



Acción Política en la red.

Documento Marco para el Grupo de Trabajo de Ciber-Activismo

Participantes:

César Calderón
Luis Salvador
Pablo Pombo
Rosa Jimenez
Clemente Talavera
Mariano Moreno

Indice

A.- Diagnóstico

- 1.- Balance Histórico
- 2.- Perfil del Blogger Español
- 3.- Blogosfera PSOE y Blogosfera Progresista

B.- Recetas de éxito

- 1-Blogosfera del PSC
- 2-LabourSpace
- 3-Segosphere
- 4-Blogs for America y PartyBuilder
- 5-My Barack Obama

C.- Campañas distribuidas de éxito:

- 1- En mi nombre SI
- 2- La red Por la Paz
- 3- Jornadas Ciudad Digital

D.- Bibliografía

A-Diagnóstico:

1.- Balance Histórico

Ya han pasado casi dos años desde que [Fernando Berlín](#) lanzase su llamada de atención sobre la [red de pensamiento agitativo](#) que los neocons , ahora autoproclamados liberales , estaban creando en nuestro país, solo contrarrestados en aquel momento desde el trabajo incansable de unos pocos bloggers progresistas.

La situación objetivamente ha cambiado , de la nada mas absoluta han nacido varias redes de bloggers progresistas ([LasIdeas.es](#) , [Red Progresista](#) , [Socialdemocracia.org](#), [Extremadura Positiva](#) e incluso [Red de blogs socialistas](#) , congresos de bloggers autogestionados como el eFindex Extremeño, que , optando por diferentes modelos de participación han conseguido al menos equilibrar en nuestro país el peso que la ultraderecha liberal había conseguido gracias a su ubicuidad , militancia, y ...a la cantidad del tiempo libre de que disponían ,habían conseguido desde el mismo nacimiento de la blogocosa.

Curioso esto de la blogosfera , un nuevo medio que ***no sirve de momento para ganar votos....pero que puede hacer perderlos , y en grandes cantidades***, si no que se lo pregunten a los dirigentes del partido Demócrata en EEUU , que cada día se despertaban con un nuevo escándalo aireado por la red neocon de agitación y que era convenientemente aireado posteriormente en los medios tradicionales , con Fox News a la cabeza , en vísperas de la ultima victoria de Bush.

Eva Domínguez , comentaba con acierto en [La Vanguardia](#) :

Los blogs han gozado de una atención extraordinaria en estas elecciones, como ya lo hicieron en los respectivos congresos demócrata y republicano, en los que un número nada desdeñable de bloggers, o autores de estas publicaciones online, compartieron espacios con periodistas de medios tradicionales. Ambos partidos reconocían así la influencia social del fenómeno como creadores y difusores de estados de opinión entre un sector de la población que navega en Internet.

Las cifras lo ratifican. Según los datos de Hitwise, una compañía ofrece comparativas de datos online entre compañías de un mismo sector, Drudge Report fue la tercera web de noticias en cuota de lectores durante la semana de las elecciones. En el estudio se

incluyeron las diez webs informativas más visitadas. [Drudge Report](#) sólo fue superada por CNN.com y MSNBC.com. Detrás quedaron NYTimes.com, Foxnews.com, UsaToday.com, News.bbc.co.uk, WashingtonPost.com, Boston.com y ABCNews.com.

Dicha red , convenientemente engrasada por empresas cercanas a los Republicanos , consiguió incluso enmendar la plana al mismísimo Dan Rather y la todopoderosa [CBS](#) , en dos casos históricos en los que la blogosfera fue capaz de marcar la agenda a los medios tradicionales, Pepe Cervera lo comentaba en [El Mundo](#) :

Hay dos ejemplos del nuevo papel de control de la prensa durante la campaña electoral estadounidense. Uno ha sido el proceso de amplificación por parte de la blogosfera de las acusaciones de los Veteranos de Lanchas Rápidas por la Verdad contra el candidato demócrata John Kerry y su actuación en y después de Vietnam. De un asunto marginal procedente de una fuente poco clara las medallas de Kerry se convirtieron en uno de los temas clave de la campaña durante un largo periodo. La intensa atención de la blogosfera acabó por centrar la agenda informativa de los medios de comunicación profesionales en el tema, y forzó a ambos candidatos a reaccionar. De resultas de todo ello, Kerry perdió muchos puntos en las encuestas.

Poco tiempo después pudimos contemplar una aún más espectacular demostración de poderío, en forma de un enfrentamiento directo entre un amplio sector de la blogosfera, de ideología conservadora y partidario de Bush, contra uno de los pilares de la estructura de los medios convencionales estadounidenses: la CBS y el presentador estrella Dan Rather, cabeza de un programa de noticias legendario como 60 minutes II. La publicación en 60 minutos de unos oficios que arrojaban dudas sobre la actuación de George W. Bush en la Guardia Nacional de Texas a principios de los 70 fue puesta en duda por los bloggers conservadores incluso antes de terminar el programa. Tras una feroz tormenta tanto en la blogosfera como (después) en los medios convencionales, se demostró que los bloggers habían tenido razón desde el principio: los papeles eran falsos. CBS acabó reconociéndolo, y Dan Rather pidiendo públicas disculpas.

Dicho todo lo anterior, cabe concluir que si bien el salto cuantitativo y cualitativo ha sido enorme, aún nos queda mucho camino por delante y un gran potencial movilizador en la blogosfera si es bien utilizado.

2.- Perfil del Blogger Español

Según datos de Alianzo , España se acerca ya a los dos millones de bloggers, y contrariamente a lo que podemos pensar , y según en este caso datos del estudio de MSN "Vidas en la red", el perfil del blogger de nuestro país es el siguiente:

- 1.-los usuarios de blogs son mayoritariamente hombres (65%),
- 2.- que cuentan con un diario personal online desde el último año (80%),
- 3.-lo actualizan por lo menos una vez a la semana (42,5%),
- 4.-escriben sobre sus vidas e intereses (43%), y
- 5.-visitan principalmente los blogs de sus familiares y amigos (55%).

Estamos por tanto ante un segmento social emergente en el que el concepto blogosfera comienza a quedarse estrecho, siendo más cercano a la realidad el de "Blogosferas", siendo la blogosfera política una de las más limitadas y endogámicas.

3.- Blogosfera del PSOE y Blogosfera Progresista

Un solo blog no es más que un nanomedio sin audiencia alguna, una gota en el océano, el medio es la blogosfera. Un blog pontificando en solitario y sin conversar con otras bitácoras no es más que un ejercicio de ego sin trascendencia alguna.

Por eso el objetivo no son los blogs, sino las redes, los nodos, y también por eso el objetivo no es la blogosfera, sino las blogosferas, plurales, diversas, cambiantes, es en ellas donde hay que hacer incidencia.

La creación de la blogosfera del PSOE es en si mismo un objetivo, pero por su propia estructura, composición y endogamia , no pasará de ser un elemento de consumo interno y de movilización de los propios militantes, de repetición de mensajes que no tendrán excesiva trascendencia social.

El objetivo es dotar a nuestros mensajes de capilaridad a través de las blogosferas progresistas, no solo las políticas, sino también las sociales, artísticas, personales..etc.

B.- Recetas de Éxito

1.-Red de blogs de PSC

El PSC ha apostado con claridad por la blogsfera y lo ha hecho en dos ejes.

Primero constituyendo una "Blogosfera del PSC" , con carácter de partido, integrada en su página web oficial con un sencillo sistema de sindicación de contenidos (RSS) mediante el cual todos los militantes con blog tienen su espacio en la página del partido.

El sistema de sindicación premia a quienes más actualizan su blog con mayor visibilidad, ya que coloca el último blog actualizado en primera posición.

La red de blogs del PSC está coordinada por una persona con perfil técnico-político que desde la propia estructura del partido envía a los bloggers informaciones, documentos y estrategias-red que sirven para coordinar mensajes, acciones y campañas.

Asimismo el PSC ha realizado un importante esfuerzo de formación de dichos bloggers, realizando jornadas, conferencias y seminarios formativos para enseñar a sus militantes el especial lenguaje de los blogs así como estrategias de posicionamiento, google bombing y redes sociales.

Por otro lado el PSC mantiene una fluida relación con las redes progresistas catalanas y nacionales, a las que fomenta incluyéndolas en seminarios y congresos, creando un flujo bi-direccional de información e influencia.

La clave del éxito de ésta relación es la credibilidad que ha demostrado el PSC durante un largo periodo de tiempo a las redes y la horizontalidad en la toma colectiva de decisiones, además de , por supuesto, el respeto a la idiosincrasia de cada red.

2.-Labourspace.com:

Como toda nueva aplicación 2.0 , LabourSpace es un [mashup](#) me mezcla conceptos que vienen de [digg.com](#), o [menéame](#), con tácticas movilizadoras de militantes y simpatizantes y que según parece, en un futuro también geoposicionará las campañas y acciones "meneadas" mediante Google maps.



Como funciona?, sencillo. Se llama horizontalidad, El Labour solo participa como un actor más en la definición de las estrategias y además lo hace en igualdad de condiciones que los activistas y organizaciones sociales a las que se dirigen. La dirección del Labour selecciona un tema mensual y se somete a que los participantes diseñen acciones y campañas relativas a ese topic. En cada topic se lanzan las campañas del partido, se fomentan las conversaciones con los ciudadanos incitando a la movilización (Joe Trippi sabe bastante de esto) y a la implicación y se fomenta como tercer paso la afiliación, siguiendo el siguiente esquema.

1 [Propuesta](#) - 2 [Conversación](#)- 3 [Movilización](#)- 4 [Compromiso](#)

Pero la cosa no solo se queda ahí, [LabourSpace](#) está perfectamente coordinada con [la web de los Laboristas](#) y con otros espacios participativos como [un agregador oficial de blogs](#) donde participan los cargos públicos (en el que una parte fundamental es la alfabetización de cargos públicos y militantes), otro "no oficial" y más de trinchera, llamado [Bloggers4labour](#), donde participan simpatizantes y que están en constante conversación....[podcasts](#), [videos](#)....

No sabemos si esto les ayudará a ganar unas elecciones que tienen muy complicadas, pero me parece un esfuerzo digno de elogio.

El look & feel de [LabourSpace](#) es limpio, sencillo, y desde el punto de vista de la usabilidad creo que está incluso por delante incluso de los proyectos de Howard Dean: [Democracy for America](#) o [Blog for America](#).

3.-Segosphere:

A través de internet y fundamentalmente de la blogosfera, Segolène ha conseguido que Miles de seguidores trabajen, desde entonces, gratis organizando actos, enviando emails, inventando actos y reclutando apoyos. La grandiosidad del fenómeno Ségolène no tiene precedentes y una de las claves fue la Segosphere. Conocida como la "Mesías electrónica" apostó desde el primer momento por los blogs y ella misma desde



www.desirsdavenir.org invitó a los lectores a participar de la elaboración de un libro. Más de 34.000 posts contribuyeron en el mismo. Su hijo Thomas dirige la red de blogs que la protegen. Ségolène Royal creyó desde el primer momento en la reflexión política como motor electoral. No utilizó los blogs como un mero artilugio decorativo que viste bien y te pinta de moderno. Su ventaja se debe a sus ideas, a un innovador planteamiento para la izquierda, pero también a sus herramientas, las que ayudan y permiten que la gente razone y piense por si misma.

Segolene Royal a través de su red consiguió que cercade 20.000 jóvenes se acercasen al PSF y participasen en sus primarias. ¿El secreto? Innovación, herramientas on-line movilizadoras y aceptar la horizontalidad político-ciudadano como forma de trabajo.

4.-Blog for america y Partybuilder (Demócratas)

Los partidos políticos norteamericanos por su propia idiosincrasia no disponen de estructuras territoriales estables, solo durante las campañas.

Howard Dean llegó a la conclusión de que el reto no estaba tanto en robar espacio al adversario como en movilizar a los propios, y a través de Joe Trippi concibieron un plan para utilizar las nuevas tecnologías para “contruir organización” y generar ideas movilizadoras a nivel nacional, regional y sobre todo, local.



Blogs for América es una red que se complementa y conversa constantemente con otros creadores de opinión de la izquierda Norteamericana como la red de Daily Kos generano redes hiperlocales e ideas que movilicen al dormido votante progresista, con importantes resultados.

Pero no bastaba con esto, hacía falta una herramienta que contribuyese a dotar de sentido territorial a las propuestas, y a eso responde PartyBuilder, una mashup que es capaz de ayudar construir arquitecturas organizacionales efímeras, conectando ciudadanos y asociaciones civiles que luchen por un determinado fin, movilizandoo a los ciudadanos en sus ámbitos locales o sectoriales de referencia.

5.- My.Barack.Obama

No es nada nuevo que los partidos Norteamericanos se tomen en serio la ciber-política, la generación de opinión en la red y las redes sociales.

La especial idiosincrasia de los mismos, su falta de estructura territorial y el enfoque hacia el candidato más que hacia la organización hace que en cada campaña sea necesario generar estructuras organizacionales efímeras para dar soporte ideológico, campaña, discurso y fondos a cada candidato.



En este contexto, Internet se convierte en una herramienta no solo útil, sino fundamental para movilizar, generar redes sociales de apoyo, recaudar fondos, y en definitiva, construir una campaña de éxito.

El candidato [Barack Obama](#) ha entendido perfectamente el sentido de eso que se ha dado en llamar web 2.0. Obama representa la renovación generacional dentro del [Partido Demócrata](#), es joven, de color, ocupa un espacio de centro-izquierda moderado y posee un discurso potente e innovador.

Pues bien, Barack Obama ha construido [BarackObama.com](#), probablemente el mejor ejemplo de utilización inteligente de recursos sociales que nos provee la red. Su web es una potente herramienta para generar redes sociales de apoyo al candidato, está totalmente enfocada a la participación, a la movilización y al debate.

BarackObama.com no solo aporta su propios videos en [BarackTV](#), sino que apuesta por la integración de los videos tomados por sus partidarios en [su propio canal de Youtube](#).

No solo muestra sus fotos, sino que integra las tomadas por sus simpatizantes en [su propio Flickr](#).

Apuesta por la generación de redes distribuidas, poniendo en contacto a sus partidarios de forma descentralizada, pidiéndoles que generen actos públicos de apoyo.

Ayuda a que cada ciudadano pueda crearse un blog en su sistema, favoreciendo la conversación, el debate y lo que terminará convirtiéndose en una suerte de guardia de corps de intervención rápida ante los previsibles ataques de sus adversarios. Y lo más importante, permite a cada internauta personalizar el acceso a su web al estilo Myspace, creando My.barackObama.com, que permite la personalización de contenidos y fideliza enormemente a los futuros votantes.

C- Campañas distribuidas de éxito,

Entendemos como “distribuida” una campaña que a pesar de su origen, en su desarrollo abandona el esquema centralizado de toma de decisiones y se transforma en una estrategia-red, en la que cada nodo es capaz de generar nuevos nodos activos no necesariamente conectados con el origen de la misma.

C1-En mi nombre si:



Campaña iniciada por Alfonso Gil, miembro de la ejecutiva del PSE-EE

Alfonso, desde su blog diseñó un pequeño banner de apoyo al presidente del gobierno, a favor del proceso de paz. Las redes progresistas acogieron la campaña, rediseñaron el logo, profesionalizándolo, redactaron un manifiesto de apoyo a la campaña y consiguieron que más de 1.000 bitácoras de todo el mundo replicasen el mensaje, ganando en la red la batalla a la derecha.

La campaña que comenzó Alfonso se transformó en decenas de micro-campañas que inundaron la red de contenidos favorables a la negociación, convirtiéndose en una campaña global y siendo apoyada por cientos de bloggers no militantes de partido ni organización alguna

C2-La red por la paz (manifestación 13e)



Lasideas.es, apoyada por Red Progresista, Socialdemocracia.org y ExtremaduraPositiva, diseñó una campaña multimedia de apoyo a la manifestación del 13e, diseñando un banner y colgando un manifiesto de la red.

El gran avance de ésta campaña fue la utilización de las herramientas sociales como meneame para promocionarla.

Se instruyó a los bloggers a la hora de crear una cobertura distribuida de la manifestación, subiendo a la red video, fotografías y podcasts como elementos de apoyo a la movilización.

El resultado fueron más de 50 videos y 1000 fotografías de la manifestación subidos a la red por más de 200 activistas que fueron utilizadas por más de 800 bloggers y medios de comunicación para ilustrar sus comentarios a la manifestación-

En ésta ocasión la blogosfera dio el salto a los mass media, yendo por delante de los mismos y convirtiéndose en referente.

C3.-Jornadas Ciudad Digital,



Las jornadas de la OSDSI "Ciudad Digital" están aprovechando las enseñanzas anteriormente descritas para diseñar una convocatoria distribuida de las jornadas, muy apoyada en la blogosfera y en las herramientas sociales.

Hasta el momento la información de las jornadas, con su logo, han sido replicadas en más de 90 nano-medios, y se está trabajando en realizar una cobertura on-line de las mismas a través de los más de 50 bloggers de primera línea que van a acudir a la misma.

Bibliografía:

La blogosfera española
["Métrica de la blogosfera. Algunas medidas y relaciones en la blogosfera hispana"](#) por Juan Julián Merelo y Fernando Tricas ([revista Telos](#), octubre-diciembre 2005)

[La blogosfera hispana: Pioneros de la cultura digital](#) (formato [PDF](#)) de varios autores ([Fundación France Telecom España](#), 2006)

[Declaración de independencia de la blogosfera, por los ciudadanos hackers](#), por Juan Freire

[No son los blogs, sino las blogosferas](#), por Alberto Ortiz de Zárate

Blogs y Política
["Los weblog: participación y política en la Sociedad de la Información"](#) por José Manuel Cerezo Gilarranz ([Fundación France Telecom España](#)).

["Política 2.0"](#) por [Enrique Dans](#) ([Libertad Digital](#), 21 diciembre 2005).

["Acción política. Tecnología. Web 2.0. Blogs"](#) (formato [PDF](#)) por [Juan Freire](#) (marzo 2006)

[Wiki](#) sobre [Política 2.0](#) en [Internet & Euskadi](#).

["La emergencia de la blogosfera progresista"](#) e ["Izquierda vs.derecha en Internet"](#) por [Carlos Guadián](#)

["Blogosfera y elecciones"](#) , ["BlogoIzquierda, ejemplos a seguir"](#) .
["LabourSpace,Política 2.0 en estado puro"](#) por [César Calderón](#).

["Blogs, ¿nueva arma política?"](#) por Ana Bedia ([Terra - Tecnología](#), 12 septiembre 2005)