

ENTREVISTA A ANDREW RASIEJ

## "El poder de participación que da Internet cuestiona todas las estructuras actuales"

El fundador de TechPresident y de Personal Democracy Forum impulsa la regeneración de los políticos - "La democratización de la sociedad por efecto de las comunicaciones es un 'tsunami' del que no escapa nadie, ni medios, ni negocios, ni políticos, ni instituciones"

LAIA REVENTÓS

EL PAÍS - Ciberpaís - 12-11-2009

Andrew Rasiej quería llevar conexión inalámbrica a las escuelas públicas de Nueva York "para que los estudiantes participaran en la economía del siglo XXI". En sus reuniones para obtener financiación, descubrió que "los políticos no saben diferenciar al *server* del *waiter* (a un servidor de un camarero)". Entonces alumbró Personal Democracy Forum (PDF) con un objetivo: "Si damos tecnología a los ciudadanos, cambiarán la política". PDF se sustenta en dos patas: la conferencia sobre tecnología y política que organiza cada año en Nueva York y el *blog* Personaldemocracy.com, que actúa como banco de ideas. Con la voluntad de ampliar a Europa el debate, PDF traslada su congreso a Barcelona el 20 de noviembre.

**Pregunta.** Tecnología, política y educación. ¿Juntas tienen poder de transformación?

**Respuesta.** Mucho. La educación pública es el pilar de la democracia. Sin un sistema fuerte no comprometes a la ciudadanía. La tecnología

tiene el potencial para reconstruir el sistema educativo que, a su vez, liderará la refundación de la política.

P. ¿Cómo afecta a los partidos?

R. Estamos en el renacimiento de las redes sociales. Éstas siempre han existido, pero ahora son virtuales. Permiten al individuo encontrarse con multitud de gente que piensa como él. El sistema político del siglo pasado era vertical y se basaba en la retransmisión televisiva. Hoy entramos en una era en la que la gente no se identifica por la agenda política, sino por los temas.

P. ¿Qué quiere decir?

R. Tú puedes ser una persona de ideología conservadora y creer en el derecho de la mujer a decidir sobre el aborto. En este caso no tienes cabida en el partido Republicano, porque lo considera ilegal. ¿Qué haces? Eliges en función de tus preocupaciones.

P. ¿Qué más cambia?

R. Ahora, el poder de la comunicación está en manos del votante. Es un gran reto para partidos y candidatos. No les queda otra que reinventarse.

P. Fue asesor de tecnología de Howard Dean, candidato en las primarias demócratas de 2003. También es cofundador de Techpresident, que cubrió la campaña presidencial de 2008. ¿Qué diferencias ha observado?

R. Cuando Dean se presentó a las primarias, la única herramienta tecnológica social era el *blog*. Aun así, sus seguidores crearon una red de *blogs* que empezó a hacer pequeñas donaciones. Por desgracia, Dean se gastó en televisión los 22 millones recaudados *online*. Eso muestra lo

lejos que el sistema político estaba de entender y, sobre todo, de invertir en una infraestructura política basada en la Red.

P. ¿Esa campaña llamó la atención de la clase política?

R. Sólo por el dinero recaudado. No se dieron cuenta de que éste llega si se establece la comunidad. El dinero en política es un efecto colateral. Cuando Dean se retiró abandonaron Internet porque nadie prestó atención a la dinámica generada.

P. ¿Cuándo se lo tomaron en serio?

R. Cuando el senador republicano mejor colocado para las presidenciales de 2008, George Allen, perdió por culpa de Internet. En 2006 Allen tildó a un joven que le grababa en vídeo de "macaco". Ese vídeo se vio miles de veces. Ya existía YouTube y las redes sociales. Fue el primer impacto directo del poder de la Red. Sin ese incidente, la carrera presidencial habría sido entre Obama y Allen. En 2008 se aceleró. Hoy nadie lo puede ignorar, pero los políticos ya han llegado tarde.

P. ¿Cree que el poder de la tecnología cambiará el mundo?

R. Nunca en la historia de la humanidad habíamos visto a 4.000 millones de personas conectadas por el móvil. Sólo estamos al principio de comprender qué implica la democratización de la sociedad por efecto de las comunicaciones. En el año 2008 la gente vio 1.500 millones de vídeos sobre Obama y McCain en YouTube. Sólo uno de cada 10 era propaganda política. Las maquinarias de los partidos habían perdido el control. Pero aun así, estamos en un estadio muy inicial.

P. Si el control está en nuestras manos, ¿será más fácil evitar corruptelas?

R. Cuantos más ojos observen, mejor. Más transparencia. El político del futuro no tendrá éxito por el dinero o amigos que tengan en su organización, sino por su red de contactos. Es la diferencia entre la economía de la abundancia y de la escasez.

P. ¿A qué se refiere?

R. Tu periódico vive en la economía de la escasez. Tienen mucha información, pero tiempo y espacio limitado. Tú misma condensarás esta entrevista. Internet, al contrario, es la economía de la abundancia. En el ámbito político, el alcalde de Barcelona debía obtener dinero para pagar a gente que le localizara los desperfectos del mobiliario urbano. Con la Red, puede pedir a sus vecinos que se los envíen *online*. Todos juntos sabemos mucho más que un individuo o institución. Las herramientas tecnológicas nos están enseñando a tomar ventaja del conocimiento colectivo. Ahí está el potencial para construir una sociedad mejor, pero no es instantáneo ni perfecto.

P. ¿Es importante en este entorno la neutralidad de la Red?

R. No sólo es un debate estadounidense. La sociedad mundial reconoce el poder de la tecnología. Sus implicaciones políticas, económicas y sociales son enormes. Las instituciones no pueden ignorarlo. Dicho esto, el mayor problema en mi país es la distribución de la banda ancha.

P. Sin conexiones rápidas el potencial se reduce, ¿no?

R. Sin duda, pero en Estados Unidos aún se considera que 200 kbps es una conexión rápida. En Europa el estándar es un mega. Es más fácil llevar la banda ancha a los países pobres, que han saltado de la sociedad agrícola a la de la información, que actualizar la arcaica infraestructura de mi país.

P. Usted *twitteo*. ¿En qué otras redes sociales participa?

R. Facebook, LinkedIn, YouTube... Aunque no sea realmente una red social, hay algo que realmente sorprende en YouTube: La *videracy* o la literalidad del vídeo. La gente no sólo comprende ideas complejas gracias al vídeo. También las crea. Sin texto. Los medios creen que los 20 millones de horas que se cuelgan cada minuto en YouTube son contenido, pero es lenguaje. Mientras, el área de visualización se amplía a marchas forzadas (pantallas planas, *smartphones*....) se reduce la dedicada al texto.

P. ¿Fin de la era Guttenberg?

R. Fin de la era de los medios impresos, pero empieza la era *pub & sub*. Cualquiera puede publicar y suscribirse a coste cero. El poder de participación cuestiona todas las estructuras en los medios, los negocios y ahora la política. Sus resultados aún no son visibles, pero está claro que quienes no sepan reaccionar desaparecerán.