

Un reciente informe muestra que el grado de desarrollo tecnológico del país es inferior al de sus vecinos. Por **Paula Bunge** (*)

En la Argentina, Obama no habría llegado lejos

► En la Argentina, Barack Obama no podría haber ganado una elección presidencial, pero el motivo principal no habría sido que es negro. Un candidato desconocido apuntalado por una campaña política basada fundamentalmente en estrategias de marketing digital no habría llegado lejos en nuestro país.

Por un lado, más del 12% del electorado argentino no sabe cómo usar una PC, y aunque la Argentina era a julio de 2008 el tercer país del mundo con mayor crecimiento en Facebook (con una tasa de 428% en el primer semestre del año), el total de argentinos en la red social más popular era hasta esa fecha de apenas el 1,26% de la población.

El último Informe Global de la Tecnología de la Información del World Economic Forum que mide el grado de desarrollo tecnológico de un país, de marzo de 2009, ubica a la Argentina en el puesto 87 de un total de 134 países, muy por detrás de Chile, Brasil y México.

Aunque relevantes, estos datos no son el único motivo por el cual



LOS CANDIDATOS EN LA ARGENTINA ESTAN DEMASIADO ACOSTUMBRADOS AL TRADICIONAL MONOLOGO.

Obama habría quedado en el camino. En la Argentina, los partidos políticos aún tratan al electorado como receptores de información más que como parte fundamental del proceso democrático. Y los candidatos están demasiado acostumbrados al clásico monólogo político como para bajar de sus estrados y abrirse al diálogo personal.

Internet exige inmediatez, flexibilidad y transparencia, tres atributos que en la Argentina son opuestos a la práctica política. Cualquier blog o perfil en Facebook quedaría obsoleto si el candidato tuviera que esperar a las directivas del partido para poder hacer frente a las inquietudes de los

votantes. ¿Quién querría interactuar con candidatos 'testimoniales' y cuáles serían sus propuestas en la web?

La semana última quedó demostrado que la "estrategia 'Obama'" no fue un mero artilugio para llegar al poder. La Casa Blanca lanzó el sitio web WhiteHouse.gov para llegar al público de un modo rápido y efectivo. Este sitio alimenta, a su vez, los perfiles 'Casa Blanca' en MySpace y Facebook, donde más de 60.000 usuarios se suscribieron en las primeras horas de lanzados. Además de lanzar el sitio transparency.gov que permitirá a los ciudadanos monitorear el gasto público.

A pesar de las tibias iniciativas locales en este sentido, la Argentina enfrenta en los tiempos que corren el doble desafío de posibilitar el acceso a los nuevos medios de comunicación y participación a toda la población y de mejorar las prácticas políticas para que la participación sea posible de un modo constante y más allá de los domingos de votación.

(*) *Directora CIMEL-IAE*