

# Les organitzacions de base arriben a la xarxa: el cas dels guanyadors de les llistes de partits i les noves tecnologies de la comunicació a les eleccions filipines del 2007

## KAVITA KARAN

Professora adjunta a la Facultat WKW de Comunicació i Informació de la Universitat Tecnològica de Nanyang, Singapur

tkavita@ntu.edu.sg.

## EDSON TANDOC, JR.

Periodista del Philippine Daily Inquirer, va estudiar a la Universitat Tecnològica de Nanyang, Singapur

## JACQUES D. M. GIMENO

Estudiant de la Facultat WKW de Comunicació i Informació a la Universitat Tecnològica de Nanyang, Singapur.

### Resum

Aquest estudi analitza les diferències entre les estratègies de les campanyes per internet durant les eleccions filipines a meitat del mandat del 2007 dels dos grups que van utilitzar la xarxa com a eina de campanya: Gabriela (un grup de dones) i Bayan Muna (un grup militant), els quals afirmen representar els segments més pobres, desfavorits i marginats de la societat. Ambdós grups van obtenir escons al Congrés, però les estratègies de Bayan Muna van ser més eficaces que les de Gabriela. A partir dels conceptes teòrics de la influència personal de Gitlin (1978) i de la seva interpretació per part de Grönlund, aquest estudi, a través de l'anàlisi de continguts i d'entrevistes a fons amb membres del partit, va analitzar on l'havia encertat Bayan Muna i on Gabriela evidentment es va quedar curta. Els investigadors van tractar les qüestions següents: els partidaris principals d'ambdós partits estaven preparats per al nou estil de fer campanya? Els partits van aconseguir transmetre el missatge als seus partidaris per mitjà d'internet? En el futur hi haurà una campanya més activa per internet a les eleccions filipines malgrat els fracassos?

### Paraules clau

Noves tecnologies de la comunicació (NTC), comunicació política, Filipines i internet.

### Abstract

This study will look into the differences between the strategies of the Internet campaigns during the 2007 Phillipines elections by the two groups that used Internet as a campaign tool: Gabriela (a women's group) and Bayan Muna (a militant group), both claiming to represent the poorest, disadvantaged and marginalized members of the society. Both party-list groups won seats in Congress and where Bayan Muna's strategies were more effective than those of Gabriela's. Drawing from theoretical concepts of Personal Influence by Gitlin (1978) and from Grönlund's understanding of the same, this study, through content analysis and in-depth interviews with members of the party, looked into where Bayan Muna had done right where Gabriela evidently fell short. The researchers address the following questions: Were the core supporters of both parties ready for the new style of campaigning? Did the parties effectively send the message to their supporters through the Internet? Will there be more active campaigning on the Internet in future Philippines elections despite the setbacks?

### Key words

ITC, political communication, Phillipines, Internet.

S'ha estudiat força l'aparició de les noves tecnologies de la comunicació (NTC) en la comunicació política, però la major part dels estudis provenen d'Occident, on l'ús d'internet i els telèfons mòbils sembla que s'ha imposat ràpidament, com s'ha vist en la campanya política que va precedir les eleccions presidencials dels EUA del 2008.<sup>1</sup> La nova administració del president Barack Obama recorre molt a internet per obtenir suport públic a través del seu lloc web *Change.gov*,<sup>2</sup> sobretot arran de l'èxit dels esforços per recaptar fons per la xarxa i que li van valdre centenars de milions en fons de campanya gràcies a les donacions en línia dels seus partidaris. Aquesta ten-

dència de les campanyes polítiques a aprofitar les tecnologies més noves està arribant a l'Àsia, on els interlocutors polítics en països com ara l'Índia, Malàisia i les Filipines creen els seus propis llocs web per tal d'arribar a una audiència massiva. A les Filipines, on el nombre d'usuaris d'internet és lleugerament superior als 14 milions (tot just el 15% de la població total) i es concentra a les zones urbanes, l'enfocament dinàmic de la campanya política per internet està agafant embranzida, no tan sols entre determinats candidats, sinó també entre els grups civils i els grups d'interès que es disputen la representació de les llistes de partits al Congrés.

Aquest article explica com les organitzacions de base a les Filipines, en concret el grup de dones Gabriela Women's Party (GWP) i el grup militant Bayan Muna (Primer el Poble), han pujat al tren de les campanyes polítiques per internet i el seu enfocament experimental de les NTC com a estratègia per arribar a més electors. Per tal de valorar-ho, vam analitzar els llocs web de tots dos partits i vam dur a terme entrevistes amb els seus representants al Congrés.

El text consta de tres parts. En primer lloc, presentem els estudis anteriors i actuals rellevants sobre la comunicació política tant a les regions occidentals com no occidentals a *Perspectiva general de la comunicació política*, que consta de subseccions sobre la hipòtesi de la influència personal i explicacions de les diferents aplicacions de les NTC que vam examinar en relació amb els dos grups de llistes de partits i l'ús que en feien. A la segona part, aportem els antecedents del panorama polític a les Filipines a través d'una breu informació general del sistema; també incloem un breu informe tant del GWP com de Bayan Muna. Finalment, a la tercera part, presentem tot el que hem observat sobre l'ús de les NTC per part dels dos grups de llistes de partits. Les dades que hem observat indiquen que l'ús d'aquestes tecnologies en les campanyes electorals encara es troba en una fase prematura, on vam observar tant èxits com fracassos, sobretot a causa de la manca d'accés públic a aquestes tecnologies. No obstant això, veiem una tendència a l'increment de la participació política sobretot a través de les xarxes socials i les taules de debat a la xarxa i a través dels omnipresents telèfons mòbils.

### Perspectiva general de la comunicació política

L'estudi de la comunicació política ha evolucionat notablement des del que solia ser una forta concentració a Occident fins a una que engloba les complexitats de la política a les regions no occidentals (Kluver 2007; Park *et al.* 2000; Takeshita i Makami 1995). Moltes campanyes electorals utilitzen estratègies d'"atac i contraatac" que solen observar-se en l'estil americà de fer campanya (Diamond i Bates 1988; Elebash 1984; Blumler 1987; Johnson *et al.* 1991; Karan 1994). Els informes anteriors de les campanyes polítiques analitzaven les campanyes massives i interpersonals que van reportar "un èxit parcial i un fracàs parcial" (Kraus i Davis 1976; Rice i Paisley 1981; Kluver 2007). A les Filipines, les campanyes electorals són, per regla general, molt personalistes i no solen centrar-se en qüestions de reforma; per tant, els candidats guanyen o perden perquè tenen popularitat o no en tenen. No obstant això, internet i les noves tecnologies mòbils estan modificant la manera de fer campanyes polítiques al país, és a dir, s'està passant d'un model unidireccional (del candidat als electors) a un model multidireccional, de molts a molts, en què els electors tendeixen a comunicar-se més entre si sobre els temes de campanya (Karan, Gimeno i Tandoc 2008). La influència personal hi exerceix una funció decisiva.

### Influència personal

Gitlin (1978) i Grönlund (2001) van explicar la influència personal com un procés pel qual les persones es comuniquen directament entre si sense intermediaris ni vigilants, i que aquest tipus de comunicació promou una millor comprensió dels temes que es tracten. Per bé que les noves tecnologies fan que la interacció sigui més dinàmica, Grönlund va afirmar que en els darrers anys això no sempre s'ha traduït en un major nombre de votants. Dit això, els resultats d'aquest esforç tant per part del GWP com de Bayan Muna presenta diferències.

### Les xarxes socials en les campanyes polítiques

Les xarxes socials són una categoria de llocs web personalitzats que consten del perfil d'un individu o d'un grup amb diverses aplicacions interactives que les persones troben a internet. Aquests llocs web són especialment freqüents en les eleccions occidentals, ja que els candidats i els partits polítics posen a l'abast del públic els seus perfils i les seves plataformes per internet. Segons Cuevas (2004), a les Filipines, on el primer servei d'internet es va començar a oferir el 1994, aquesta nova tecnologia va adoptar un paper destacat en la comunicació política durant el punt àlgid de l'allau de crítiques al país contra l'aleshores president Estrada, tal com va evidenciar el descontentament dels comentaris publicats en taulers de missatges, blocs i comentaris polítics en línia. Es creu que aquestes activitats van comportar l'expulsió i la posterior detenció del president. No obstant això, atesa la penetració relativament recent i menys dinàmica d'internet al país, el seu efecte sobre la comunicació política a la societat filipina amb prou feines es pot calcular.<sup>3</sup>

### Hiperenllaços polítics

Un dels mètodes més importants en l'anàlisi de les interaccions i la presència dels candidats a internet és observar l'ús que fan dels hiperenllaços polítics (Karan *et al.* 2008). De manera semblant a les connexions en la vida real amb persones i grups de creences similars per ampliar la pròpia xarxa política o promoure la pròpia agenda, els hiperenllaços polítics han anat guanyant importància per als candidats. Diversos estudis han analitzat els beneficis dels hiperenllaços i han assenyalat, entre altres, la construcció de presència i reconeixement, la possibilitat d'accedir fàcilment a l'electorat per mitjà d'una xarxa de partidaris que també tenen presència en línia, i una interacció més sòlida i dinàmica que podria incrementar la participació política. Els hiperenllaços polítics són un procés bidireccional en què una persona enllaça amb altres (enllaços interns) i rep l'enllaç d'altres persones (enllaços externs) (Park, Thelwall i Kluver 2005).

### Els telèfons mòbils en la política

Els telèfons mòbils han esdevingut, gràcies al fet que es poden portar d'un lloc a l'altre i que són assequibles, un dels dispositius de comunicació més volguts a la major part del món, sobretot en zones on els ordinadors personals (i, per tant, inter-

net) continuen majoritàriament fora de l'abast de les butxaques. Segons Pertierra (2005) i Steenson (2006), el telèfon mòbil està modificant la dinàmica de les relacions de les persones en funció de les estructures culturals i l'economia de cada país. Així, per exemple, Wei (2005) va arribar a la conclusió que aquest dispositiu funciona com una arma de doble tall en la comunicació política a la Xina, on, d'una banda, la població pot expressar opinions contra el Govern i, de l'altra, el Govern exerceix un control més eficaç. Als Estats Units, segons Dale i Strauss (2007), el telèfon mòbil ha incrementat la participació dels joves en la comunicació política. A les Filipines, es creu que la majoria de la població té més accés al telèfon mòbil en comparació amb internet i es diu que hi ha el major nombre d'usuaris de l'aplicació SMS (Suhaimi 2008).

## El moviment de bases i les NTC en la política filipina

### El sistema polític de les Filipines

Des que els espanyols van cedir les Filipines als nord-americans pel Tractat de París el 1898, aquest país asiàtic de més de 7.000 illes ha passat per diverses transicions polítiques.<sup>4</sup> Les Filipines són una república que reconeix el sufragi universal; la seva forma de govern democràtica i presidencial està constituïda pel poder executiu (el president), el legislatiu (Senat i Cambra de Representants) i el judicial (Tribunal Suprem i tribunals inferiors). Després de l'anunciada revolució sense sang del 1986, les eleccions se celebren cada sis anys per escollir president i vicepresident, i cada tres anys (les eleccions a meitat del mandat) per escollir 12 dels 24 escons del Senat,<sup>5</sup> membres del Congrés i representants locals. L'elecció per al càrrec es fa per vot popular; qui treu més vots a tot el país o districte obté el càrrec al qual es presenta (a diferència, per exemple, dels EUA, on se celebren primàries i el president no és escollit directament per la població, sinó a través d'un col·legi electoral).

El 1995 es va donar representació a segments més definits de la població electoral quan es va signar la Llei republicana 7941 per introduir el sistema de llistes de partits,<sup>6</sup> en què els grups civils i els grups d'interès es van poder presentar a les eleccions al Congrés. En virtut d'aquest sistema de quotes, el 20% dels 260 escons del Congrés estan reservats per als grups de llistes de partits i per obtenir un escó cal un 2% dels vots totals (es pot obtenir un màxim de tres escons). El Gabriela Women's Party (GWP), una ramificació del conegut grup de dones Gabriela, i el seu aliat més pròxim, Bayan Muna, són dos dels grups més destacats que s'han incorporat a aquest sistema polític.

**Gabriela (sigles de *General Assembly Binding Women for Reforms, Integrity, Equality, Leadership, and Action*, *Asamblea General que Uneix les Dones per a les Reformes, la Integritat, la Igualtat, el Lideratge i l'Acció*)** Gabriela es va fundar el 1984, dos anys abans que el règim

dictatorial de Ferdinand Marcos fos derrocat per una revolució sense sang del "poder popular" (terme que va popularitzar al país aquest fet històric).<sup>7</sup> Els drets de les dones a les Filipines van ser desatesos durant el règim autoritari i Gabriela, juntament amb 42 organitzacions locals, va intentar derrocar Marcos. Quan va arribar al càrrec la primera dona presidenta després de la revolució, l'estatus de les dones en la societat encara no havia millorat. Com a conseqüència, Gabriela va trobar el seu lloc en un país acabat d'alliberar on la lluita pels drets de les dones començava a agafar força (Alojamiento 2007). El nom del grup també es va adoptar en honor de Gabriela Silang, una de les primeres dones generals que van encapçalar diverses revoltes contra els espanyols al segle XVIII. Després de més de dues dècades de vida, el moviment es va ampliar en una aliança de 250 grups, amb 100.000 membres, entre els quals una secció als Estats Units que es va posar en funcionament el 1989. Entre els membres principals del moviment figuren dones treballadores, camperols, pobres urbans, mestresses de casa, professionals, grups religiosos i estudiants que tenen les seves respectives seccions de Gabriela presents al campus. Diversos temes centren l'atenció del moviment, entre els quals la recuperació de terres, la militarització, la prostitució i el tràfic, entre altres. Per descriure el moviment, Ty (2007) va afirmar:

"Gabriela, com a moviment social, és un lloc d'aprenentatge que mobilitza i organitza les dones, els proposa que tinguin un pensament crític, les sensibilitza a través de l'educació popular i les incita a passar a l'acció. A diferència dels moviments feministes occidentals, que tracten la lluita de les dones com una lluita diferenciada, els moviments de dones del Tercer Món, com ara Gabriela, consideren la lluita de les dones com a part de la lluita de tota la societat contra la pobresa i la dominació patriarcal (pàg. 4)".

Quan es va introduir el sistema de llistes de partits, Gabriela era un dels grups més actius que es va presentar al Congrés i, per tant, va registrar el Gabriela Women's Party (GWP) com a nom oficial del partit l'any 2000, per bé que no es va registrar com a candidat fins el 2004, quan va guanyar un sol escó amb Liza Maza com a representant i era l'únic partit al Congrés que representava les dones.<sup>8</sup> El gran avenç del GWP va arribar el 2007 quan el partit va tornar a guanyar; aquest cop no un sinó dos escons, representats per Maza i Luzviminda Ilagan. Segons la Comissió sobre Resultats Electorals (COMELEC), el GWP va quedar quart en les eleccions de les llistes de partits, en què va obtenir el 2% dels vots populars, rere Buhay Hayaan Yumabong (Buhay o Deixem Créixer la Vida, un grup provida), Bayan Muna i el Moviment dels Ciutadans contra la Corrupció (CIBAC).

### Bayan Muna (Primer el Poble)

Bayan Muna és un conglomerat de diversos grups civils que es van ajuntar el 1999 per constituir un grup polític<sup>9</sup> a l'espera de participar en el nou sistema de llistes de partits, al qual s'ha-

via incorporat el 2001 amb el suport de l'aleshores secretària general de Gabriela, Liza Maza, com a candidata; el grup va guanyar enmig de conflictes legals amb la Comissió Electoral. Bayan Muna també va obtenir escons en les eleccions del 2004 i el 2007.<sup>10</sup> Bayan Muna representa els grups marginats de la societat amb 13 oficines regionals i 57 seccions arreu del país i posa èmfasi en el seu objectiu principal:

“Nosaltres expressem els anhels i les aspiracions de les persones més oprimides i amb menys veu dins la societat, la ‘tao (gent) corrent’: treballadors, camperols, pescadors, pobles indígenes, pobres urbans i altres oprimits. També donem veu a les preocupacions dels estrats socials de la classe mitjana i a la causa de les dones i els joves, així com altres problemes també urgents.”

No és cap secret que les eleccions a les Filipines sovint es veuen espatllades per la violència, i es diu que Bayan Muna és dels partits que corren més risc. Segons el testimoni de T. Kumar, d'Amnistia Internacional, davant del Senat dels Estats Units el 2007,<sup>11</sup> l'organització de drets humans va afirmar que al costat d'altres grups d'esquerra legals (com ara Anak Pawis, o Masses Treballadores), Bayan Muna està en el punt de mira de les Forces Armades de les Filipines arran de les acusacions que els seus militants constitueixen un front del grup rebel del Partit Comunista de les Filipines–Nou Exèrcit del Poble. En la seva declaració també va dir que s'ha produït un notable increment dels atacs mortals contra aquests grups des del 2003.

### Dades observades

En un arxipèlag de 88 milions de persones, on un 10% de la població treballa fora del país, la promesa del progrés vinculat a les NTC sembla satisfer perfectament les necessitats de la població filipina. Vam analitzar la funció d'aquestes tecnologies en la comunicació política a les Filipines estudiant els casos de dues organitzacions aliades de les llistes de partits que van obtenir escons a les eleccions del 2007: Bayan Muna i el GWP. Aquests dos grups, en el seu intent per obtenir el màxim nombre de vots possible, volien aprofitar al màxim les noves tecnologies per promoure les seves campanyes polítiques. No obstant això, atesos els exigus recursos i un mecanisme feble en comparació amb els partits polítics més grans i consolidats, creiem que Bayan Muna i el GWP haurien d'haver aprofitat els costos més baixos de la comunicació de masses que ofereixen les NTC.

Bayan Muna va acabar en segon lloc en la confrontació de llistes de partits amb més de 920.000 dels gairebé 17 milions de vots emesos.<sup>12</sup> Aquest èxit va fer guanyar al partit dos escons en el XIV Congrés. El GWP va quedar quart amb uns 620.000 vots, que també li van valdre al partit dos escons. Vam estudiar les estratègies de campanya d'aquestes grups, més concretament com van utilitzar internet creant els seus propis llocs web del partit, fonamentant la seva presència en

les xarxes socials i els llocs web de vídeos compartits, i com un dels dos partits va fer campanya per mitjà dels missatges de text (SMS) a través dels telèfons mòbils.

### La “campanya multimèdia” del GWP

En reconeixement de les seves limitacions quant a maquinària i finançament, la coordinadora de la campanya del GWP, Cristina Palabay, va dir que no podien confiar únicament en la campanya de les bases tenint en compte la naturalesa geogràfica tan dispersa del país (comunicació personal, desembre del 2007). Per tal d'arribar al màxim nombre de votants possible, Palabay va explicar que el partit “va formular un pla multimèdia a més de la campanya de les bases”. El GWP, crític acèrrim de l'administració, va aprofitar al màxim la seva popularitat com a força de l'oposició contra un govern impopular unint-se a les protestes del carrer i fent declaracions públiques davant la premsa.<sup>13</sup> Internet va resultar útil al GWP a l'hora de divulgar els seus comunicats de premsa per obtenir l'atenció dels grans mitjans de comunicació, en substitució dels avorrits i lents faxos. En paraules de Joan Salvador, membre del GWP:

“Mentre que abans hauriem confiat exclusivament en els faxos i les cartes, que van a pas de tortuga, per comunicar-nos amb els nostres membres, les organitzacions en xarxa i fins i tot els diversos organismes de comunicació en les nostres campanyes i activitats, ara fem ús d'internet (correu electrònic, canals de continguts, peticions en línia/recollida de signatures i, en alguns moments, canals de continguts multimèdia) per promoure les nostres anàlisis i les nostres postures sobre determinades qüestions, els nostres programes i les nostres campanyes (comunicació personal, octubre del 2007).”

Els anuncis polítics es van permetre a les Filipines molt al principi de la campanya i el GWP va produir el seu propi anunci de televisió. La popular actriu local Angel Locsin va posar la seva imatge per promocionar Gabriela. Palabay va dir que també van rebre ajuda dels famosos directores de cinema d'esquerra Bibeth Orteza i el seu marit Carlitos Siguion-Reyna, que van dirigir l'anunci. L'aval de Locsin va ser gratuït, però a causa dels elevats costos de la seva emissió, Gabriela només va poder emetre l'anunci per la televisió nacional durant tres dies. A les emissores de televisió provincials, on el temps d'emissió era molt més barat, van aconseguir emetre'l durant una setmana. Per compensar aquesta manca de finançament, el grup va decidir de pujar l'anunci a YouTube. Segons Salvador: “Això va ser de gran ajuda per a la nostra campanya, ja que els nostres recursos per emetre aquests vídeos per televisió eren molt limitats i només ens podíem permetre unes quantes projeccions per televisió i ràdio.” Palabay va afegir que la presència del vídeo a YouTube va ajudar el grup a arribar a la classe mitjana i altres joves urbans pobres que tenien accés a internet, encara que fos limitat. El vídeo destacava l'essència d'una dona filipina corrent, la seva situació precària i la seva supervivència malgrat tenir-ho tot en contra. El vídeo estava en dos comptes

de YouTube, un dels quals va ser obert per la mateixa Palabay. El vídeo va rebre un total de 2.913 visites. Es tracta d'un metratge senzill que mostra Locsin i un muntatge d'imatges de diferents sectors de dones, des de les que viuen als barris pobres fins a les que tenen presència al Congrés.

### Bayan Muna i YouTube

La utilització de YouTube per part del GWP sembla poca cosa en comparació amb el profit que en va treure Bayan Muna. La nostra cerca del nom del grup a YouTube el gener del 2008 ens va portar fins a un compte anomenat "bayanmunadotnet", que va ser creat l'abril del 2007 i tenia nou vídeos: l'anunci polític del partit, un vídeo musical del grup, dos muntatges del que semblaven dos clips de notícies sobre Bayan Muna per a la televisió i cinc vídeos que mostraven el representant de Bayan Muna, Satur Ocampo, en una entrevista. El vídeo més vist (20.831 visites) era una de les cinc parts d'aquesta entrevista. Bayan Muna va utilitzar YouTube d'una manera imaginativa i pràctica perquè va oferir a Ocampo una presència als mitjans de comunicació molt necessària durant del temps que va estar forçat a amagar-se enmig d'ordres de detenció després que el Govern presentés càrrecs contra ell el març del 2007.<sup>14</sup> Segons Ocampo, va ser el seu personal el que va suggerir de pujar els vídeos a YouTube (comunicació personal, febrer del 2008). Mentre estava amagat, Bayan Muna va tenir la idea de fer-li una entrevista i penjar-la a YouTube, fet sobre el qual Ocampo va dir: "Es tractava d'un experiment, però va acabar donant fruits." L'èxit no tan sols es pot atribuir al nombre de visites que van rebre els vídeos, sinó també al fet que els grans mitjans de comunicació van utilitzar els vídeos en les seves cròniques. Ocampo creu que l'atenció que van rebre gràcies als vídeos va crear l'impuls que el grup necessitava fins que ell va tornar a aparèixer en el Tribunal Suprem el 16 de març del 2007.

L'activitat a YouTube de Bayan Muna, citada a les notícies dels grans mitjans de comunicació, també contenia un enllaç amb el lloc web de partit, una eina molt ben dissenyada, que també va generar interès pel partit gràcies a la promoció gratuïta. Per mitjà d'aquesta estratègia, el grup va aconseguir dirigir els usuaris en línia fins al seu lloc web i Ocampo només tenia bones paraules per aquest mitjà:

"La tecnologia de la informació és sens dubte de gran ajuda. Va permetre que els partits petits, que d'altra manera no haurien pogut pagar les comunicacions d'una campanya electoral, donessin a conèixer els seus programes. Ha esdevingut un factor igualador per als partits petits enfront de les organitzacions polítiques que disposen de molts diners."

### Crear xarxes a Friendster

El Gabriela Women's Party va obrir un compte a la xarxa social Friendster<sup>15</sup> el febrer del 2007, quan va començar el període de campanya. Explorant el compte del partit l'octubre del 2007, vam observar que es descrivia a si mateix com a "dona,

29, soltera." A la secció "More About Me" (més informació sobre mi) el partit deia:

"... un partit sectorial que promou els drets i el benestar de les dones filipines marginades i mancades de representació per mitjà de la participació en el sistema electoral i els òrgans de govern del país. El partit està constituït per dones de més de 18 anys amb diferents ocupacions, educació, interessos, orígens ètnics, creences religioses i orientació sexual. El Gabriela Women's Party intenta aprofitar el potencial, la iniciativa, les habilitats i el lideratge de les dones marginades per aconseguir autonomia, justícia i igualtat."

Quan vam visitar el compte, ja tenia una llista de 175 amics, la majoria dels quals eren dones i almenys hi havia 34 homes. A la llista d'amics també hi figuraven 13 grups militants, quatre seccions de Gabriela i una escola. També hi havia comptes a Friendster de seccions de Gabriela en facultats de la Universitat de les Filipines Manila, la Universitat de les Filipines Diliman i la Universitat Politècnica de les Filipines. Però si busquem "Gabriela" en una cerca de nom senzilla, apareixen milers d'usuaris registrats amb aquest nom.

### Creació de llocs web

El GWP va posar en marxa el seu lloc web a temps per a les eleccions del 2007.<sup>16</sup> Tot i que va començar a funcionar ja iniciat el període de campanya, el lloc es va convertir en una eina important per arribar als joves que dominen internet i als votants a l'estranger, tal com va explicar Palabay:

"Creiem que va ser positiu disposar d'un lloc web. Vam poder arribar a alguns segments de la classe mitjana i també a joves urbans pobres que tenen accés a internet i que van poder accedir a informació sobre el GWP gràcies al nostre web."

Palabay també va dir que el web del partit va oferir a les dones l'oportunitat de denunciar els seus casos i les va animar a demanar ajuda a l'organització. No obstant això, calia desenvolupar un lloc web que fos més complet i detallés les activitats, les ideologies i les estratègies de desenvolupament de la formació. Vam visitar el lloc web el novembre del 2007 i vam observar que contenia sobretot notes de premsa sobre el progrés del partit durant la campanya. Aquestes notes de premsa tractaven temes de publicitat negativa i la postura del partit sobre les sentències judicials sobre frau electoral i les acusacions de trampes generalitzades entre els aspirants, entre altres qüestions. Palabay no atribueix la seva victòria al lloc web: "Per tal que un lloc web sigui popular, l'has d'anar actualitzant i anunciar-lo. Nosaltres no vam publicar el lloc web fins ben entrada la campanya, de manera que el temps va ser un problema per a nosaltres. Vam tenir problemes a l'hora de mantenir el lloc web perquè no teníem prou diners."

El lloc web de Bayan Muna està més ben organitzat i conté molta més informació; s'hi trobava informació bàsica sobre el partit i notes de premsa i oferia correu electrònic interactiu i

canals de continguts RSS<sup>17</sup> quan hi vam entrar el desembre del 2007. També vam comprovar que ni Bayan Muna ni el GWP demanaven donatius per a la campanya als seus llocs web. Ambdós webs estan principalment en anglès, fet que es pot atribuir a la dificultat d'atraure altres membres de la societat que només parlen filipí, la llengua autòctona del país.

### Hiperenllaços polítics

Mitjançant el programa PowerMapper Standard, vam fer un mapa dels llocs web tant de Bayan Muna com del GWP per comprovar les seves pràctiques d'hiperenllaços, a fi de veure si la seva gran xarxa de centenars de membres i grups de les seves aliances respectives es reflecteix en la seva presència en línia.

De les 1.000 pàgines web del lloc web de Bayan Muna que vam analitzar, vam veure que el grup tenia enllaços cap a diverses organitzacions de fora del seu domini, <<http://www.bayanmuna.net>> (analitzat el 8 d'abril del 2009). Entre les organitzacions cap a les quals Bayan Muna tenia enllaços figuren l'aliat estret Bagong Alyansang Makabayan (BAYAN – Nova Aliança Patriòtica), KARAPATAN (Aliança per al Foment dels Drets del Poble) i els llocs web del Congrés i el Senat filipins. Ens va sorprendre que Bayan Muna no tingués cap enllaç cap al GWP o Gabriela.

Vam analitzar dos cops el lloc web del GWP. La primera vegada el 5 de gener del 2008, moment en què el seu lloc web no enllaçava amb cap organització ni particular fora del seu domini, <<http://www.gabrielawomensparty.net>>. Fins i tot quan el GWP va tenir la possibilitat d'enllaçar amb un vídeo que havia pujat a YouTube, el grup posava el vídeo dins del seu propi lloc web. Quan vam intentar d'accedir als seus suposats enllaços a la secció de "Resources" (Recursos), cap dels enllaços externs funcionava i no vam poder connectar amb grups o particulars externs. La segona anàlisi es va dur a terme el 8 d'abril del 2009 i vam comprovar un canvi de dalt a baix en els hiperenllaços polítics del GWP. És evident que el partit havia dinamitzat el seu lloc web, a diferència del 2007, quan es va crear per sortir del pas en època d'eleccions. El GWP enllaça sobretot amb altres grups de dones tant del país com de l'exterior i també amb el lloc web de Bayan Muna.

El programari més utilitzat per fer mapes de webs és limitat en el sentit que no mostra enllaços externs o altres llocs web que enllacen amb el GWP i Bayan Muna. Això només es pot fer per mitjà d'un programa més avançat o analitzant els llocs web d'organitzacions externes amb els quals enllacen tots dos grups; en aquest cas, sabem que Bayan Muna va rebre un enllaç extern des del GWP.

### El GWP i els telèfons mòbils

Els membres del GWP van expressar sentiments contraposats sobre internet i el seu potencial a l'hora de fer campanyes polítiques, però van semblar satisfets amb l'ús que van fer dels telèfons mòbils com a eina de campanya. L'estratègia era senzilla: un redactor havia de crear missatges i enviar-los en les

ocasions especials que indiqués el partit. Segons Palabay, l'esforç va valdre la pena perquè la xarxa social del partit es va ampliar: "Vam enviar un missatge de text als nostres amics instant-los a enviar-lo a cinc amics seus. També vam demanar als integrants el nostre equip d'informació pública que enviés missatges a tota la seva agenda telefònica."

Quan es va iniciar la votació dels residents a l'estranger l'abril del 2007, el telèfon mòbil també es va fer servir per ampliar la campanya a través de l'enviament de missatges de text als filipins a l'estranger, els quals es poden registrar com a votants absents. El GWP va apel·lar als seus partidaris a les Filipines perquè enviessin missatges de text als seus parents a l'estranger demanant el vot pel partit. La campanya "Text BACK", iniciada una setmana abans del dia dels comicis, va reforçar aquesta fórmula. La campanya va ser molt positiva; segons Palabay, el GWP tenia al voltant de 500 membres a Austràlia i 1.000 a Hong Kong, cadascun dels quals va enviar un missatge de text als seus parents de les Filipines.<sup>18</sup>

El GWP va enviar aquestes cadenes de missatges de text cinc cops durant la campanya, que va començar el dia dels enamorats del 2007, que anomenen "Mahalin Mo Ako" (dia de l'amor). També van enviar missatges el Dia Internacional de la Dona (8 de març). El següent paquet de missatges es va enviar quan va començar la votació dels residents a l'estranger, a l'abril, el Dia de la Mare, i finalment abans que acabés la campanya el 12 de maig. Palabay va enviar personalment cada missatge als 600 contactes de l'agenda del seu telèfon, per bé que era impossible tenir constància de quants amics van reenviar el missatge.

### La campanya tradicional

Els membres del GWP que vam entrevistar van indicar que el partit gairebé no va utilitzar els nous mitjans de comunicació i que quan els va utilitzar va ser per fer més còmoda la comunicació. La campanya en línia va servir tan sols per donar suport a la campanya de les bases. Segons Salvador, hi havia limitacions pel que fa als nous mitjans de comunicació, ja que la base de suport de Gabriela eren dones pobres de zones remotes sense accés a internet:

"Internet tan sols és eficaç si s'hi pot accedir i, malauradament, la realitat és que molts filipins, sobretot la gent corrent, encara no hi tenen accés. No cal dir que això és un motiu de preocupació per a Gabriela, que posa l'accent en l'autonomia de les dones corrents, els mitjans de comunicació de la qual és identificat per les dones i la població que organitzem i a la qual mirem d'atorgar autonomia."

Per arribar a la gent corrent, Maza va dir que també van dur a terme campanyes porta a porta i caravanes (comunicació personal, octubre del 2007). Tret d'unes quantes protestes que van organitzar, com la concentració del dia dels treballadors, l'1 de maig del 2007, Gabriela no va organitzar manifestacions de partit. Aquestes concentracions, però, no tan sols feien visible el partit davant la gent del carrer, sinó que també li va per-

metre sortir als grans mitjans de comunicació. Segons Maza, la manera tradicional de fer campanya porta a porta va ser important i el grup també va poder organitzar petites caravanes en algunes zones.

## Debat i conclusió

Hem mostrat com van utilitzar les noves tecnologies de la comunicació dos grups de llistes de partits que van obtenir bons resultats en les seves campanyes polítiques per a les eleccions nacionals del 2007. De totes les noves tecnologies de la comunicació (NTC) que vam analitzar, l'ús que Bayan Muna va fer de YouTube i l'ús que el GWP va fer del telèfon mòbil són exemples d'una utilització relativament profitosa.

L'aprofitament al màxim de YouTube per part de Bayan Muna va néixer de la necessitat. Evitant ser jutjat, Ocampo havia de ser visible per al públic per continuar la seva campanya i va trobar un bon aliat en internet. No obstant això, l'èxit relatiu de l'ús de YouTube per part del grup només es pot mesurar analitzant el nombre de visites o de vegades que els usuaris d'internet van veure els seus vídeos i la cobertura resultant dels grans mitjans de comunicació. Tenim dubtes sobre si l'ús de YouTube per part de Bayan Muna va aconseguir un nombre significatiu de votants, ja que per saber-ho del cert caldria preguntar als votants quins factors van influir en el seu vot. El que queda clar en el cas de Bayan Muna és que els esforços per obtenir l'atenció dels grans mitjans de comunicació a través de YouTube van funcionar segons el que es desprèn de la nostra entrevista amb el seu representant.

El GWP també va utilitzar YouTube i fins i tot Friendster, però els seus esforços estaven més organitzats i orientats cap al telèfon mòbil, una tecnologia que és molt comuna al país. Aquesta fórmula és coherent amb un fet anterior al país en què l'aplicació SMS va demostrar ser de gran ajuda a l'hora de treure els filipins al carrer durant les manifestacions de People Power II que van derrocar l'expresident Joseph Estrada el 2001. Tot i que per navegar per internet cal un cert coneixement, els telèfons mòbils són més fàcils d'utilitzar i presenten uns índexs de penetració al país molt per sobre dels ordinadors personals.

Aquests exemples indiquen que l'avaluació de les NTC i el seu potencial en la comunicació política s'hauria de juxtaposar amb el context social imperant. Tot i que aquestes tecnologies no han determinat per si soles el resultat de les eleccions del 2007, contràriament a les anteriors expectatives presentades per estudis que havien dipositat grans esperances en el seu potencial, els exemples de Bayan Muna i el GWP demostren que les NTC han esdevingut elements importants i prometedors d'una xarxa més gran d'estratègies de campanyes polítiques. YouTube va permetre a Ocampo mantenir-se visible i alhora amagar-se de les autoritats. El GWP va utilitzar els telèfons mòbils per arribar als partidaris potencials dins i fora del país, als quals no hauria pogut arribar amb campanyes porta

a porta o a través d'internet. Els exemples d'aquests dos partits polítics que han obtingut bons resultats il·lustren la creixent importància d'aquestes tecnologies entre les possibles estratègies de campanyes polítiques assequibles. Les tendències en la utilització de les NTC en la comunicació política i sobretot durant les eleccions són evidents i es potenciaran a molts països asiàtics, com ara Indonèsia i l'Índia, que aviat aniran a les urnes. Els partits polítics estan constantment provant tots els mitjans i les formes interpersonals de comunicació que tenen a l'abast per arribar als electors. Les noves tecnologies de la comunicació no s'imposen com a substituïts de les estratègies tradicionals, però sí que amplien les alternatives en un panorama polític en transformació constant.

## Notes

- 1 Internet va donar molt bons resultats a Obama, ja que el senador *rookie* tenia molt pocs recursos per iniciar una campanya; es creu que la seva campanya dinàmica a la xarxa ha ampliat el seu abast polític sobre la gran ciutadania, on internet juga un paper important en la vida quotidiana de les persones. Per a més informació, vegeu *Internet key to Obama victories* (<<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7412045.stm>>).
- 2 Segons el lloc web, serveix com a transició cap a la nova administració, i mostra un dels seus grups més importants, el TIGR (Tecnologia, Innovació i Reforma Governamental). El lloc web permet la participació interactiva dels ciutadans per mitjà d'aplicacions com ara el "Citizen's Briefing Book" i "Join the Discussion".
- 3 Segons Cuevas, a més, la majoria de llocs web i perfils dels candidats en altres xarxes socials presenten sobretot els seus detalls personals i fets polítics. En altres paraules, educar l'electorat sobre temes importants per al país no sempre és una prioritat.
- 4 Després que la seva declaració d'independència, encapçalada pel líder opositor Emilio Aguinaldo, no fos reconeguda, el sistema polític del país va passar d'un règim militar a un govern civil sota la tutela dels americans, i la lluita per la independència continuaria fins al 1946. El 1972, les Filipines van tornar al règim militar quan Ferdinand Marcos va declarar la llei marcial, que es va allargar fins al 1981.
- 5 Des del 1992, els 12 primers senadors amb el nombre més alt de vots exerceixen el seu càrrec durant sis anys i els 12 restants durant tres anys (Senat de les Filipines, <<http://www.senate.gov.ph>>).
- 6 El sistema de llistes de partits ha estat vigent en les eleccions del 1998, 2000, 2004 i 2007. També va presenciar la participació més activa fins avui amb 93 partits registrats, el nombre més alt des del 1998.
- 7 També coneguda com a Revolució EDSA (en nom d'Epifanio Delos Santos Avenue, l'indret de les protestes massives), aquest episodi es repetiria el 2001 (conegut com a EDSA II o EDSA Dos), quan Joseph Estrada va ser derrocat de la mateixa manera i pel qual el país va rebre el primer Premi Mundial a la No-violència.

- 8 Per a més informació, vegeu <<http://gabrielanews.wordpress.com/about/>>.
- 9 Per a més informació, vegeu <<http://www.bayanmuna.net/about.php>>.
- 10 Els documents oficials de la Comissió Electoral indiquen que Bayan Muna va obtenir el major nombre de vots el 2001, quan va obtenir més d'1,5 milions de tots els vots de les llistes de partits, l'11%, i el 2004 en va obtenir 1,2 milions. El partit va quedar segon el 2007 amb gairebé un milió de vots. Per a més informació, vegeu <<http://www.comelec.gov.ph/results/intro.html>>.
- 11 T. Kumar és el director adjunt per a l'Àsia i el Pacífic d'Amnistia Internacional. El seu testimoni va ser expressat davant de la Subcomissió sobre Afers de l'Est d'Àsia i el Pacífic de la Comissió sobre Relacions Exteriors del Senat dels EUA. Per a més informació, vegeu <<http://foreign.senate.gov/testimony/2007/KumarTestimony070314.pdf>>.
- 12 Més de 30 milions de votants van participar a les eleccions nacionals del 2007, però només 17 milions van votar pels grups de les llistes de partits. El grup que obtenia almenys 334.462 vots (el 2% del nombre màxim previst del total de vots de les llistes de partits), obtenia un escó al Congrés.
- 13 A mitja campanya, el Govern va acusar cinc líders de grups d'esquerra, entre els quals Liza Maza, de Gabriela, i Satur Ocampo, de Bayan Muna, d'estar implicats en l'assassinat d'activistes descobert en una fossa comuna a una província. Al llarg d'aquest període, Gabriela no va parar d'enviar notes de premsa als mitjans com a reacció enfront de les acusacions llançades contra el grup acusant el Govern de repressió.
- 14 Ocampo va ser acusat d'estar implicat en l'assassinat dels presumptes espies dins del Partit Comunista de les Filipines i la seva ala armada, el Front Democràtic Nacional, entre el 1985 i el 1991, acusació que va negar.
- 15 Friendster continua sent el servei de xarxes socials més utilitzat de l'Àsia i les Filipines, i afirma tenir més de 60 milions d'usuaris registrats i més de 33 milions de visitants mensuals.
- 16 Per a més informació, vegeu <<http://gabrielawomensparty.net/>>.
- 17 Per a més informació, vegeu <<http://www.bayanmuna.net>>.
- 18 El GWP va obtenir el major nombre de vots dels residents a l'estranger. Dels 77.993 electors absents que van votar en les eleccions del 2007, 9.921 —més del 18%— van votar per Gabriela.

## Bibliografia

- ALOJAMIENTO, S. B. "The Place of Feminism in Philippine Activist Politics: The Case of Mindanao", Universitat de Lausana, 2007. [En línia] <<http://www2.unil.ch/liege/actus/pdf/GMAlojamiento.pdf>> (Consulta: 5 d'octubre de 2009).
- BLUMLER, J. G. "Election Communication and the Democratic Political System." A: PALETZ (ed.), *Political Communication Research. Approaches, Studies, Assessments*. Norwood: Ablex Publishing Corporation, 1987.
- CUEVAS, A. C. *The Internet and 2004 Philippine Elections*. Dissertació inèdita per a màster, Universitat Tecnològica de Nanyang, Singapur, 2004.
- DALE, A.; STRAUSS, A. *Text Messaging as a Youth Mobilization Tool: An Experiment with a Post-Treatment Survey*. Document presentat a la reunió anual de l'Associació de Ciències Polítiques del Mitjà Oest, Chicago, Illinois, EUA, abril del 2007.
- DIAMOND, E.; BATES, S. *The Spot: The rise of political advertising on television*. Cambridge: MIT Press, 1988.
- ELEBASH, C. "The Americanization of British political communication." A: *Journal of Advertising*, 13(3), 50-58, 1984.
- GITLIN, T. "The Dominant Paradigm." A: *Theory and Society*, 6(2), 205-253, 1978.
- GRÖNLUND, K. *Do New ICTs Demand more Responsive Governance?* Document presentat a les Sessions Conjunctes del Consorci Europeu de Recerca Política, Grenoble, abril del 2001.
- JOHNSON, R.; CARTEE, K. S.; COPELAND, G. A. *Negative political advertising: Coming of age*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1991.
- KARAN, K. *Political communication and the 1991 general elections in India*. Tesi doctoral inèdita, London School of Economics & Political Science, Universitat de Londres, 1994.
- KARAN, K.; GIMENO, J. D. M.; TANDOC, E. *Internet and Social Networking sites in election campaigns: Gabriela Women's Party in Philippines wins the 2007 Elections*. Document presentat a la Conferència Internacional Política: Web 2.0, 17-18 d'abril del 2008, Universitat de Londres, Londres, Regne Unit, 2008.
- Kluver, R. *The Internet and national elections: a comparative study of web campaigning*. Nova York: Routledge, 2007.



KRAUS, S.; DAVIS, D. "Political Debates." A: NIMMO, D.; SANDERS, K. (ed.). *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage, 1981.

PARK, H. W.; BARNETT, G. A.; KIM, C.-S. "Political communication structure in Internet networks: A Korean case." A: *Sungkok Journalism Review*, 11, 67-89, 2000.

PARK, H. W.; THELWALL, M.; KLUVER, R. Political Hyperlinking in South Korea: Technical Indicators of Ideology and Content. *Sociological Research Online*, 10(3), 2005. [En línia] <<http://www.socresonline.org.uk/10/3/park.html>> (Consulta: 16 de desembre de 2007).

PERTIERRA, R. "Mobile Phones, Identity and Discursive Intimacy." A: SAARILUOMA, P. (ed.). *Human Technology: An Interdisciplinary Journal of Humans in ICT Environments*, 1(1), 23-44, 2005.

RICE, R. E.; PAISLEY, W. J. *Public Communication Campaigns*. Beverly Hills: Sage, 1981.

STEENSON, M. W. *The Excitable Crowd: Characterizing Social, Mobile Space*. Tesi de màster inèdita, Universitat de Yale, New Haven, Connecticut, EUA, 2006.

SUHAIMI, N. D. "SMS Nation." A: *The Straits Times*. Singapore: Press Holdings Singapore, 13 de gener del 2008.

TAKESHITA, T.; MAKAMI, S. "How did mass media influence the voters' choice in the 1993 General Election in Japan? A study of Agenda Setting." A: *Keio Communication Review*, 17, 27-41, 1995.

Ty, R. *Gabriela: Contributions of a Third-World Women's Movement to Feminist Theory and Practice*. Document presentat a Midwest Research-to-Practice in Adult, Continuing, and Community Education. Missouri: Universitat de Missouri-St. Louis, 2006.

WEI, G. *Staging the "Mobile Phone Carnival": A Political Economy of the SMS Culture in China*. Dissertació de màster inèdita, Universitat Simon Fraser, Colúmbia Britànica, Canadà, 2005.

### Llista d'entrevistats

- Liza Maza, GABRIELA  
Representant de la llista del partit, 15 d'octubre del 2007.
- Satur Ocampo, BAYAN MUNA  
Representant de la llista del partit, 8 de febrer del 2008.
- Cristina Palabay, GABRIELA  
Representant de la llista del partit, 2 de desembre del 2007.
- Joan Salvador, GABRIELA  
Responsable informàtic, 15 d'octubre del 2007.