revistaimpa c

CIBKR POLíTICA:
UN A POSIBILIDAD
DE ACTIVISMO EN LA RE D

otros medios como el Internet, princi-palmente el canal Youtube, para llegar a los jóvenes.
El reducirlos costos de las campañas fue uno de los argumentos para refor-mar el Cofipe.

CIBERPOLÍTIC A, UNA OPORTUNIDAD
En las 10 elecciones presidenciales que hubo en América Latina en 2006, los candidatos dieron prioridad a la televisión para difundir sus campañas y dejaron prácticamente en el olvido el Internet, con lo que hubiesen ahorrado bastante dinero y penetrado más en los electores juveniles, expresan los autores del libro 'Ciberpolítica'.
Por ello, ¿es la oportunidad para los partidos en las elecciones intermedias de 2009 en México parael uso del Inter-net?

Si tienes una prohibición, que por cierto los partidos no han respetado, para destinar recursos públicos a la promoción de la imagen personal, y eso ha sido reprobado por la ciudada-nía e incluso denunciado por los mis-mos medios, donde aparecen fotogra-fías de alcaldes, diputados, ediles, no se diga gobernadores como Fidel Herre-ra con ambulancias con su logotipo, lo que tenemos es que una vía alterna para realizar unapropagandahastaahorano tipificada; ojaláfuera un diálogo ciuda-dano, como es Internet, en sus distin-tos canales o herramientas de comuni-cación.

La investigación partió de ubicar la credibilidad délos mediosenlasencues-tas que realizaron Consulta Mitofsky y Parametría, en específico sobre "¿cuáles son los medios que consultas para infor-marte sobre el desarrollo de las campa-ñas?", y resultó que Internet estaba en penúltimo lugar en términos de medios de comunicación.

Octavio Islas, quien escribió prólogo
e hizo el capítulo sobre las elecciones en México, afirma que "Internet no fue un medio muy bien trabajado en el desa-rrollo de las campañas, fue trinchera, un espacio idóneo para las campañas de propaganda negra, perfectamente planeadas, destinadas a restarle votos a López Obrador, pésimamente mane-

Barack Obama se ha valido del Internet, principalmente del canal Youtube, para llegar a los jóvenes

ierpol.

puede convertirse

en una estrategia

real y útil capaz de
atraer al resto de

ciudadanos

jados los sitios web de los distintos can-didatos, un estudio de usabilidad sobre los sitios web de los candidatos a la Pre-sidencia, todos salen reprobados por el pésimo manejo, los pobres resultados y los conocimientos de las burocracias de los partidos políticos en términos de comunicaciones digitales".
Durante 2006 hubo comicios en Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, México, Venezuela, Costa Rica, Nicaragua, Chile. En ocho ganaron los candidatos de izquierda y sólo en Méxi-co y Colombia los de derecha. El eje común de todos fue destinar sus men-sajes por televisión.

EL SENDERO DEL PEJE

Desde las precampañas, pero sobre todo en el periodo que el PAN se esforzó por rebasar a Andrés Manuel López Obrador en la pugna por la Presiden-cia en 2006, ante la imparcialidad de medios de difusión, sobre todo los electrónicos, hubo un gran problema con la 'burocracia partidista', que no supo aprovechar la oportunidad que tuvo enfrente.

"Se abrogó la posibilidad de despla-zar la contienda al terreno de los blogs, uno de ellos 'elsenderodelpeje', pero poco pudieron hacer algunos de estos blogs frente a esfuerzos mejor organi-zados de grupos de filiación pro panista, que realizaron un despliegue publicita-rio propagandístico muy fuerte contra López Obrador y en contra de todo res-peto o espíritu del DF, incluso el mismo día de los comicios, el 6 de julio, esta-ban invitando a votar en favor de Felipe Calderón, recomendando cuáles serían las ventajas de votar por un candidato como él y no por López Obrador, que
representaba el final del guadalupa-
nismo en México, una eminente deva-
luación y un escenario verdaderamente
macabro paralasensibilidad de muchos
mexicanos.

K • IMPACTO • 27 de abril de 2008 info@revistaimpacto.com.mx