra un avance muy significativo en relación con las posibilidades que el Estado brinda a los ciudadanos en términos de realización de trámites burocráticos de manera electrónica, no obstante, el concepto de gobierno electrónico no es sino una

5 Puede consultarse el informe en el siguiente enlace: <<http://hbswk.hbs.edu/pdf/item/6156.pdf>>.

6 Recomendando el análisis hecho por el *bloguer* José Alejandro Godoy en <<http://www.desdeeltercero.com/2009/09/politica-20-como-andamos-en-peru/>>.

7 Puede consultarse el informe sobre las páginas web de la administración pública que sirvió de línea de base para la elaboración del primer Plan de Gobierno Electrónico en el país, disponible en el siguiente enlace: <<http://www.ongei.gob.pe/publica/indicadores/lib5128/libro.pdf>>.

arista del complejo entramado de la ciudadanía digital, pues se limita a la prestación de servicios a través de la digitalización de formatos e integración de procesos.⁸

Muchas otras instituciones, sin embargo, distan aún de la preocupación por acercarse al ciudadano bajo los principios 2.0 que hemos aludido. Un caso útil es el Portal del Congreso Peruano (<http://www.congreso.gob.pe>), que aunque contiene una sección llamada “Portal Ciudadano”, ofrece un acceso burocratizado y restringido que no promueve ningún tipo de diálogo. Lejos de explotar las posibilidades de conexión con el usuario, lo ahuyenta, creando una estructura de contenidos netamente informativos y de registro. Todo lo contrario ocurre con el excelente modelo del Parlament 2.0 Catalán (<http://www.parlament.cat/web/serveis/parlament-20>), creado para incentivar la relación representante-representado a través de las aplicaciones que se ofrecen en la red. Para ello, presenta una sección especialmente diseñada para tal fin con herramientas como: “Mi parlamento”, espacio de gestión personalizado de contenidos de acuerdo a los intereses del ciudadano; “El presidente responde”, destinado a intercambiar ideas, impresiones, dudas y

opiniones con el presidente del Parlamento; “Consultas de los ciudadanos”, canal de atención a las consultas relacionadas con las diferentes funciones del Parlamento y acceso a los blogs de los diputados, que cada parlamentario gestiona directamente. Adicionalmente a ello, cuenta con presencia en redes sociales (Facebook), *microblogging* (Twitter), plataformas de audios y videos (YouTube y Podcast), y de gestión y sindicación de contenidos (Netvibes, Delicious, etcétera).

Como observamos en los casos anteriores, la oferta misma demuestra una brecha: en términos institucionales e individuales. Aunque la clase política parece exhibir una preocupación creciente por incorporar elementos de tecnología a su actividad, parece olvidar la urgente necesidad previa de cualificar a los actores sociales para la acción cívica a través de internet, generando ciudadanos con posibilidades reales de acceso y con competencias suficientes para ejercer una ciudadanía renovada o 2.0. Como señaló Lévy, “[...] la movilización de competencias sociales es una exigencia indisociablemente técnica y política. [...] El uso socialmente más útil de la informática de comunicación es sin dudas [el] de proporcionar a los grupos humanos los medios para man-

8 El Estado presentó un portal de servicios al ciudadano y las empresas que ha merecido excelentes críticas por parte de organismos especializados: <<http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/>>.

comunar sus fuerzas mentales para constituir colectivos inteligentes y hacer vivir una democracia en tiempo real” (2004: 42).

Ahora muchos partidos ya no buscan hacer perfiles programáticos auténticos, frutos de la discusión ideológica, sino que prefieren pensarse como ejecutores de necesidades muy concretas de los ciudadanos, banalizando el quehacer político y limitándolo al acto de ofrecer productos similares, que los ubiquen dentro del espectro “políticamente correcto”. Frente a esto, internet —y el influjo de la web 2.0— puede reconocerse como una plataforma que ayude a repensar el ejercicio ciudadano desde sus principios: horizontalidad —cultivando una relación armónica ciudadano-representante—; colaboratividad —haciendo uso estratégico de la capacidad del ciudadano de aportar con ideas y acciones a la gobernabilidad del país—; y dinamismo —para responder a las demandas actuales de los habitantes a través del diálogo permanente—.

Contraoferta juvenil: ¿Movidas o movimientos?

Nos encontramos en medio de un reciente debate académico referido al poder de los nuevos medios para (re)politizar a los jóvenes —comuni-

cativamente hablando, para implicarlos en los temas políticos—. Existen experiencias concretas que serviría mencionar: i) la convocatoria pública que se realizó en Colombia a través de las redes sociales —concretamente en Facebook— y que congregó cerca de un millón de personas para marchar contra la violencia producida por el narcoterrorismo de las FARC; y ii) la red social “No a Keiko”, cuyo objetivo explícito es “impedir que Keiko Fujimori y el fujimorismo ganen las elecciones presidenciales en el año 2011”.⁹

Ambas son ejemplo de manifestaciones políticas de los jóvenes. Resultan excepciones, además, porque la gran mayoría (no nos atrevemos a decir que todas) se desvanecen con el tiempo. Son productos concretos de coyunturas o situaciones efímeras que no suponen ningún tipo de militancia ni trascienden acciones específicas. Sirven, quizá tan solo, para congregar voluntades en torno a debates o problemas puntuales y que, por lo general, nacen con fecha de caducidad, sea por la resolución del problema o por la pérdida de interés a favor de otro más reciente.

Como señalan Palfrey y Gasser, “[...] el medio no es el mensaje cuando se trata de la vida política de los nativos digitales. Los sitios de Internet son generalmente facilitadores de la participación, pero no suponen nece-

9 La dirección del grupo (que deriva a la página del Facebook) es <<http://www.noa-keiko.com/>>.

sariamente una acción; las actividades de participación cívica que resultan de las interacciones en línea ocurren a menudo en el espacio *offline*” (2008: 264). Es decir que las herramientas digitales, hasta este punto, solo cumplen un rol de organización y de plataformas de interacción; unirse a un grupo en una red social o comentar en un blog no generan un compromiso mayor al de hacer clic en la aplicación correcta (e ignorarla si no resulta suficientemente atractiva en términos de cercanía, empatía o interés). Muchas de estas presencias son, siguiendo a Sandro Venturo, movidas que no llegan a ser movimientos, “[...] porque no están centralizadas institucional ni políticamente. No forman parte de circuito político alguno” (2001: 100). ¿Qué utilidad democrática, sea de acción política directa o de revaloración de la discusión ciudadana, podemos encontrar en la red?

Bien recuerda García Canclini, a propósito de la participación política de los jóvenes en la caída del gobierno dictatorial de Alberto Fujimori, que “[...] al final de un régimen que manipuló los medios masivos y trató de fijar a los ciudadanos como espectadores, vimos el gesto de recuperar símbolos clave en las plazas y reactivar su participación: rehacer el senti-

do de lo público como interactividad presencial, no solo mediática” (2007: 126-127), lo que confirma que cuando la causa tiene potencia suficiente, es la propia necesidad de ser y estar la que reactiva y reorganiza el espacio ciudadano de los jóvenes.

Hemos hablado de la oferta y la demanda y qué factores moldean la presencia y ausencia de acciones políticas que naciendo *online* adquieran algún grado de incidencia *offline*. Nos gustaría, entonces, presentar una experiencia concreta de participación política de jóvenes a través de la web 2.0.

Lupa 180¹⁰

En el Perú son pocos los electores que analizan detalladamente los planes de gobierno de los candidatos y son pocos los candidatos que se esfuerzan por instrumentalizar y viabilizar sus propuestas para luego comunicarlas eficientemente. Las elecciones a cargos públicos prefieren siempre una tonalidad bastante más afectiva que racional, donde las ofertas electorales y la gestión de los elegidos muestran incompatibilidad estructural, lo que confirma la calidad del proceso democrático. Esto se suma a otras dimensiones de un problema más profundo, como la ausencia de una cultura de

10 Este proyecto obtuvo el primer lugar en el concurso internacional “Buenas prácticas de jóvenes en participación ciudadana e incidencia política”, convocado por el Banco Mundial el año 2008. El trabajo presentado puede observarse en la dirección <www.proyecto-coherencia.org/lupa180/index.php>.

planeamiento y evaluación de la gestión pública. En ese sentido, los planes suelen ser únicamente declaraciones de intención que no son monitoreados (y a veces únicamente leídos por quienes los elaboraron).

Frente a esta situación, un colectivo de jóvenes universitarios, denominado “Proyecto Coherencia”, elaboró una iniciativa de incidencia política a través de la vigilancia ciudadana —*accountability*— utilizando, para ello, los recursos que le proporcionaba internet. Alan García, luego de una segunda vuelta electoral, había asumido la Presidencia del Perú en julio de 2006 y Lupa 180 se planteó observar el cumplimiento de las promesas electorales del Partido Aprista Peruano (APRA) expresadas en el Plan de Acción Inmediata (PAI) dentro de su Plan de Gobierno durante los ciento ochenta primeros días de gobierno.

Según el coordinador del proyecto, “queríamos demostrar a la ciudadanía que estamos en condiciones de lanzar ‘señales’ al mercado de candidatos a la presidencia —o a cualquier otro cargo— que buscamos la coherencia entre las propuestas por las que votamos por uno u otro candidato y sus acciones en la práctica. Los objetivos eran desarrollar indicadores de gestión de fácil comprensión para contribuir al proceso de rendición de cuentas del nuevo gobierno y promover la vigilancia entre los jóvenes” (Monard, 2009). Los indicadores se resumen en un semáforo para cada

promesa, donde el color rojo significa que no hubo ningún avance (“en nada”), el ámbar que está en proceso (“en algo”) y el verde que cumplió oportunamente con la promesa.

Durante la etapa preelectoral se había hecho énfasis en el contraste existente entre el alto porcentaje de votantes que representaban los jóvenes peruanos y su apatía con la política. “Lupa 180 permitiría a Proyecto Coherencia demostrar a los jóvenes que la política no se hacía solamente en espacios solemnes y que era aburrida; la política también se hace desde nuestras casas, a través de un blog y usando recursos audiovisuales para determinar los avances (o retrasos) en la ejecución de las propuestas” (Monard 2009). La información recolectada por los miembros de la organización utilizando las posibilidades que el Perú brinda gracias a su Ley de Transparencia y Acceso a la Información, fue subida a Internet y publicada a través de un *weblog* que se actualizaba constantemente. “El trabajo hubiese sido más sencillo si todos los Portales Web Institucionales de las entidades responsables de cumplir las acciones hubiesen tenido actualizadas sus páginas de transparencias, tuviesen implementados mecanismos de consulta amigables o simplemente los *webmaster* respondiesen oportunamente los correos. Estos instrumentos funcionaron en muy contadas excepciones” (Monard, 2009).

Los resultados al seguimiento y monitoreo del Plan de Acción Inmediata (PAI) fueron expuestos, incluyendo además breves artículos de opinión sobre las principales propuestas, donde se analizaba su relación con los objetivos estratégicos del país y su viabilidad. El blog permitía que los lectores pudieran dejar sus comentarios y generar debate. A través de estos comentarios, el blog se volvió un espacio rico en intercambio de ideas sobre la validez y el cumplimiento de las acciones prometidas, que valió para medir el verdadero éxito de la vigilancia y la acogida de los ciudadanos.

El diario *Perú 21* adoptó el proyecto y publicó los resultados una vez llegados los seis meses de Gobierno, que demostraban que había cumplido solamente con el 14 por ciento de las promesas planteadas, estando otras en proceso y alrededor de la mitad “en nada”. Al día siguiente de la publicación del informe, el mismo diario publicó que Jorge del Castillo, presidente del Consejo de Ministros, respondió duramente: “¿Con qué criterio se puede medir si es 14, 15, 20 o el 100 por ciento lo avanzado? Eso es una cosa antojadiza, imagino realizada con baja responsabilidad”. En la misma entrevista trató de justificar el débil desempeño argumentando que las grandes reformas necesitan tiempo y que habían recibido de parte de Alejandro Toledo, ex presidente, un “país desordenado” (*Perú.21* 2007).

Si bien reconocidos analistas políticos habían evaluado la gestión de los primeros 180 días, sorprendía a los medios de comunicación que haya sido un grupo de jóvenes los que decidieron fiscalizar al gobierno de turno, fue así como diversos medios de comunicación invitaron a los miembros de Proyecto Coherencia a exponer sus ideas. El impacto de esta propuesta “empoderó”, motivándolos y despertando su creatividad, a algunos jóvenes y las intenciones de réplicas de los jóvenes, a nivel local, no se hicieron esperar (Monard 2009).

El Gobierno aprista, con una visión política 2.0, en lugar de ver a estos jóvenes y su blog como amenazas, pudo haber encontrado una oportunidad para dialogar con los ciudadanos sobre su estrategia de acción inmediata y ampliar sobre sus logros durante los primeros seis meses, abriendo, por ejemplo, un espacio donde se expongan las supuestas dificultades para alcanzar las metas trazadas en el periodo de ciento ochenta días y otro espacio para los comentarios y sugerencias al respecto, con un mecanismo fluido de respuesta, por supuesto. Un espacio horizontal, colaborativo, multidireccional, dinámico, y sobre todo democrático, que no dependa de la plataforma tecnológica, que es solamente una herramienta, sino de la voluntad política para acercarse a las personas sobre temas a los que se habían comprometido.

Conclusión: Del oportunismo demagógico a la oportunidad democrática

A lo largo del artículo hemos presentado la internet y sus posibilidades como un terreno de incipiente uso político que corre el riesgo de ser subutilizado si se lo restringe a ciertas prácticas instrumentales de transmisión y recepción de mensajes. Por sus posibilidades de forma y contenido, la web puede ser una aliada potencial del sistema democrático. Advertimos, sin embargo, que para que ello ocurra habría, previamente, que asegurar el acceso (partiendo de poner en la agenda pública su necesidad) y cualificar su uso por parte de los ciudadanos (la educación formal, señalamos, debería responder a estas exigencias incorporando la alfabetización digital como asunto urgente).

A pesar de sus múltiples ventajas, si las relaciones entre el político y los ciudadanos van a quedarse en la “nube”, virtualizadas y lejanas, o si se concibe la tecnología como la solución mágica de los problemas ¿qué espacio

le queda a la política de representación? Aquí hay un riesgo muy serio con relación al papel que juegan las nuevas tecnologías en la política: sus actores deben reafirmar cuanto antes su rol central de mediación, de pedagogía, de construcción del espacio público y de diálogo antes de pretender “obamizar” nada. Antes de hablar de las tecnologías, tenemos que responder en nuestros partidos y movimientos varias cuestiones: ¿realmente queremos comunicarnos con la gente? ¿Para decir? ¿Para escuchar? ¿Para estar? Tengamos cuidado con la ilusión de la democracia directa omitiendo a los actores que nos representan, ¿qué estamos haciendo para fortalecerlos?

En internet, lo masivo se diluye ante la presencia cada vez más posible del usuario como individuo. ¿Están los políticos preparados para lidiar con individuos y no con una masa? Trasladar los vicios de la política *offline*¹¹ a este nuevo entorno podría acabar por deslegitimar también sus posibilidades.

11 Uno de los vicios más recurrentes es crear perfiles falsos o poner a un tercero a cargo de la actualización de los contenidos en las vitrinas con que cuenta el candidato (perfiles en redes sociales, blogs, etcétera). Otro vicio, de amplio uso en foros de opinión y chats públicos, es contratar los servicios de *hackers* para sabotear alguna información, o finalmente arrendar *geeks* para subir comentarios halagüeños o destructivos —según la ocasión—, lo que en términos periodísticos locales se denominan las “portátiles”, público pagado para simular respaldo popular.

Si bien es cierto la política pasa por una crisis de deslegitimación, solo podrá hacer frente a ella si se perfila nuevamente, y con más claridad, como un ámbito especial para la concurrencia pública de ideas y propuestas de acción. Hay que abandonar, para siempre, esa cultura del “granhermanismo” que convierte la política en ilusión interactiva, y los debates ideológicos en simulacros de democracia directa a través de la pantalla (Innerarity 2002: 50-55). Más bien deben ser exploradas las posibilidades que otorga el ciberespacio para la participación activa y cualificada de los ciudadanos y para la respuesta oportuna y orientadora de los políticos.

El político que busca el ciudadano no es un superhéroe infalible e inalcanzable, como suelen concluir algunos asesores, sino una persona de carne y hueso con la que pueda dialogar, de la que pueda discrepar o que pueda orientarla. De nada sirve que los políticos se encarguen de recrear identidades virtuales perfectas y acabadas, pues finalmente los votantes no elegiremos un avatar (o sea, su álter ego virtual). Hay mostradas posibilidades de cómo utilizar la web para enriquecer el debate público y reenganchar a los “apolíticos” con el desarrollo de su comunidad. ¿Queremos que las tecnologías sean una oportunidad o haremos un uso oportunista de ellas? Las próximas elecciones podrán brindarnos posibles respuestas.

Bibliografía

- BAUMAN, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- CANCLINI, N. G. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.
- CURTIS, P. (2009). “Pupils to study Twitter and blogs in primary schools shake-up”, 25 de marzo. <<http://www.guardian.co.uk/education/2009/mar/25/primary-schools-twitter-curriculum>>. [Consulta: 18 de noviembre del 2009.]
- EL COMERCIO (2009). “Destinan S/.250 millones para renovar colegios”. Lima, 24 de febrero. p. A8.
- GASSER, U. y J. Palfrey (2008). *Born digital*. Nueva York: Basic Books.
- INNERARITY, M. (2002). *La transformación de la política*. Barcelona: Península.
- IOP-PUCP (2009). *Informe sobre uso y percepción del Internet*. <http://www.pucp.edu.pe/iop/files/sondeo_45.pdf>. [Consulta: 19 de noviembre del 2009.]
- LÉVY, P. (2004). *Inteligencia colectiva: Por una antropología del ciberespacio*. Washington D.C.: OPS.
- Mateus, J. C. (2009) “Proyecto Lupa 180”. Entrevista a E. Monard realizada el 23 de noviembre .

- Perú.21. (2007). "Del Castillo no acepta críticas por los 180 días". *Perú.21*. Lima, 29 de enero. <[http:// peru21. pe/impres/ noticia/castillo-no-acepta-criticas-180-dias/2007-01-29/33779](http://peru21.pe/impres/ noticia/castillo-no-acepta-criticas-180-dias/2007-01-29/33779)>.
- RCP - Red Científica Peruana (2003). *Atlas Internet Perú*. <[http://www. yachay.com.pe/especiales/internet/](http://www.yachay.com.pe/especiales/internet/)>. [Consulta: 20 de noviembre del 2009].
- Sartori, G. (2001). *Homovidens. La sociedad teledirigida*. México D.F.: Taurus.
- Urresti, M. (2008). *Ciberculturas juveniles: Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet*. Buenos Aires: La Crujía.
- Venturo, S. (2001). *Contrajuventud. Ensayo sobre juventud y participación política*. Lima: IEP.