

Democracy y Government 2.0

Soumitra Dutta
Matthew Fraser*

OBAMA Y LAS “ELECCIONES FACEBOOK”

Las elecciones presidenciales de 2008 en los EE.UU. serán recordadas en la historia por una obvia razón simbólica que servirá de inspiración para generaciones futuras. Si bien los expertos se concentrarán en el aspecto de la raza de Barack Obama, otro de los factores que fue ampliamente pasado por alto es su poderosa atracción tecno-demográfica.

Sabemos que la clave de la victoria de Obama se encuentra, en parte, en una oleada de apoyo transmitida a través del clamor popular entre los jóvenes estadounidenses. Al inicio de su cam-

paña, los observadores políticos apreciaban que Obama estaba “convulsionando el voto de los jóvenes”. Posteriormente se demostró que así había sido. Las encuestas realizadas el martes a la salida de los colegios electorales desvelaron que Obama había obtenido alrededor del 70% del voto entre los jóvenes estadounidenses menores de 25 años, lo que suponía el porcentaje más elevado desde que comenzaron en 1976 a realizarse las encuestas tras emitir el voto en los EE.UU.

Dicho simple y llanamente: Obama disfrutó de una oleada de apoyo entre la generación del Facebook. Será sin duda el primer inquilino de la Casa Blanca que haya ganado unas elecciones presidenciales en la web.

Estas elecciones han marcado la primera ocasión en la que todos los candidatos, presidenciales y congresistas, hayan intentado conectar directamente con los votantes estadounidenses a través de sitios de la red social de Internet *online*, como son Facebook y MySpace.

* Este trabajo ha sido escrito originalmente en inglés y traducido para su publicación en “Hermes”.

Soumitra Dutta

Profesor catedrático de Comercio y Tecnología de Roland Berger

Matthew Fraser

Profesor principal de investigación del INSEAD.

Estas elecciones han marcado la primera ocasión en la que todos los candidatos, presidenciales y congresistas, hayan intentado conectar directamente con los votantes estadounidenses a través de sitios de la red social de Internet *online*, como son Facebook y MySpace.

Se han venido a denominar éstas las “Elecciones Facebook”. No es casualidad que uno de los estrategas clave de Obama fuera Chris Hughes, el cofundador de Facebook, de 24 años de edad. Hughes se encargó de planear y organizar la altamente efectiva guerra relámpago de la campaña de Obama, en todos los niveles de ataque, desde los sitios de la red social hasta la utilización de dispositivos de audición portátiles y el envío de mensajes a móviles.

Facebook no permanece ajeno al poderoso papel que está desempeñando de forma repentina en la política electoral estadounidense. Durante la campaña presidencial, el sitio inauguró su propio foro para fomentar los debates *online* sobre los problemas que se les planteaban a los votantes. Facebook asimismo se asoció con la principal cadena de televisión, ABC, para afrontar la cobertura de las elecciones y organizar foros políticos. Otra antigua entidad mediática, CNN, se asoció con YouTube para la celebración de los debates presidenciales.

El magistral impulso dado por Obama a las plataformas Web 2.0 marca una irrupción de gran importancia en el panorama político electoral, tanto estadounidense como del resto del mundo, ya que las campañas dejan el estilo anquilosado de la maquinaria política para avanzar hacia la dinámica horizontal de las redes sociales *online*. La web, es decir, Internet, un medio perfecto para movimientos

políticos genuinos básicos, está transformando la dinámica del poder político. No existe barrera alguna para acceder a sitios de Internet como Facebook o YouTube. El poder se difunde, llegando hacia los extremos, porque en ellos todo el mundo puede participar. La web no se está potenciando únicamente para conseguir el voto, sino, como ha demostrado la campaña de Obama, también para la obtención de fondos básicos. La web puede suponer un formidable bombo dinero electoral.

Según un estudio con base en los EE.UU. realizado por el Pew Research Center (Centro de Investigación Pew), prácticamente la mitad de los estadounidenses (concretamente, el 46%) utilizaban la web, el correo electrónico o los mensajes de texto para recibir noticias sobre la campaña presidencial, para contribuir al debate o para movilizar a los demás. Alrededor del 35 % de estadounidenses reconocieron haber visto vídeos políticos *online*, el triple de veces más que durante las elecciones presidenciales de 2004. Y un escaso 10% manifestó haberse conectado a sitios para entablar redes sociales, como Facebook y MySpace, con el ánimo de comprometerse de alguna manera en las elecciones.

Alrededor del 35 % de estadounidenses reconocieron haber visto vídeos políticos *online*, el triple de veces más que durante las elecciones presidenciales de 2004. Y un escaso 10% manifestó haberse conectado a sitios para entablar redes sociales, como Facebook y MySpace, con el ánimo de comprometerse de alguna manera en las elecciones.

Obama, al que se le ha visto en numerosas ocasiones escribiendo mensajes con su Blackberry durante la campaña, es un político de nueva generación que acertadamente ha sabido comprender el poder electoral que esconde la web. Por enumerar todos los puntos de Web 2.0, la campaña de Obama no sólo utilizó el potencial de Facebook y YouTube, sino también MySpace, Twitter, Flickr, Digg, BlackPlanet, LinkedIn, AsianAve, MiGente, Glee y más.

Obama fue, con diferencia, el político *online* más efectivo mientras duró la campaña presidencial, no sólo en su enfrentamiento contra John McCain, sino también en su pugna contra su rival demócrata, Hillary Clinton. En los dos últimos años, Facebook ha sido sorprendentemente un territorio virtual pro-Obama. Algunos han atribuido la victoria de Obama al “Efecto Facebook”.

Obama es un auténtico político Facebook. En su perfil personal de Facebook, en el cual proclama su lema “Éste es nuestro momento”, Obama citaba como músicos favoritos a Miles Davis, Stevie Wonder y Bob Dylan, diciendo que sus pasatiempos favoritos eran el baloncesto, escribir y “gandulear c/los niños” (fíjese que su taquigrafía abreviada a la moda tenía la intención de atraer a los votantes más jóvenes). John McCain, a sus 72 años de edad, por su parte, jamás intentó conectarse a Facebook. Entre sus pasatiempos citó la “pesca”, y entre sus películas favoritas, Cartas desde Iwo Jima. Incluso McCain sufrió una “gamberrada” de un usuario bromista de Facebook, quien colgó un anuncio político falso justamente en el perfil *online* de McCain: “Queridos sim-

En los dos últimos años, Facebook ha sido sorprendentemente un territorio virtual pro-Obama. Algunos han atribuido la victoria de Obama al “Efecto Facebook”.

patizantes: Hoy quiero anunciaros que he cambiado mi postura y manifiesto en este momento mi total apoyo al matrimonio gay... especialmente si éste es entre dos apasionadas féminas.”

Pasemos a echar una ojeada a los resultados estadísticos. Obama contaba con más de 2 millones de simpatizantes estadounidenses en Facebook, mientras que McCain sólo contaba con algo más de 600.000.

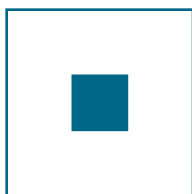
En la plataforma de micro-blogs, Twitter (que significa en inglés “gorjeo, parloteo”), Obama podría contar con más de 112.000 simpatizantes “gorjeando” para conseguir su elección. McCain, por su parte, sólo llegó a contar con 4.600 seguidores en Twitter.

En YouTube, Obama alcanzó el cielo. Sus simpatizantes subieron más de 1.800 vídeos en el canal BarackObama.com, que cuenta con alrededor de 115.000 suscriptores. El canal atrajo más de 97 millones de visualizaciones de vídeos, de unos 18 millones de visitas que recibió el canal. Vamos a compararlo con la presencia en YouTube de McCain: sólo se subieron 330 vídeos en el canal JohnMcCain.com, los cuales atrajeron sólo a algo más de 28.000 suscriptores. El canal McCain atrajo a más de 2 millones de visitas, con alrededor de 25 millones de visualizaciones de vídeos. En YouTube, Obama venció a McCain por 4 a 1.

El golpe de gracia de Obama, y el golpe electoral más importante, fue el gran éxito de visualizaciones del videoclip “Yes We Can” (“Sí, podemos”). La circulación de dicho vídeo como un virus, visto por millones de estadounidenses sólo el primer día después de que fuera colgado, fue el elemento que concedió a Obama una credibilidad electoral sólida en la zona central de los EE.UU.

El golpe de gracia de Obama, y el golpe electoral más importante, fue el gran éxito de visualizaciones del videoclip “Yes We Can” (“Sí, podemos”). La circulación de dicho vídeo como un virus, visto por millones de estadounidenses sólo el primer día después de que fuera colgado, fue el elemento que concedió a Obama una credibilidad electoral sólida en la zona central de los EE.UU.

una estrella del pop de MTV. El vídeo no fue tan siquiera hecho por el equipo de la campaña de Obama. Fue producido orgánicamente por la estrella del hip hop, Will.i.am, del grupo Black Eyed Peas.



Obama también empleó de forma efectiva dispositivos de audición portátiles y mensajes electorales dirigidos a dispositivos móviles. En realidad, ya lo había hecho anteriormente como senador de los EE.UU. Como manifestó un observador: “Mientras que Obama estaba haciendo un uso intenso de los dispositivos de audición móviles, John McCain estaba ausente en acciones.” La campaña de McCain finalmente tuvo la idea de colgar en su página de Facebook un juego de vídeo denominado “Pork Invaders” (Los invasores a la captura de adeptos) para subrayar la determinación del candidato que fue héroe nacional de guerra, por conseguir captar votos en Washington. Mientras tanto, el equipo de Obama estaba aprovechando el poder del efecto de la red mediante una “aplicación Obama” para iPhones. Permitió a los simpatizantes propagar, como si de un virus se tratase, el mensaje a favor de Obama a todas las personas incluidas en sus listas de contactos.

Obama había previamente perfeccionado sus habilidades en Web 2.0 en la campaña contra Hillary Clinton. Mientras que los expertos políticos estaban siguiendo la confrontación a cabezazo limpio entre Obama y Clinton en la campaña electoral, Obama estaba siendo mejor estratega que su rival demócrata bajo el prisma del Facebook. A principios del año 2007, más de un año antes de haber obtenido la nominación por su partido, Obama consiguió un seguimiento masivo en Facebook mientras que Hillary Clinton luchaba contra la lluvia radiactiva negativa de un movimiento de Facebook denominado “Stop Hillary Clinton” (Parada a Hillary Clinton). Mientras que la página de Facebook de Obama había conseguido atraer a más de 250.000 miembros, la página de Clinton obtuvo la irrisoria cantidad de 3.200.

Internet, que quede claro, ya había sido aplicada en campañas políticas, pero había sido utilizada principalmente para recabar fondos. Sin embargo, a medida que los votantes van

volviendo cada vez más la vista hacia Internet cuando se trata de interactuar socialmente, realizar compras consumistas o de participar en la política, los que pretenden ocupar un cargo político se abalanzan para afianzar una presencia *online* y conectar con los votantes a pie de calle. Durante las elecciones estadounidenses, más de 500 políticos estadounidenses presentaron su propia página en Facebook. Muchos más lo harán en futuras elecciones, no sólo en los estados Unidos, sino también en Reino Unido, Francia, Alemania, Canadá, Australia y otras democracias.

A decir verdad, la dinámica social de gran apertura del universo Web 2.0 da acceso libre a cualquiera. Está en manos de los políticos europeos, quienes se están realmente quedando atrás con respecto a sus homónimos estadounidenses, aprovechar sus energías. A partir de ahora, el éxito electoral radica en contar con amigos en los más bajos estamentos.

¿UNA NUEVA DEMOCRACIA?

La democracia en verdad no tiene nada de virtud ni de perfección. Incluso en las democracias liberales modernas más importantes del mundo, como Estados Unidos, Reino Unido, Francia, es difícil argumentar que el proceso electoral anime a conseguir resultados puramente democráticos. En el Reino Unido, el llamado voto “diferencial” era una tradición consagrada a lo largo del tiempo que obligaba a las clases bajas a votar por sus superiores, normalmente los conservadores de alta cuna. Huelga decir que el Reino Unido también es una monarquía que mantiene un sistema parlamentario que cuenta con la Cámara de los Lores, cuya membresía viene determinada por dos principios totalmente antidemocráticos: derecho hereditario y nombramiento arbitrario. En los Estados Unidos, el proceso electoral estuvo dominado durante mucho tiempo por los denominados “jefes” del partido, que controlaban tanto a los votantes como, en muchos casos, a los políticos por los que vota-

ban. El papel de las “máquinas” políticas en la política estadounidense no evoca, al menos semánticamente, los principios democráticos de elevada consideración característicos de una participación abierta de la ciudadanía. En Francia, la Quinta República es, en efecto, una monarquía electa con parlamento, incluyendo un senado no-elegido, que queda virtualmente sin poder. En estos tres países, los movimientos de ciudadanos de base en contadas ocasiones se hacen oír, al menos desde las calles, y, en cualquier caso, no pueden alcanzar el poder de los grupos de interés de organización vertical.

Tal y como reza la famosa frase de Winston Churchill, la democracia es el sistema político peor que alguien se pueda imaginar (a excepción de todos los demás). Por suerte, la historia moderna nos ha acercado una serie de ejemplos de democracias robustas que, a pesar de no ser perfectas, han luchado por aupar los nobles ideales de la antigua Grecia. La nación más poderosa del siglo pasado, Estados Unidos, tiene implantada una potente democracia. Lo mismo ocurre en las naciones más prósperas del mundo. No cabe duda de que la democracia es la mejor de todas las formas posibles de gobierno. La cuestión que planteamos aquí es si, gracias a Internet, podemos anunciar la emergencia de una nueva Democracy 2.0 impulsada por los ciudadanos.

La cuestión que planteamos aquí es si, gracias a Internet, podemos anunciar la emergencia de una nueva Democracy 2.0 impulsada por los ciudadanos.

Los evangelistas de Web 2.0, como hemos visto, han mostrado la tendencia a centrarse en la transformación de la corporación capitalista. Se ha prestado menor atención a los tecno-optimistas, quienes abogan por un papel poderoso para Internet mediante la promulgación de un compromiso más efectivo

con la ciudadanía. Gran número de ellos se han sentido inspirados por las nociones del filósofo alemán Jürgen Habermas sobre el “consenso racional” en el debate público, y la forma en la que se puede conseguir por medio del activismo *online*¹. La revista *Wired*, en línea con este espíritu tecno-optimista, confirma de una forma potente esta visión: “El proceso democrático ideal es participativo, y el fenómeno de Web 2.0 tiene que ver con democratizar la tecnología digital. Nunca ha sido un mejor momento para explotar dicha ética tecnológica para volver a democratizar nuestra democracia².”

Puesto que Web 2.0 *difunde* energía de las instituciones hacia las personas, los sitios de establecimiento de redes sociales deberán proporcionar plataformas efectivas para promocionar una expresión genuina ascendente de soberanía de los ciudadanos. En este caso, el robusto espíritu cívico de asociación voluntaria que observó Alexis de Tocqueville en la joven República Estadounidense en la década de 1830, puede perfectamente dar pie a una vuelta a la escena del siglo XXI gracias a Internet³. Y, ya fuera de los Estados Unidos, el otorgamiento de poder a los ciudadanos apoyados en la web puede potencialmente favorecer a las democracias liberales y, lo que es aún más importante, traer la democracia a países que en la actualidad viven sometidos a la tiranía y despotismo en sus numerosas formas de manifestación.

Una de las medidas del papel de la web a la hora de facilitar una voz política al ciudadano, es, paradójicamente, la hostilidad reaccionaria que provoca en los regímenes autoritarios que se oponen a la democracia. No es ningún secreto el resentimiento que despierta el poder de la web en dichas dictaduras. Temen concretamente el impacto potencialmente desestabilizador de sitios de Internet como MySpace, Facebook y YouTube. El estado autocrático de Siria ha encarcelado a bloggers, y ha bloqueado sitios de Internet considerados una amenaza para la seguridad. En la lista negra de Siria se encuentran tanto Facebook como YouTube. Incluso en Egipto, un país árabe que disfruta de unas buenas relaciones diplomáticas de apertura con Occidente, el gobierno asume una línea dura frente a las críticas *online* al Estado.

Reporteros sin Fronteras, el organismo de control de los medios de derechos humanos, ha acusado al Estado de Egipto de una “abrupta represión” contra el disenso *online*, incluyendo el encarcelamiento de bloggers. El régimen de China también ha encarcelado a “ciber-disidentes” y, en marzo de 2008, ha clausurado 25 sitios en Internet, incluido YouTube⁴. Indonesia, por su parte, ha prohibido ambos sitios: YouTube y MySpace. Otros estados han prohibido sitios de Internet o han encarcelado a ciber-disidentes, entre los que cabe señalar Irán, Arabia Saudita, Bielorrusia, Birmania, Corea del Norte, Túnez, Turkmenistán, Uzbekistán y Vietnam. Un estudio de OpenNet Initiative publicado en 2007 indica que 25 de 41 países encuestados estaban implicados en algún tipo de censura de Internet⁵. Está claro que hay algo en los sitios gratuitos y abiertos, como MySpace, Facebook y YouTube que los regímenes no democráticos encuentran amenazador.

GOVERNMENT 2.0

Mientras que estamos a la espera de la revolución de Web 2.0 para que marque el comienzo de Democracy 2.0 (o “e-democracia”) podemos probar la efectividad de Internet en la esfera pública examinando la facilitación de los detalles prácticos del llamado “e-gobierno”. Si Democracy 2.0 tiene que ver, fundamentalmente, con valores (la elección del tipo de sociedad en la que deseamos vivir), e-gobierno es más una cuestión *pragmática* que tiene que ver con la gestión de instituciones públicas para que sirvan de una manera más eficiente, más efectiva y con mayor equidad.

Cuando surgió por primera vez Internet, los gobiernos, siguiendo con la tendencia ya instaurada, se fijaron en la Web como con-

Está claro que hay algo en los sitios gratuitos y abiertos, como MySpace, Facebook y YouTube que los regímenes no democráticos encuentran amenazador.

Bush anunció una iniciativa de e-gobierno basada en tres principios: centrado en los ciudadanos y no en la burocracia; orientado a la obtención de unos resultados; y que promueva activamente la innovación basada en el mercado.

ducto para “infundir” información en los ciudadanos en un modelo de diseminación jerárquico descendente. Así, los esfuerzos del e-gobierno implicaban principalmente la gestión de los sitios de internet de agencias estatales,

haciendo que los documentos estuvieran disponibles *online*, publicitando servicios de sector público, facilitando información práctica, colgando notas de prensa, etc. Se puso en línea, *online*, gran cantidad de información gubernamental. Gran parte de ésta, no obstante, tenía un indudable efecto tipo relaciones públicas, exactamente igual que los datos biográficos de oficiales electos y la narración positiva de sus numerosos buenos actos. En rara o en ninguna ocasión se pedía una opinión al ciudadano. Sin embargo, esta fase de e-gobierno “Web 1.0” proporcionó a los ciudadanos un acceso sin precedentes a vastas cantidades de información que, previamente, habría sido imposible conseguir.

Los Estados Unidos, a instancia de la *Government Paperwork Elimination Act* (Ley de eliminación de papeleo gubernamental) de 1998, se encontraron en el vértice de liderazgo de este empuje en pro de una mayor eficiencia mediante el e-gobierno. El *Memorandum on E-Government* (Memorando sobre e-gobierno) del presidente Bill Clinton, publicado en 1999, decretó la publicación en línea, *online*, de los 500 impresos más utilizadas por los ciudadanos estadounidenses. En 2002, el Congreso de los EE.UU. aprobó la *E-Government Act* (Ley de e-gobierno) cuyo objetivo radicaba en “establecer un amplio espectro de medidas que requieran el uso de tecnología de

la información con base en Internet para mejorar el acceso de los ciudadanos a la información y servicios gubernamentales, y para otros fines”. Ese mismo año, el presidente George W. Bush anunció una iniciativa de e-gobierno basada en tres principios: centrado en los ciudadanos y no en la burocracia; orientado a la obtención de unos resultados; y que promoció activamente la innovación basada en el mercado⁶.

También desde el sector privado provino un liderazgo considerado con bastante prontitud sobre e-gobierno, especialmente de grandes empresas consultoras de gestión. Accenture, por ejemplo, comenzó a publicar informes sobre e-gobierno en 2000 y pronto se encontró publicando clasificaciones nacionales sobre patrones de rendimiento en la provisión de servicios *online* a los ciudadanos. La clasificación anual de Accenture fue ampliamente superada año tras año por democracias liberales industrializadas (a excepción de Singapur) como Canadá, Estados Unidos, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Reino Unido y Japón⁷. Estonia, país báltico de pequeñas dimensiones, con una población de tan sólo 1,4 millones de habitantes, merece una atención especial por su compromiso con el e-gobierno. Estonia, de hecho, ha elevado el concepto de e-gobierno a objetivos más ambiciosos de “e-democracia” y “e-sociedad”. En 2000, el parlamento estonio afianzó el acceso gratuito y universal a modo de derecho constitucional. En el mismo año, las reuniones del gabinete de gobierno pasaron a un sistema de transferencia virtual de documentos a través de la web. Como señalaba el estudio casuístico conjunto INSEAD/ Foro Económico Mundial sobre la iniciativa de e-gobierno de Estonia: “El e-liderazgo ha demostrado tener un carácter instrumental a la hora de ayudar a Estonia a través de la dolorosa transición de la planificación centralizada para el modelo de gobernanza moderna que es en la actualidad... Este aspecto es especialmente remarcable cuando uno se da cuenta de que la nación había estado liderada por poderes extranjeros durante siglos: Dinamarca, Alemania, Suecia y Rusia. La fusión de e-liderazgo y de

La aproximación tecnológica del Reino Unido al e-gobierno vino de la mano de la sonoridad típica del bombo y platillo, del efecto y de la apariencia de fachada.

visión política ha sido uno de los factores críticos en su crecimiento económico, en la propagación de la democracia y en su resultante ingreso en la Unión Europea⁸.”

En Reino Unido, el anterior primer ministro, Tony Blair, colocó la tecnología en el centro de su política de “gobierno transformacional” que anunció de una forma tan audaz. La iniciativa transformadora del gobierno del Reino Unido pretendía ubicar a los ciudadanos, no a la burocracia, en el centro de una reforma guiada por la tecnología IT con la pretensión de conseguir una mayor eficiencia. Al anunciar su visión en 2002, Blair pidió “una nueva relación entre el ciudadano y el estado”. Aún así, cuando la iniciativa del e-gobierno del Reino Unido fue finalmente instaurada en un informe de los servicios gubernamentales de 2005, no fue precisamente una visión revolucionaria de e-gobierno basada en la participación ciudadana. Se trataba de un enfoque de los detalles prácticos basado en el aprovechamiento de las herramientas IT para maximizar la eficiencia de lo que Blair denominó “el negocio/ la empresa del gobierno”⁹.

La aproximación tecnológica del Reino Unido al e-gobierno vino de la mano de la sonoridad típica del bombo y platillo, del efecto y de la apariencia de fachada. La pieza central fue el sitio de internet DirectGov, inaugurado en el año 2004 como portal para toda la información y servicios gubernamentales del Reino Unido. El gobierno de Blair también creó un nuevo directorio gubernamental bajo el auspicio del Ministerio de Gobierno transformacional. En 2008 el ministro Tom Watson comparó con acierto Google con la Gran Biblioteca de Alejandría del año 300 a.C. Incluso llegó a confesar con aprobación que su esposa formaba parte de la comunidad de Netmums.com

CREAR EL FUTURO

La perspectiva de aprovechar estas vigorosas energías de espíritu público no sólo en Estados Unidos, sino en todo el mundo, constituye, sin duda, una visión que se debe apoyar. Un proceso político que se fundamente y adquiera poder en Internet, que potencie la participación en masa, la colaboración, la deliberación y la movilización es, sin duda, el mismo fundamento del sentido de la democracia. Está ocurriendo ya en los Estados Unidos del siglo XXI con grupos políticos movilizados por Web 2.0, como PersonalDemocracy.com, cuyo eslogan es “la tecnología está cambiando la política”. PersonalDemocracy.com, que está vinculado al partido demócrata, presenta la siguiente declaración de misión en su sitio de Internet: “La tecnología e Internet están cambiando la democracia en EE.UU. Nosotros vemos este sitio de Internet como una plataforma central para las conversaciones que ya se están manteniendo entre los que practican la política y los tecnólogos, así como cualquiera que se haya visto vigorizado por el potencial de todo ello para dar comienzo al proceso y comprometer a más personas en todas las cosas que podamos y debamos hacer juntos como ciudadanos.”

Si Democracy 2.0 puede impulsar la inteligencia colectiva de un pueblo soberano, quizá seamos realmente capaces de volver a conectar con los valores no sólo de la república estadounidense de los años 1830, sino con los que afloraron durante el período de florecimiento sumo de la democracia en la antigua Grecia. Suena como un noble objetivo, pero, tal vez sea posible. Pero debemos recordar que fue Tocqueville quien nos advirtió de que el mayor peligro al que se enfrentaban los EE.UU. era el exceso de democracia, concretamente *la tiranía de la mayoría*.

La mayoría de las democracias liberales, incluida la de los EE.UU., son, de hecho, oligarquías blandas en las que el número de votantes es alarmantemente bajo, y la vida política constituye el negocio de una pequeña minoría. La amplia mayoría ha optado por una salida pasiva del proceso político, recurriendo a la voz únicamente en tiempos de crisis o de acontecimientos de gran importancia. Sabemos, sin embargo, que los ciudadanos muestran mayor *lealtad* al sistema político, y se

sienten movidos en mayor medida a comprometerse en una actividad cívica cuando tienen confianza de que se va a escuchar y representar su voz. Cuando sienten que no tienen voz, protestan o se repliegan con pesar a boleras vacías.

¿Significa esto que los ciudadanos de democracias liberales deben tener derecho a votar directamente a través de Internet?

¿Cuál habría sido el resultado si, en 2008, el presidente de los EE.UU. hubiera sido elegido, no de una forma indirecta a través de un colegio electoral, de estado en estado, sino directamente a través de un sistema de votación electrónica o e-votación basada en la web? ¿Llegará a ser realidad alguna vez este sistema de democracia directa? Ya lo es, en Estonia. Este país adoptó la votación electrónica o e-votación en 2005.

¿Conseguiría Democracy 2.0 crear una mejor sociedad difundiendo el poder directamente a las personas? O, ¿nos encontraríamos volviendo atrás en el tiempo, no hasta la democrática Atenas, sino a la antigua Roma, cuyos líderes temían constantemente el airado clamor de la plebe? ¿Es realmente tal el peligro de Democracy 2.0, hasta el punto de poder degenerar algún día en Anarchy 1.0?

La mayoría de las democracias liberales, incluida la de los EE.UU., son, de hecho, oligarquías blandas en las que el número de votantes es alarmantemente bajo, y la vida política constituye el negocio de una pequeña minoría. La amplia mayoría ha optado por una salida pasiva del proceso político, recurriendo a la voz únicamente en tiempos de crisis o de acontecimientos de gran importancia.

Estas cuestiones se plantean en el mismísimo corazón de la filosofía política. Después de tres milenios de experiencias turbulentas, la humanidad ha aprendido, tal y como manifestó sagazmente Winston Churchill, que la democracia es el menos imperfecto de todos los sistemas políticos conocidos. La cuestión no está en si deseamos la democra-

La cuestión no está en si deseamos la democracia, sino más bien en qué tipo de democracia deseamos construir.

cia, sino más bien en qué tipo de democracia deseamos construir.

Teniendo en cuenta el poder e-ruptivo de Web 2.0, desde el punto de vista social, comercial y organizativo, no cabe ninguna duda de que su impacto tendrá un inevitable impacto e-ruptivo en nuestras instituciones políticas. Y si prevalecen los valores de la democracia, podemos estar seguros de que el resultado será el de un mundo mejor.

NOTAS

¹ Si desea mayor información sobre la teoría de Habermas e Internet, consultar Michael S. H. Heng y Aldo de Moor, "From Habermas's communicative theory to practice on the Internet" (De la teoría del actuar comunicativo de Habermas a la práctica en Internet), *Information Systems Journal* (Boletín de sistemas de la información) 13(4), 2003. Consulte asimismo la entrada de Wikipedia sobre la noción de Habermas del "discurso ideal" en: http://en.wikipedia.org/wiki/Ideal_speech_situation.

² Consultar "Saving Democracy with Web 2.0" (Ahorrando en democracia con Web 2.0), *Wired*, 25 de octubre de 2006, disponible en: <http://www.wired.com/software/webservices/commentary/circuitcourt/2006/10/72001>.

³ Consultar Alexis de Tocqueville, *Democracy in America* (Democracia en América) (Anchor Books, 1969).

⁴ Consultar "China shuts down 25 websites" (China clausura 25 sitios de Internet), Associated Press, 21 de marzo de 2008, disponible en: http://www.usatoday.com/news/world/2008-03-21-china-Internet-shutdown_N.htm; y "China blocks YouTube over Tibet riots" (China bloquea YouTube ante los disturbios del Tíbet), *Daily Telegraph*, 18 de marzo de 2008, disponible en: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/1581879/China-blocks-YouTube-over-Tibet-riots.html>.

⁵ Consultar "Syria tightens monitoring of Internet use, jails bloggers, blocks Web sites as security threat" (Siria tensa el yugo de control sobre el uso de Internet, encarcela a bloggers, bloquea sitios de Internet por presuponer una amenaza para la seguridad", *International Herald Tribune*, 25 de marzo de 2008; "Rights group names 'Enemies of the Internet'" (Grupos de derechos los llaman "Enemigos de Internet"), CNET News.com, 8 de noviembre de 2006, disponible en: http://news.cnet.com/Rights-group-names-Enemies-of-the-Internet/2100-1028_3-6133645.

html; y "Dictatorships catching up with Web 2.0" (Puesta al día de las dictaduras con Web 2.0), CNET News.com, 2 de febrero de 2007, disponible en: http://news.cnet.com/Dictatorships-catching-up-with-Web-2.0/2010-1028_3-6155582.html. La OpenNet Initiative es un programa conjunto que engloba a centros de cuatro universidades: Harvard, Oxford, Cambridge y la Universidad de Toronto. Pueden leerse sus informes visitando <http://opennet.net/reports>.

⁶ Consultar "Implementing the President's Management Agenda for E-Government" (Implementación de la agenda de gestión presidencial para el e-gobierno), Casa Blanca, 27 de febrero de 2002, disponible en: <http://www.whitehouse.gov/omb/inforeg/egovstrategy.pdf>. Consultar también María Elena Murru "E-Government: from Real to Virtual Democracy" (E-gobierno, de democracia real a democracia virtual), Universidad de Boston, 11 de abril de 2003, disponible en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UNPAN/UNPAN011094.pdf>.

⁷ Para ver más sobre los informes de e-gobierno de Accenture, consultar: http://www.accenture.com/Global/Services/By_Industry/Government_and_Public_Service/PS_Global/. Consultar asimismo "Technology and Government: The good, the bad and the inevitable" (Tecnología y gobierno: lo bueno, lo malo y lo inevitable) *The Economist*, 14 de febrero de 2008.

⁸ Consultar Soumitra Dutta, "Estonia: A Sustainable Success in Networked Readiness?" (Estonia: Un éxito sostenible de disponibilidad en la red), en Soumitra Dutta e Irene Mia (eds.), *The Global Information Technology Report 2006-07: Connecting to the Networked Economy*, (El informe de tecnología global de la información global: conexión con la economía en red), INSEAD/Foro Económico Mundial (Palgrave Macmillan, 2007)

⁹ En lo que al informe de los servicios gubernamentales del Reino Unido se refiere, consultar http://www.cio.gov.uk/transformational_government/strategy/