

WEB 2.0 Y GOBIERNO

Redes sociales y empoderamiento de la ciudadanía

Redes sociales y empoderamiento de la ciudadanía

La CTIO, organismo cuatripartito, es un lugar ideal para la aplicación de las nuevas tecnologías que ofrece la WEB.

Su composición abarca a todos los actores del diálogo social en el ámbito de las relaciones laborales, y por eso incluye a organizaciones sociales de base, entidades del sector privado, como las cámaras empresariales y personas privadas de interés público, como las centrales sindicales y por supuesto a los organismos del Estado.

Esta multiplicidad de partes e intereses hace de esta Comisión el lugar ideal para poner en marcha acciones que redundan en la mejora de las comunicaciones y facilitan los acuerdos en el difícil entramado de las pujas que se dan en el mundo laboral.

Las propuestas que se desarrollan son innovadoras y no están demasiado desarrolladas en el ámbito de la Administración Pública por lo cual esta intención, si bien no está totalmente operativa, va en el camino correcto.

La instantaneidad de las comunicaciones, el dinamismo de los procesos de toma de decisiones, las permanentes demandas de la sociedad, requieren de respuestas políticas adecuadas en pos del bienestar general.

Este es el principal objetivo de una gestión que ha buscado la permanente promoción de la ciudadanía, su empoderamiento y su participación en los destinos de la Nación.

WEB 2.0 es una herramienta de participación de todo el pueblo, es una respuesta de articulación entre sus habitantes, es la democratización del poder y la información, que hace que los funcionarios políticos y administrativos puedan muñirse en forma instantánea de los deseos de la gente.

Es en suma el enaltecimiento del individuo y sus derechos sociales, políticos, culturales y económicos, en sus vínculos horizontales con toda la sociedad, donde ve la posibilidad de agruparse, confluir, asociarse y de ese modo instrumentarse en un movimiento político hasta ahora inédito, que le da protagonismo en acciones colectivas y es un medio de influencia, en contraposición a viejos modelos donde unos pocos, si bien elegidos por el conjunto, tomaban el curso de la historia en sus propias manos.

Es la posibilidad de alcanzar nuevos niveles en la democracia directa.

WEB 2.0

¿Qué es la WEB 2.0?

La Web 2.0 es la representación de la evolución de la web informativa tradicional hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. La Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología. Y es que cuando Internet se inició, nos encontrábamos en un entorno estático, con páginas en HTML que sufrían pocas actualizaciones y no tenían interacción con el usuario.

Web 2.0 no es un estándar, más bien, un grupo de prácticas y principios alrededor de los cuales giran sitios Web. El Web 1.0 es informativo, en cambio, Web 2.0 es participativo.

Los nuevos sitios ofrecen algún servicio e incitan la participación de los usuarios. Por ejemplo: Google ofrece búsquedas y lista los resultados en orden de relevancia. Las búsquedas en Google están basadas en un algoritmo

llamado “Pagerank”. Pagerank define la relevancia de una página, basándose en la cantidad de sitios que apuntan a ella. Entre más sitios apunten a una página, mayor relevancia tendrá.

Esta métrica de “relevancia” toma en cuenta la opinión de los usuarios, entre más usuarios listen una página, mayor ponderación le dará Google. Los sitios web participan directamente como referencias en el servicio de búsqueda Google.

Los sitios Web 2.0 están caracterizados por los siguientes patrones de diseño:

Cola Larga (The Long Tail)

Concepto original de Chris Anderson, editor de Wired. Están enfocados a las masas, la totalidad de las individualidades es mayor que las organizaciones.

Imaginemos un cien pies. Este cien pies representa la totalidad de las empresas en un mercado. Las grandes compañías, las fortune 500, son la cabeza del cien pies. El resto de las pequeñas compañías, organizaciones medianas e individuos representa la cola del cien pies, el resto del mercado.

Qué es más grande, la Cabeza del cien pies o la cola?

Los sitios Web 2.0 tiene cómo objetivo la “larga cola del mercado”.

Ejemplo: Ebay. No son grandes compañías o mercaderes los que venden en Ebay, son personas, cómo tu y yo las que venden y compran en Ebay.

La información cómo un diferenciador

Qué hace a una página Web útil o popular? El contenido. El objetivo de muchos sitios web 2.0 es crear contenido único y original que tenga alguna utilidad para el usuario.

Una base de datos única resulta es una ventaja competitiva. ¿Cuántas librerías en el mundo cuentan con tantos libros e información sobre los libros (imágenes, resúmenes, extractos, entrevistas, entre muchos otros) cómo Amazon?

Ninguna.

Constantemente estaban surgiendo nuevas aplicaciones y sitios con sorprendentes funcionalidades. Y así se dio la pauta para la Web 2.0 conference que arranca en el 2004 y hoy en día se realiza anualmente en San Francisco, con eventos adicionales utilizando la marca en otros países.

Sabiduría de las multitudes

Concepto popularizado por el libro “The Wisdom of Crowds” de James Surowiecki.

Los usuarios añaden valor. Los sitios Web 2.0 presentan formas fáciles de participación al individuo, que juntos crean una gran fuerza. Ejemplo: los llamados blogs. Una idea toma fuerza al ser compartida por un colectivo de individuos.

- Naturaleza de Red

Estos sitios son virales por naturaleza, gracias a las herramientas de colaboración y búsqueda. Ejemplos: [Flickr](#), cada usuario con serie de fotos, organizadas a criterio del proponente, pero con “tags” o “etiquetas” que permiten organizar y categorizar el contenido a discreción de cualquier usuario.

- Algunos Derechos Reservados

El uso de la información es flexible, puede ser compartida, copiada y hasta modificada, Permitiendo optimizar la información a un ritmo acelerado.

Ejemplo: Sourceforge.net Un sitio de proyectos "Open Source". Donde el desarrollo de los mismos queda a discreción de cada usuarios.

- El Beta Eterno

Rompen el ciclo del software, Ya no existe el clásico modelo antiguo para lanzamiento de un paquete de software, versión 1, versión 2, 98, 2000, 2001, etc.

Simplemente hay una mejora, la misma es introducida en el sitio. Si resulta popular, queda, de lo contrario es eliminada, todas sin previo aviso. Ejemplo: Gmail empezó cómo un correo con la característica de poder organizar mejor los emails, luego añadió Google Talk a la interfaz, un calendario y ahora una hoja de cálculo.

- Promueven la cooperación, no el control

Wikipedia, una enciclopedia participativa, donde cada usuario puede alterar o añadir información a un tema en particular, permitiendo cooperar para crear un mejor contenido.

- Múltiples plataformas de Acceso

Los sitios Web 2.0 no solamente son accedidos desde una PC, también desde un celular, un PDA o cualquier otro dispositivo. Están diseñadas para este fin.

El Efecto de Redes

Para comprender mejor el punto anterior es importante entender a qué se hace aquí referencia. El efecto de Redes es un término de economía general usado para describir el incremento en el valor para los usuarios actuales de un determinado servicio que ofrece alguna forma de interacción con otros en el

momento en que más y más personas comienzan a utilizarlo. El ejemplo que se usa más comúnmente para ilustrarlo es el de las telecomunicaciones. Cuando un nuevo usuario de teléfono se une a la red, no solo se beneficia él individualmente sino que hay otros usuarios que indirectamente también lo hacen ya que hay un número telefónico más al cual pueden marcar y hablar con alguien con quien antes no podían comunicarse telefónicamente.

Arquitectura de participación

Hace también parte del punto anterior, aunque en cierta forma tiene vida propia, la llamada Arquitectura de Participación, concepto sutil con el que se pretende expresar la idea de contenidos generados mediante la colaboración entre usuarios y la producción por parte de estos. Para entender el concepto es necesario darle el mismo peso a las dos palabras que lo conforman porque se trata tanto de arquitectura como de participación y, en su nivel más simple, significa que la forma en que un servicio está diseñado puede mejorar y facilitar la participación masiva en este por parte de los usuarios.

En un nivel más sofisticado la arquitectura de participación ocurre cuando mediante el uso normal de una aplicación o servicio, el servicio mismo mejora. Para el usuario parece ser un efecto secundario del uso del servicio pero lo que verdaderamente ocurre es que el sistema ha sido diseñado para tomar las interacciones de los usuarios y utilizarlas para auto mejorarse, como ocurre por ejemplo con las búsquedas en Google o lo que pasaba con el intercambio de canciones de Napster, en donde cada usuario ayudó de manera automática e implícita a construir una gran base de datos de canciones compartidas. O'Really concluyó que <http://www.bittorrent.com/> "BitTorrent demostró un principio clave de la Web 2.0: que un servicio mejora mientras más personas lo

utilicen”, en esto están implícitas una arquitectura de participación y una ética de cooperación inherente en la cual el servicio actúa en primera instancia como agente inteligente, conectando por los bordes a cada uno de los usuarios y “agarrando”, por así decirlo, el poder que generan los mismos.

Otros de los aspectos a considerar dentro de la arquitectura de participación son los de participación y apertura. Estos conceptos anteceden a la Web 2.0 y se originan en las comunidades de desarrolladores de software de código abierto. Estas comunidades se organizan de manera tal

que las barreras impuestas a la participación son bajas y existe una valoración real de ideas y sugerencias nuevas que se adoptan por aprobación popular. Este mismo argumento se aplica a servicios Web que en muchos casos se ubican en determinadas partes de un sitio Web a manera de prueba para medir, en tiempo real, la reacción de los usuarios frente a ellos. Dependiendo de la reacción, el servicio se afina y se hace accesible desde cualquier parte del sitio o se descarta. Esto conduce a que cualquier idea o sugerencia no sea ni buena ni mala en sí misma ya que en la Web 2.0 es buena en la medida en que logre la aceptación y adopción por parte de los usuarios.

Según esto, los sitios o las aplicaciones más exitosos parecen ser, aquellos que estimulan la participación masiva y ofrecen una arquitectura (facilidad de uso, herramientas útiles, etc) que tiene barreras bajas y que por lo tanto permiten la participación. Como concepto de la Web 2.0, esta idea va más allá de abrir el código del software a los desarrolladores, busca abrir la producción de contenidos a todos los usuarios y ofrecer datos para que estos los puedan reutilizar y combinar en las llamadas mash-ups.

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:

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 Miterrand 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.

Política 1.0 Política 2.0

Política 1.0	Política 2.0
Había pocos medios de comunicación y era costosos, 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.

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

¿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"¹ 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".

¿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"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 usan 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 estribar 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 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.

Referencias:

Artículo de O'Reilly sobre Web 2.0

Squidoo, Un compendio de información básica sobre web 2.0

Sitio Web de "The Long Tail"

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

Planeta web 2.0, inteligencia colectiva o medios fast food, Por Cristobal Cobo Romani
y Hugo Pardo Kuklinski

www.americanprogress.org/issues/2009/06/pdf/web2.0_challenges.pdf