

Política digital

La transformación digital está cambiando nuestras economías y sociedades a un grado nunca imaginado. La dinámica innovación tecnológica ha generado una evolución constante del mercado de tecnologías de información y comunicación desde finales de la década de 1980. Cada ola de innovación tecnológica trae nuevos actores relevantes y relega a otros, así como cambios en los retos de política pública; también vislumbra novedosas herramientas disponibles para enfrentar actuales y viejos desafíos. La Internet y especialmente la banda ancha, como tecnologías de propósito general, son ejemplos recientes de innovaciones que suponen cambios en la política digital.

Redes sociales y política

En las democracias actuales las redes sociales son instrumentos muy importantes, ya que en la actualidad no se pueden entender las sociedades, su modo de vida y sus relaciones con los problemas que todo ello implica, sin tomar en cuenta las redes sociales. Comunicar y explicar todas las acciones es el mejor mecanismo para llegar a la ciudadanía. También implica un instrumento que la ciudadanía puede ocupar para transparencia y rendición de cuentas. pero sobre todo hoy en día la comunicación se ejerce a través de las redes sociales. Las redes sociales se han vuelto el camino rápido y directo para llegar a los ciudadanos y para mantener un diálogo permanente con la ciudadanía.

El contacto entre los representantes y representados es una tarea fundamental de toda actividad política en una democracia. Tradicionalmente la comunicación entre los representantes y los representados se ha realizado por los medios de comunicación (tv, prensa escrita, radio) pero hoy estas relaciones se modernizan fuertemente por medio de la participación en el mundo cibernético a través de las redes sociales.

Podemos ver como Twitter ha cambiado y está cambiando el panorama político actual. Declaraciones de importantes políticos marcan la agenda de los medios, twitter oportunos o inoportunos generan grandes debates en redes, determinando opinión pública y hasta decisiones de voto. El ejemplo más cercano de la comunicación directa y eficiente por medio de redes es el caso de la política norteamericana, donde un presidente es capaz de generar una comunicación cercana por medio de twitter sobre políticas y leyes. Informar a la ciudadanía por medio de un twitter no es ni bueno, ni malo, es una nueva forma de comunicar una acción política de la que cualquier ciudadano puede usar un medio democrático y hasta puede llegar a ser representativo de la sociedad.

TODA ACCIÓN DE POLÍTICA DEBE DE LLEGAR A TODA LA SOCIEDAD, REALIZANDO UNA COMBINACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Sin embargo, debemos de recordar que existe una brecha digital que hace un problema para la comunicación a través de redes sociales, quedando apartados de esta comunicación. Esto nos lleva a que toda acción de política debe de llegar a toda la sociedad, realizando una combinación de medios de comunicación.

A nivel de la política las redes sociales son un buen instrumento para que todo político pueda defender sus actividades y para que puedan actuar con sus representados.

El auge de las redes sociales en la política se debió al impacto y papel que jugaron en la campaña electoral del Presidente de Estados Unidos (Barack Obama) en 2008.

A partir de ahí la comunicación política ha evolucionado, ya que la comunicación anteriormente se realizó por los medios tradicionales y fue eficiente, sin embargo, se perdió su capacidad de comunicar, por lo tanto, ahora las redes sociales son un elemento nuevo en la estrategia política.

Por lo que ahora queda por preguntarnos si la generación de un valor agregado a la comunicación política por las redes aumenta las tasas de participación de la ciudadanía en esta comunicación.

Sin embargo, en la actualidad cabe destacar, todas estas herramientas son necesarias en una comunicación política, para la mejor participación de los partidos políticos en las contiendas electorales, pero la realidad de los partidos políticos en nuestra participación activa con las redes sociales aún es deficiente, pobre, y sin experiencia ni formación específica en todas y cada una de las estructuras partidistas.

Aunque se tengan grandes y amplias estructuras de los militantes, el problema es que todavía se deja en manos de no profesionales la gestión de los canales de comunicación, que ya se ha demostrado que por estas redes son importantes a la hora de decidir el voto.

Basta recordar que hoy la mayoría de los ciudadanos están unidos a una red social, por la cual interactúan para comunicarse en varios aspectos, además de relacionarse y poderse informar, sin embargo, las estructuras duras de los partidos políticos y los políticos siguen sin aceptar este tipo de comunicación política.

Otro aspecto de la poca participación en la comunicación política a través de las redes sociales en los partidos políticos, se debe a que lo tradicional es conocido y se controla el manejo con los medios tradicionales de comunicación (prensa, radio y TV), y en las redes sociales no está bien determinado quien tiene el poder y quién influye más, por lo que les resulta más complicado desarrollar una posición superior en relación a la información que se quiere difundir, es decir no controlan las redes sociales y menos la información que circula.

Otro aspecto del que se carece, es la técnica para conocer qué tanto influyen las redes sociales en el proceso electoral de un candidato, es más conocido el rating en TV o cómo se realiza la difusión y distribución de una imagen, que medir el impacto a través de redes, falta de conocimiento y capacitación de cómo se mueven las redes sociales sobre el público objetivo.

Los partidos políticos prefieren trabajar con boletines de prensa, los cuales en la actualidad tienden a ser más ineficaces y son unidireccionales, cuando las redes sociales son un medio de comunicación directa e instantánea entre los ciudadanos y sus representantes políticos, que por lo regular no están preparados.

En la actualidad y principalmente para países de América Latina, las redes sociales siguen siendo una gran asignatura pendiente de muchos partidos políticos a pesar de los buenos resultados, en Europa y Estados Unidos.

Nuestros países deben de plantearse la necesidad del uso de las redes sociales como un buen medio de comunicación política en los partidos políticos y sus candidatos, además de que ya deben de desarrollar una capacitación del espacio digital y su relación con los resultados electorales.



LA MAYORÍA DE LOS **CIUDADANOS** ESTÁN **UNIDOS A UNA RED SOCIAL** POR LA CUAL **INTERACTÚAN** PARA **COMUNICARSE**

