

## Sobre el Gobierno 2.0

### ¿Política 2.0 ó Gobierno 2.0?

En los últimos tiempos se habla mucho de la aplicación de la Web 2.0 a la labor de los representantes políticos y las administraciones públicas. Aunque en un principio se utilizó más el concepto de Política 2.0, en la medida en que sintetizaba la aplicación de blogs y redes sociales al mundo político, últimamente, tras la victoria de Obama en EE.UU., es el término Gobierno 2.0 el que se está imponiendo. Así como Política 2.0 parece referirse únicamente al aspecto electoral, Gobierno 2.0 simboliza el uso de valores como la colaboración o la transparencia en el ejercicio de la labor institucional.

Se trata en cualquier caso de un debate ya viejo. Howard Rheingold, el promotor de The Well, la primera red social de Internet, ya decía cosas como éstas en 1993: "En el uso que hagamos de estas tecnologías nos jugamos el futuro de la democracia. El problema es cómo conseguir que estos recursos sean accesibles a la mayoría de la población y den la oportunidad de cambiar las reglas del juego democrático". Hoy en día Internet se ha masificado y la brecha digital entre pobres y ricos y entre mujeres y hombres se está esfumando. Apenas persisten ciertas diferencias por edades, que podrían desaparecer con la democratización de los móviles con conexión a la Red. El sueño de Rheingold de una nueva democracia electrónica podría, por ello, hacerse realidad, siempre que las estructuras políticas se adapten a la disponibilidad de nuevas herramientas con capacidad para fomentar la participación ciudadana en los asuntos comunes.

Curiosamente, el principal apóstol mundial del nuevo Gobierno 2.0, al margen de Obama, es Tim O'Reilly, de cuya empresa, O'Reilly nació hace cuatro años el concepto de Web 2.0. O'Reilly estuvo en España en octubre de 2006 y allí explicó que la Política 2.0 era una de sus grandes frustraciones, puesto que no veía ningún cambio en ese mundo. Estoy convencido de que ha cambiado de opinión, hasta el punto de que este año está organizando una conferencia bajo el nombre de Gov 2.0 (Gov es la abreviación de Government) y su twitter es una fuente inagotable de artículos sobre el tema. Estoy convencido de que sus nuevas ilusiones están muy relacionadas con la llegada de Obama al gobierno de EE.UU. con múltiples ideas inspiradas en los geeks, los frikis de Internet.

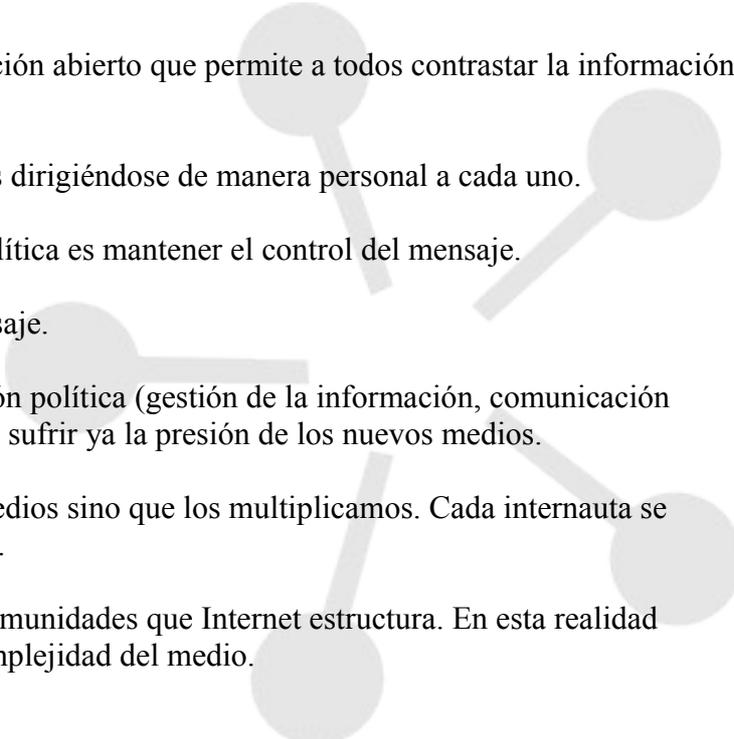
### ¿En qué principios se basa el Gobierno 2.0?

Básicamente, se trata de introducir en el mundo de la política y el gobierno los principios que inspiran la Web 2.0. Básicamente, la transparencia, la apertura y la colaboración. Esto tiene muchas implicaciones: la supresión de intermediarios entre políticos y ciudadanos (y fundamentalmente, los medios de comunicación de masas), la posibilidad de que los ciudadanos se organicen por sí mismos al margen de los partidos e instituciones o de que colaboren abiertamente con la labor administrativa o la disponibilidad de herramientas para que los ciudadanos controlen

constantemente la actividad de sus representantes. Al mismo tiempo, los funcionarios pasan a tener mayor responsabilidad en su labor.

Estas son las ideas que, inspiradas en la Biblia de la Web 2.0, el Manifiesto Cluetrain, recopilé en febrero de 2006 y que creo que todavía siguen plenamente vigentes:

(<http://blogs.alianzo.com/redessociales/2006/02/21/los-principios-de-la-politica-2-0/>):

1. La democracia es un diálogo.
  2. Desde hace 50 años, los políticos se han acostumbrado a comunicar a través de los medios de masas.
  3. La utilización de estos medios de masas ha impuesto un modelo dominante de comunicación vertical: impersonal, largo, homogéneo y unidireccional.
  4. Cada nuevo medio genera sus propias reglas de comunicación. En los años setenta, Nixon, Chaban-Delmas y Mitterrand se han dado cuenta de ello: los tres han perdido elecciones por no utilizar correctamente la televisión. (En España, se ha especulado con algo parecido respecto a la última derrota del PP)
  5. El juego político consiste en enviar información de un punto a una audiencia. Es el modelo de comunicación tradicional, que sigue los principios del telégrafo: un emisor envía un mensaje a un receptor con la esperanza de influirle.
  6. En la Red, se produce una situación inédita: el receptor ignora el mensaje, tiene el control de lo que quiere escuchar y no hará caso salvo que tenga la impresión de que el emisor se dirige a él como individuo.
  7. Internet promete un sistema de información abierto que permite a todos contrastar la información con otras fuentes.
  8. El medio Internet permite hablar a todos dirigiéndose de manera personal a cada uno.
  9. Una regla básica de la comunicación política es mantener el control del mensaje.
  10. Pero ya no es posible controlar el mensaje.
  11. Las técnicas clásicas de la comunicación política (gestión de la información, comunicación televisiva, relaciones públicas) empiezan a sufrir ya la presión de los nuevos medios.
  12. Utilizando la Red no evitamos a los medios sino que los multiplicamos. Cada internauta se convierte en una posible fuente de opinión.
  13. Más importante que Internet son las comunidades que Internet estructura. En esta realidad radican al mismo tiempo la fuerza y la complejidad del medio.
- 

- 14. Los políticos tienen razones para tener miedo a Internet si no son capaces de integrar la interactividad y las reglas del medio.
- 15. La Red permite afrontar el tipo de diálogo al que la democracia representativa aspiraba desde siempre.
- 16. Los individuos pueden ahora encontrar medios para hacerse oír. Es lo que se conoce como “vigilancia activa”.
- 17. El medio favorece el humor: las parodias circulan más rápido que las doctrinas.
- 18. La política en la edad de la Red significa que la gente se hace más organizada e inteligente colectivamente.
- 19. La red facilita el acceso a la información y el paso a la acción.
- 20. Si ciudadanos y partidos empiezan a participar en este nuevo medio, Internet hará germinar las condiciones de una nueva práctica democrática.

Este cuadro resume, de alguna forma, estos cambios:

Política 1.0	Política 2.0
Había pocos medios de comunicación y era costoso, con lo que la influencia política estaba en manos de unos pocos.	Hay muchos medios de comunicación y es muy barato hacer uno nuevo, con lo que montar una campaña política se hace mucho más sencillo, se democratiza.
La intermediación entre políticos y ciudadanos estaba en manos de periodistas profesionales y agentes de relaciones públicas.	Deja de haber intermediarios. Los políticos pueden contactar directamente con los ciudadanos y viceversa. Hay otros pensadores que creen que simplemente los viejos intermediarios se sustituyen por otros nuevos: las elites 2.0 y los buscadores de Internet. Se pasaría del poder de la televisión al poder de Google.
La política se decidía en campañas electorales cada X años.	Las campañas electorales dejan de tener sentido, puesto que los ciudadanos pueden manifestar su opinión en cualquier momento.

El objetivo de una campaña era conseguir convencer a la gente de que vote por una opción política.	El objetivo de una campaña electoral es llevar a la gente a actuar: a convencer a otros de que voten por una determinada opción
Los partidos eran fundamentales. Un candidato no puede hacer nada si no pertenece a un partido fuerte.	Las redes sociales son fundamentales. Un candidato puede ganar unas elecciones si cuenta con el apoyo de una red social relevante.
La política era una cuestión privada, que no se compartía más que con el círculo más íntimo.	Se comparten los gustos políticos, que se convierten en parte de nuestra identidad. Apoyar a Obama es guay y a Palin es estúpido.
Para convencer a la gente de que vote por una determinada opción política se utilizan técnicas publicitarias, que muchas veces rozan el engaño.	Para convencer a la gente de que vote por una determinada opción política es preciso mostrar sinceridad y cierta proximidad (conexión) con el candidato.

### ¿Por qué Obama ha sido revolucionario en la utilización de la Política 2.0?



El caso Obama es especialmente interesante, por el hecho de que se trataba de un candidato por el que nadie daba un duro antes de que se presentara, pero que con una hábil campaña en Internet consiguió recaudar fondos y atraer votantes hasta el punto de ganar las elecciones. De hecho, las técnicas que utilizó no fueron novedosas, pues ya habían sido empleadas previamente por Howard Dean, aunque con escaso éxito. Fue este candidato demócrata quien en 2004 creó blogs y redes sociales para recaudar fondos y para darse a conocer y aspirar a la Casa Blanca, aunque finalmente perdería las primarias contra el senador John Kerry, que a su vez perdería el combate contra Bush.

Obama recogió este bagaje, de la mano de una empresa que se conformó a partir de los voluntarios que ayudaron a Dean, Blue State Digital, y que se encargó de crear toda la plataforma tecnológica de MyObama.com, que fue clave a lo largo de toda la campaña electoral. Las redes sociales ayudaron a

recopilar voluntarios y seguidores y a llevarlos por el mismo camino, mientras los blogs servían para transmitir un mismo mensaje y Youtube se empleó intensivamente para comunicar una determinada imagen del candidato. Hay tres definiciones de Obama que explican muy bien lo que ocurrió durante esta campaña: "es una marca", "es un hombre multiplataforma" y "es el presidente de los nuevos medios". "Es el primer presidente que ha sabido aprovechar las posibilidades de los nuevos medios de alta velocidad, alta densidad y alta variedad. De hecho, en unos meses había dado más entrevistas que cualquier otro presidente anterior", [reconocía recientemente la revista New York Magazine](#).

Lo cierto es que los responsables de la campaña siguieron dos líneas de trabajo paralelas:

- La tecnológica. Pusieron en manos de sus seguidores toda una serie de herramientas para que, al mismo tiempo, pudieran utilizarlas en provecho de la candidatura y se sintieran más implicados en la misma, lo que por ende incrementa su participación.
- La comercial. Crearon una imagen de Obama asociada a valores de modernidad y capaz de generar ilusión, especialmente entre los más jóvenes. La clave fue conectar con los electores y empatizar con ellos. Youtube jugó un papel clave en este aspecto.

En ambos casos, lo novedoso ha sido la utilización de redes sociales. Por si fuera poco, el caso Obama se ha convertido hoy en día en el principal ejemplo de éxito de la Web 2.0, que en otros ámbitos está siendo vilipendiada por sus dificultades para mostrar resultados positivos. Y eso que no ha sido el primero, ni obviamente será el último. El célebre "pásalo"<sup>1</sup> del PSOE en las elecciones de 2004 fue, tal y como señala Antoni Gutiérrez-Rubí, un claro ejemplo de uso de redes sociales, aunque se produjo a través de mensajes de texto. La viralidad del mensaje fue espectacular y anticipó la posterior aparición de herramientas como Twitter, que permiten enviar un mismo texto a cientos de personas al mismo tiempo.

Lo cierto es que Obama no se ha quedado sólo en la campaña electoral, que fue un excelente ejemplo de lo que se puede conseguir con los medios sociales. Asesorado por tecnólogos como [Andrew McLaughlin](#) y [Chris Hughes](#), directivos de Google y Facebook, también ha llevado sus ideas 2.0 al nuevo gobierno que ha conformado. Lo está haciendo poco a poco, partiendo de la base de un [memorando](#) que él mismo firmó al poco de llegar a la Casa Blanca y que deja claro su compromiso por el Gobierno 2.0: "Mi Administración se compromete a crear un nivel sin precedentes de apertura en el Gobierno. Trabajaremos juntos para asegurar la confianza pública y para establecer un sistema de transparencia, participación pública y colaboración. La apertura reforzará nuestra democracia y promoverá la eficiencia y la efectividad en el Gobierno (...) Encargo al director de Tecnología, en coordinación con el director de la Oficina de Gestión y Presupuestos y el administrador de Servicios Generales, para que coordine el desarrollo, en 120 días, de recomendaciones para una Directiva de Gobierno Abierto, con instrucciones claras para que los departamentos y agencias del Gobierno tomen las medidas necesarias para implementar todos los principios contenidos en este documento".

## ¿Y cómo están reaccionando los políticos ante este nuevo marketing político?



La práctica totalidad de los partidos y políticos están empleando estas nuevas herramientas para acercarse más a los ciudadanos y mejorar su capacidad de movilización durante las elecciones. Sin embargo, se produce una importante diferencia entre Europa y EE.UU., ya que en el viejo continente la mayor parte de los sistemas políticos están basados en la representación a través de partidos, que ejercen un férreo control sobre todo el proceso político. Esto impide que

fenómenos como el de Obama se puedan repetir en España, donde es prácticamente imposible que una persona ajena a los aparatos de los partidos pueda presentarse con garantías en unas elecciones.

De todas formas, en algunos países están empezando a surgir nuevas fuerzas gestadas a través de redes sociales. El caso más relevante es el del Partido Pirata de Suecia, que persigue exclusivamente la modificación de la regulación de la propiedad intelectual y que ha conseguido representación política en el Parlamento Europeo. Otro caso muy interesante, aunque todavía no se haya traducido en representación institucional, es el de Beppe Grillo, el principal blogger italiano. Se trata de un humorista que ha creado un auténtico movimiento ideológico a través de Internet y al margen de los partidos políticos. Su fuerza radica en su capacidad de convocatoria, ya que Grillo es capaz de organizar una manifestación popular en apenas horas a través de su blog.

Es ya recurrente [el caso de Irán](#), donde muchos ciudadanos miraron a Twitter para organizar revueltas contra un gobierno que estaba limitando sus derechos democráticos. Este ejemplo es interesante también por el papel secundario en que situaba a los medios de comunicación tradicionales, incapaces de transmitir la verdadera imagen de lo que ocurría en Irán con la misma fidelidad con que lo hacía Twitter. Gutiérrez-Rubí ha mencionado también [el caso de Esperanza Marchita](#), un personaje virtual creado en México para convertir en candidato electoral a alguien que no contaba previamente con la aprobación de ninguna fuerza política. "Este movimiento empezó y se difundió a través especialmente de las redes sociales (como Facebook y Twitter) y de blogs, y está despertando la creatividad de miles de mexicanos a través especialmente de la red, pidiendo el voto por Esperanza Marchita. Se han creado vídeos en Youtube, perfiles y grupos en Facebook, infinidad de posts sobre la necesidad de anular el voto, etc. Esperanza hace campaña en la Red, el espacio de esperanza para muchos activistas y ciudadanos", explica Gutiérrez-Rubí.

Queda claro que las redes sociales generan oportunidades para que los ciudadanos sobrepasen la fuerza de los partidos y este fenómeno se va a repetir cada vez más si los partidos no reaccionan

debidamente. Como dice el consultor [Tony Blankley](#), no cabe duda alguna de que la política se va a parecer cada día más al mundo de la empresa: "Veremos más emprendedores en la política y estarán menos conectados a sus partidos". Otra reacción de los aparatos tradicionales, de tipo más negativo, es la que se produce en los regímenes dictatoriales, que directamente prefieren censurar ciertas partes de Internet. El caso siempre utilizado como ejemplo es el de China, donde Google estuvo prohibido hasta que la empresa norteamericana aceptó auto-censurarse. Pero tampoco hay que ir hasta Asia para encontrar gobiernos que tratan de poner trabas a la participación ciudadana. Ningún país europeo deja, por ahora, que los ciudadanos utilicen sus webs para relacionarse entre sí y, por tanto, para poder organizar movimientos de protesta. [Ni siquiera el gobierno británico](#), donde existe el derecho de e-petición de los ciudadanos individuales y donde se ha llegado a barajar la posibilidad de que los ciudadanos se agrupen para ejercer este derecho con más fuerza. Esta cierta inactividad de muchos gobiernos fue precisamente uno de los puntos que más se comentaron en la mesa redonda sobre Gobierno 2.0 coordinada por Andy Oram durante el Communities Summit de San José en julio de 2009.

### **¿En qué consiste el Gobierno 2.0?**

Si la Política 2.0 parece haber quedado en una serie de tácticas electorales para hacer un "candidato" más atractivo que el de la competencia, el Gobierno 2.0 parece mucho más amplio, en la medida en que persigue implicar al ciudadano en las labores de gobierno. Mientras la Política 2.0 es temporal, el Gobierno 2.0 es permanente y por tanto no caduca. La Comisión Europea reconocía recientemente su importancia y lo resumía como una serie de herramientas relacionadas con Internet que permiten mejorar la relación de los ciudadanos con el gobierno: "Hay una demanda creciente para que las administraciones se hagan más transparentes y abiertas cara al ciudadano, tanto en lo que se refiere a la prestación de servicios como al diseño de las políticas públicas. Si esta demanda se gestiona correctamente, puede contribuir a mejorar y reducir los costes de los servicios públicos, así como a incrementar la confianza en la administración pública". La Comisión se fija especialmente en la educación y la salud, dos mundos en los que los funcionarios que prestan los servicios y sus beneficiarios deberían participar conjuntamente en comunidades de interés.

En el caso de EE.UU., el Center for American Progress, cercano al Partido Demócrata, emitió en junio de 2009 una serie de recomendaciones para el Gobierno extraídas de la experiencia de la campaña electoral. Su primer párrafo lo explica a la perfección: "La campaña de Obama estableció un nuevo modelo de cómo extender información a través de los nuevos medios y tecnologías sociales como Youtube, Facebook, Twitter y otros. Además, ejerció la imaginación sobre cómo estas nuevas tecnologías de la Web 2.0 podrían llevarnos a una nueva era de gobiernos transparentes y de participación ciudadana"

(ver: [http://www.americanprogress.org/issues/2009/06/pdf/web2.0\\_challenges.pdf](http://www.americanprogress.org/issues/2009/06/pdf/web2.0_challenges.pdf))

De hecho, el presidente Obama está trabajando en varias direcciones simultáneas:

1. Open Data. Consiste en "abrir los datos". Es decir, en que empresas y profesionales puedan emplear toda la información que gestiona y elabora la administración para generar nuevos servicios

y que no tiene problemas de confidencialidad.

2. Open Government. Consiste en abrir el gobierno para que las decisiones que conciernen a todos sean tomadas en conjunto con la ciudadanía y para extraer de la ciudadanía nuevas ideas que permitan mejorar la labor pública. A esto último también se le denomina crowdsourcing.

3. La mejora del funcionamiento interno del gobierno con la aplicación de herramientas de la Web 2.0 que reducen la burocracia y aumentan la eficacia de las soluciones implementadas desde la administración

### ¿Hacia dónde nos lleva el Gobierno 2.0?

En realidad todas estas ideas y propuestas están todavía en fase de prueba, con lo que aún no se conoce qué resultado darán. Sea como fuere, se adivina un futuro en el que ciudadanos y administraciones trabajarán conjuntamente para resolver los problemas comunes. Esto exige eliminar jerarquías y el clásico modelo del ordeno y mando, así como cambiar profundamente todos los procedimientos existentes actualmente para regular, compartir información, gestionar actividades y prestar servicios desde el gobierno. A todo esto se le denomina de diversas formas: "[gobierno en red](#)", "gobierno abierto", "[gobierno como plataforma](#)" o "[gobierno colaborativo](#)". Se opone al actual sistema, que se ha llegado a definir como "modelo máquina de vending", en la medida en que la administración se limita a prestar unos servicios con el dinero que recauda mediante impuestos, sin mayores complicaciones.

La definición más controvertida es probablemente la de "gobierno como plataforma", que estableció Tim O'Reilly antes del evento Gov 2.0. O'Reilly, cuyo imperio editorial está directamente relacionado con la publicación de libros sobre informática, ha buscado un símil tan tecnológico como el de plataforma. Y es cierto que hay muchos ejemplos: Google, Facebook, Microsoft o Apple han desarrollado (y después impuesto) plataformas en torno a los sistemas operativos, las redes sociales y las búsquedas en Internet. Su éxito empresarial está, además, íntimamente ligado con el hecho de que estas plataformas atan a los usuarios y animan a miles de proveedores de software a contribuir con sus propias aplicaciones exclusivas. Así, Windows tiene mayor valor cuantas más personas usen este sistema y cuantas más empresas desarrollen programas que funcionan en él. Al aplicar este concepto al Gobierno, de lo que se trata es de que se conviertan en plataformas que aportan muchos datos para que haya el máximo posible de entidades que los usen para crear nuevas aplicaciones y webs.

Sin embargo, O'Reilly ha recibido críticas por este desarrollo conceptual. Así, [Andrea Di Maio](#) cree que el ánimo de lucro es una fuerza motriz de las plataformas privadas, cosa que no sucederá con el Gobierno 2.0, con lo que habrá muchos datos, como los relacionados con la educación, que nadie quiera utilizar. Al mismo tiempo, la administración no sólo provee datos sino que es en sí misma una gran consumidora de los datos de los ciudadanos. Esto último es especialmente importante, pues cada vez se están identificando más ámbitos en los que no hay suficientes datos públicos y donde la fuerza del Gobierno 2.0 puede estibar en que los ciudadanos aprovechen las posibilidades de Internet para crear y enviar esa información. Un caso evidente es el de [FixMyStreet](#), una web británica creada para que los vecinos puedan denunciar los problemas que ven en sus calles con el

fin de que se solucionen lo antes posible. En España existe una versión local conocida como ArreglaMiCalle.

El propio [Di Maio ha hecho una provocadora previsión](#) sobre lo que el Gobierno 2.0 va a generar en el futuro: que no habrá gobierno. A su juicio, las redes sociales y servicios privados como Google Health van a sustituir al gobierno en la medida en que los propios ciudadanos podrán satisfacer, por otra vía, necesidades que hasta ahora requerían acudir a una ventanilla oficial. Una pregunta que Di Maio se hace es si los ciudadanos van a confiar más en la capacidad de un ente privado de proteger sus datos o en los de la administración. De confirmarse sus temores, el papel del gobierno será muy similar al del Banco de España, como supervisor de la actividad de los bancos y simple concentrador de informes y datos públicos. [David G. Robinson añade](#) que las administraciones no deberían tener ni web, ya que serán los entes privados los que elaborarán los interfaces con los ciudadanos. "Las empresas siempre darán a los datos más difusión que lo que el gobierno pueda", [añade Clay Johnson](#).

De todas formas, no todas las previsiones que se hacen del papel del gobierno en el futuro son tan reduccionistas, en el sentido de que el papel de la administración limitaría su campo de actuación. [Micah Sifry cree](#) que, al margen de proporcionar datos públicos para que otros se los entreguen a los ciudadanos, el gobierno debe ser de hecho el animador de las redes sociales ciudadanas y sus webs deben convertirse en plataformas de participación ciudadana. Esta es de hecho la visión que parece haber adoptado la Comisión Europea, que cree que los gobiernos deben seguir estando ahí, velando por que alguien actúe en ausencia de iniciativa privada. Se trata, en suma, de aprovechar las oportunidades para mejorar el funcionamiento del gobierno, pero sin eliminarlo.

### **¿Qué ejemplos de Open Data se han puesto en marcha?**

Los más conocidos son [USAspending.gov](#), una web que permite consultar todos los contratos públicos y sus proveedores y clientes, y [Data.gov](#), que aspira a digitalizar toda la información elaborada por el gobierno para que los ciudadanos y las empresas puedan utilizarla. La primera tiene un claro objetivo de transparencia y de control público, mientras la segunda persigue dar la oportunidad al sector privado de generar nuevos servicios que de otra forma o no existirían o exigirían mayor gasto público. En lo que al uso de datos públicos para generar nuevas webs se refiere hay también dos casos muy interesantes de ámbito municipal: Washington DC y San Francisco. En ambos casos, el Ayuntamiento ha dispuesto información pública para su libre uso, llegando incluso a organizar un concurso, [Apps for Democracy](#), en el que se premia la mejor creatividad a la hora de utilizar estos datos para generar un nuevo servicio. La mayor parte de los concursantes emplearon reportes policiales de criminalidad, siguiendo el modelo marcado años antes por ChicagoCrimes, una guía de la delincuencia en Chicago elaborada.

### **¿Qué retos plantea el Open Data?**

Al margen de lo que es la liberación de cosas que hasta ahora se ofrecían previo pago (por ejemplo, el Boletín Oficial del Estado), el principal reto que plantea la política de datos abiertos es que exige

tener formatos estándar que puedan emplear todas las administraciones, de tal forma que las herramientas que se generen no deban adaptarse a cada caso. Es decir, hace falta una especie de RSS, que es lo que utilizan los diversos medios de comunicación online, y especialmente los blogs, para compartir sus contenidos con el fin de que puedan ser incorporados en todo tipo de agregadores y buscadores. Estos estándares suelen basarse en el XML, o lenguaje de marcas, una especie de idioma común diseñado para que los ordenadores puedan entenderse entre sí a la hora de intercambiarse datos. Así, por ejemplo, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) de España ya emplea un estándar de este tipo para ofrecer información financiera, el XBRL.



From <http://blogs.zdnet.com/Hinchcliffe>

### ¿Por qué se habla tanto ahora de Open Government?

Abrir el gobierno es mucho más que abrir sus datos ("open data"). Supone básicamente permitir que las decisiones públicas cuenten con la participación de los ciudadanos que vayan a resultar afectados, de tal forma que ellos se sientan también implicados en esa labor de administración. También implica extraer conocimiento e ideas que permitan mejorar la labor pública, teniendo

siempre los oídos en posición de escucha hacia lo que dice la población. A esto último se le llama crowdsourcing. Es decir, extraer cosas de las masas.

Aunque la participación ciudadana es un concepto que se maneja desde hace muchos años y que cuenta con países muy avanzados, partiendo del sistema de referenda de Suiza, las nuevas tecnologías han permitido grandes avances y especialmente en EE.UU. Hoy en día es mucho más fácil preguntar a los ciudadanos su opinión sobre todo tipo de temas. Y cada día va a ser más sencillo, a medida que se extiendan los sistemas de identificación digital que en pura teoría nos permitirán votar con sólo apretar un botón de nuestro ordenador.

Junto con la revolución tecnológica, se está produciendo un fenómeno relacionado directamente con el hecho de que los nuevos medios sociales dan voz a personas que hasta ahora estaban más o menos escondidas. Se trata en unos casos de funcionarios innovadores que creen que su trabajo puede ser más eficaz y, en otros, de usuarios de servicios públicos que reclaman una relación más directa y cercana y proponen cosas nuevas. Esto es al mismo tiempo una presión adicional y una oportunidad de mejora para los gobiernos. En cualquiera de los dos casos, como [dice Steve Radick](#), se trata de conseguir administraciones más abiertas, transparentes y colaborativas, independientemente de la tecnología que empleen. Se trata, en fin, de dar mayor participación tanto a los usuarios como a los funcionarios, haciendo que las organizaciones institucionales estén menos jerarquizadas.

### **¿Pero no es la participación ciudadana una labor de los parlamentos?**

La gran confusión que implica el Open Government es que, si se limita a la simple participación, probablemente corresponde más a una labor de los órganos legislativos (parlamentos) que a los ejecutivos. En este sentido, hay que mencionar que los parlamentos de Escocia y País Vasco disponen de sistemas de participación ciudadana que permiten a cualquier ciudadano plantear un asunto para su posterior discusión en la asamblea. En España se han ensayado también, en varios municipios, los presupuestos participativos. Quizás por ello, la primera herramienta que habilitó el Gobierno de Obama en relación al Gobierno 2.0 es [Regulations.gov](#), que incluye todas las leyes que están siendo tramitadas y habilita a los ciudadanos a opinar sobre ellas y a proponer textos alternativos. Es una especie de Wikipedia legislativa.

Algo parecido se ha intentado en Nueva Zelanda para la futura Ley de Policía. El Ejecutivo, antes de llevar la norma al Parlamento, [abrió una página en Internet](#) para que cualquier ciudadano pueda participar en la redacción del borrador. Lo interesante de ambos casos es que es el gobierno el que mueve ficha y no la asamblea. Esto no se ha aclarado bien, pero parece estar relacionado con una progresiva sustitución de los órganos legislativos, tradicionales intermediarios entre ciudadanos y ejecutivos. Es decir, que con las nuevas herramientas electrónicas, los ciudadanos tienen la posibilidad de contactar directamente con sus gobiernos y prefieren esta opción a la tradicional, que supondría pasar por el intermediario del parlamentario o congresista. El debate que se abre entonces es qué va a ocurrir con la democracia representativa. ¿Seguirá habiendo parlamentos dentro de 20 años?

## ¿Qué pasos ha dado Obama hacia el Open Government?

Además de liberar datos y de crear una web para aumentar la participación ciudadana en los proyectos de ley, Obama está dando otros pasos firmes hacia el Open Government. Los más conocidos son las [alocuciones a través de Youtube](#) en las que el presidente pregunta directamente a los internautas a ver qué quieren e incluso les solicita preguntas, que después responderá por esta misma vía. [Estas preguntas son filtradas por votación popular utilizando una herramienta de Google](#). El lehendakari vasco [Patxi López intentó algo parecido a través de twitter](#), aunque el hecho mismo de que las preguntas fueran filtradas por los asesores de López fue muy criticado. [El Gobierno de España también está empleando twitter](#), al igual que [otros ejecutivos](#), aunque por el momento con escasa interactividad.

El problema que existe con estas medidas es que muchas veces confunden el marketing con la innovación. El objetivo más profundo del Open Government es renovar la forma de hacer el gobierno, para hacerlo más participativo, colaborativo y transparente. Cuando el fin es únicamente mejorar la imagen del gobierno, se pervierten las herramientas y se convierte únicamente en una nueva plataforma de propaganda. Véanse en este sentido los esfuerzos del Ejército israelí por controlar canales propios en [Youtube](#) y [Twitter](#), tras reconocer que la "guerra informativa" que se está luchando en Internet es casi tan importante como la que se produce en el campo de batalla. "La blogosfera y los nuevos medios son otra zona de guerra", [admitió públicamente Avital Leibovich, responsable de las Fuerzas de Defensa Israelíes](#).

Por eso, hay que tratar de buscar ejemplos de Open Government mucho más integrales que los simplemente propagandísticos, que nos acercarán más a la descripción de Política 2.0 con la que empezó este informe. Un caso muy interesante es [e-Catalunya](#), una comunidad online desarrollada por la Generalitat para facilitar la reflexión y la colaboración en torno a diversas labores administrativas. De proyectos de este tipo, que ponen en contacto a actores diversos, pueden surgir después proyectos realmente revolucionarios, siempre que exista un claro liderazgo dentro del Gobierno, cosa que no parece haber sucedido en Cataluña.

Por eso hay que volver al caso norteamericano. Dos meses después del memorando de Obama, el secretario general de su gobierno, responsable de que funcione toda la maquinaria a nivel legal, emitió una norma de obligado cumplimiento para todas las agencias oficiales: hay que hacer pública en Internet toda la información, antes incluso de que alguien la solicite. Lo novedoso es que la Administración de Bush había solicitado precisamente lo contrario. Esto deriva de toda una estrategia de Open Government que se está definiendo poco a poco y que, con la técnica del goteo, está derivando en nuevas herramientas de participación ciudadana.

La primera de ellas fue [Recovery.gov](#), una web que permite a los ciudadanos averiguar cómo se está gastando el dinero que el Gobierno recauda a través de los impuestos. Es ante todo Open Data pero también transparencia y colaboración. El aspecto de transparencia es evidente, pero el de colaboración es si cabe más interesante. Con la ayuda de esta herramienta, los ciudadanos pueden facilitar al ejecutivo mucha información sobre qué servicios tienen excesivo gasto y cuáles requerirían una mayor atención por parte del gobierno. Si se hace una escucha activa del uso que se haga de esta web, la administración sabrá mucho mejor qué servicios debe mejorar o ampliar. Es el crowdsourcing antes mencionado.

Otro aspecto menos conocido del Gobierno 2.0 es la implementación de herramientas para mejorar el funcionamiento interno de la administración, al mismo tiempo que se mejora su imagen a la hora de atraer talento. Se trata de incorporar sistemas de comunicación más fluidos que eviten que la información se quede parada en un punto. Es cierto que hay software, conocido como colaborativo, que ayuda en esta labor, pero los principales cambios son culturales y de tipo organizativo, lo cual resulta sumamente complejo en un mundo burocratizado. En España se han hecho numerosos ensayos de este tipo, fundamentalmente con blogs y wikis. Algunos de ellos están reportados en la bitácora [Administraciones en Red](#), que mantienen dos funcionarios del Gobierno Vasco que recientemente han sido ascendidos en el marco de una estrategia de Gobierno 2.0 que lidera la consejera Idoia Mendia.

### ¿Qué herramientas se están empleando?

Además de todos los medios sociales (Facebook, blogs, Youtube, Flickr, Twitter, etc.), existe un sinfín de herramientas de software libre y comercial disponibles para las administraciones que quieren hacerse más abiertas, transparentes y colaborativas. Una de las más conocidas es [Google Moderator](#), una aplicación que permite proponer cosas y someterlas al escrutinio público de manera inmediata. Es una especie de generador y de gestor de referenda en na sola página. Y por el momento es gratuito.

Pero las herramientas tienen una importancia muy relativa. Lo importante son los objetivos que se persigue con esta transformación (participación, transparencia y colaboración) y, como en toda revolución, que se implique el mayor número posible de personas, tanto ciudadanos usuarios de servicios públicos como los propios funcionarios que deben proporcionarlos. Aunque algunos ven sólo a los medios sociales como instrumentos para perder el tiempo, lo cierto es que abren una nueva puerta de oportunidad para que los ciudadanos se impliquen más en la acción pública y para que los funcionarios entiendan mejor lo que es "estar al otro lado". Esto llevará inevitablemente a que la ejecución de un servicio público no sea tarea exclusiva de quien cobra un sueldo de la administración y para que pueda ejecutarse también a horas menos convencionales.

[Viñetas: [@jrmora](#)]

