

EUROPA MANTÉ ENCARA GRANS DIFERÈNCIES EN L'ACCÉS A INTERNET

L'enquesta de l'Eurostat sobre l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), que publica l'Oficina Estadística de les Comunitats Europees, recull un accés molt diferent de les llars europees a Internet i als serveis de banda ampla. Mentre que països com Suècia, Dinamarca i Luxemburg es situen per sobre del 80%, Bulgària, Romania i Grècia es situen a la cua, amb menys del 30% de les llars amb accés Internet. Espanya se situa en un 51%, superant països com Itàlia, Croàcia, Hongria o Polònia.

Si es comparen les dades de l'Eurostat amb les d'EUA i Canadà és del 74%, mentre que a grans regions com Austràlia i Oceania és del 60%. També superaria a Europa països del sud-est asiàtic com Japó i Corea, tot i que en el conjunt d'Àsia l'índex de penetració és de poc més del 20%. Tot i això, i atès l'enorme volum de població, Àsia s'acosta ràpidament a tenir el 50% de la població usuària de les noves tecnologies. ■

ESTÒNIA, EL PRIMER PAÍS DEL MÓN EN APROVAR EL VOT PEL MÒBIL

El Parlament d'Estònia ha aprovat el vot a través del mòbil. L'Estat bàltic es converteix en el primer país del món en donar legalitat a aquesta forma de votació. Segons els legisladors, el vot per telèfon incrementarà la participació electoral ja que suposarà més comoditat per als ciutadans. Els votants, com ja van fer en la prova pilot de vot per Internet al 2004 feta a Estònia, hauran d'indentificar-se amb una targeta especial. Els primers comicis on podrà portar-se a terme la votació per mòbil seran els de 2011. ■

Opinió



Antoni Gutiérrez-Rubi

Assessor de comunicació
www.gutierrez-rubi.es

OBAMA: CAMPANYA, POLÍTICA I GOVERN 2.0

L'any 2004 el candidat demòcrata Howard Dean va marcar un abans i un després del paper d'Internet a les campanyes electorals. Quatre anys més tard, Barack Obama ha fet història liderant una de les campanyes més apassionants, on ha destacat l'ús intel·ligent de les eines de la cultura 2.0.

Des de l'inici, el president electe va entendre la capacitat política de les xarxes socials online que, més enllà de la recaudació econòmica (500 milions de dòlars), va traduir-se en un ampli moviment de suport que es propagava amb força i traslladava les propostes en xarxa, a accions concretes en el territori. Va desplegar una política de proximitat i confiança a la xarxa, aconseguint dos milions de voluntaris que el van ajudar directament a través de myBarackObama.org i aproximadament cinc milions més que ho van fer des d'altres xarxes socials a Internet. Obama té un perfil creat en diferents comunitats online i ha fet un ús intensiu d'eines com el Twitter (amb dos identitats específiques: [ObamaNews](#) i [BarackObama](#)) o de la telefonia mòbil (amb més de 7.000 missatges diferents sms enviats durant la campanya).

El president electe veu i sent les tecnologies no com un mitjà més sino com el reflexe organitzatiu d'una nova cultura política. Aquesta visió l'ha portat, per exemple i tot just després de la seva elecció, a emetre el seu primer missatge setmanal no per ràdio o televisió, com es venia fent habitualment, sino per YouTube.

O a posar en funcionament, junt amb el seu equip, la plataforma Change.gov que utilitza una de les llicències més obertes i menys restrictives de Creative Commons (BY). Aquesta mena de llicència permet la circulació dels continguts del seu web i de les seves xarxes socials, com ho fa la llicència CC BY-NC-SA, que ja va utilitzar per fer circular fotografies seves de Flickr correponents a la mateixa nit electoral.

La seva visió i ús estratègic de les noves tecnologies durant la campanya electoral (a les primàries i presidencial), ara, ha de ser coherent amb el desenvolupament de la seva funció governamental.

Les seves iniciatives a la xarxa, constants i innovadores, propicien el debat al voltant de conceptes com l'Open Government, que obre nous escenaris de participació, relació, comunicació... on els ciutadans, com a individu, tenen capacitat per influir i articular polítiques concretes i on cal reflexionar a fons sobre el paper que ha de jugar el govern, les administracions públiques, a l'hora d'articular, promoure i/o protagonitzar aquest debat.

Obama creu que l'accés a Internet és un dret i que existeix una ciutadania digital cada cop més àmplia, amb més informació i amb més capacitat d'acció cívica i política. En la seva visita a l'empresa Google va dir: "vull canviar el món com Google ho ha fet".

De moment, el president electe ha demanat a la ciutadania que l'acompanyi en aquesta nova etapa, amb Change.gov, de la mateixa manera que molts ho van fer durant la cursa electoral. I, tot i que deixi de banda la seva inseparable BlackBerry per temes de seguretat, la seva connexió amb una nova manera de fer i entendre la política es va activar ja fa molt de temps. ■