

LUNES 27 DE JULIO 2009

Cajón de Sastre

No parece que César Nava sea suficientemente sensible para tomar por sí la iniciativa de retirarse de la contienda. Si lo fuera, no lo haría sin costo. Tan pronto como quedó claro que, ahora sí, el presidente Calderón lo llevaría a la dirección de su partido, se recordó parte del trabajo en común que han desempeñado, y que no se caracteriza por la transparencia. Nava fue director jurídico de Pemex y después Calderón le entregó responsabilidad semejante en la Secretaría de Energía. En el primer caso, Nava instrumentó los contratos de servicios múltiples impugnados desde diversos miradores y aun llevados a los tribunales. En el segundo, el responsable de los asuntos legales pagó millones de pesos por servicios de despachos que hicieron lo que correspondía hacer a la dirección a su cargo. Así lo documenta Proceso en su número de ayer.

Correo electrónico: miguelangel@granadoschapa.com

PORTAL CIUDADANO / Internet y elecciones

Rodrigo Sandoval

(27 julio 2009).- La fiebre electorera ha pasado, por lo que resulta pertinente hacer una serie de reflexiones acerca de lo que vivimos y las novedades que encontramos en la pasada campaña electoral. En esta oportunidad me permito reflexionar sobre la importancia de internet en el proceso electoral. Veamos.

En el año 2006 la campaña presidencial por internet se redujo a una lucha intensa entre los portales de López Obrador y Calderón Hinojosa. En una ocasión, un hacker sabotó el sitio del perredista y comenzó a mandar mensajes contra él. La campaña de Calderón en línea se mostró unilateral, propositiva, y sólo brindaba información acerca de sus compromisos y su campaña en "tierra".

En cambio, el PRD lanzó una interesante ofensiva invitando a sus visitantes para que propusieran videos, audios y entregaran dinero a la campaña a través de una línea telefónica, además de publicitar sus propuestas.

En este año, las campañas políticas por internet tomaron otro giro. Debido a que la Ley Electoral redujo la exposición de los partidos políticos en medios electrónicos, el internet se convirtió en el único medio "libre" donde los candidatos podían publicar casi cualquier cosa en todo momento, sin restricción alguna.

Ello derivó en dos fenómenos. Por un lado, se realizó la campaña de video viral, enviando vínculos hacia el sitio de Youtube para descargar y visitar los videos contra el Gobernador de Veracruz y de Querétaro, esto impulsó una campaña negativa contra los candidatos y el uso de internet se desperdició en sembrar cizaña, mensajes negativos y una mala estrategia de medios de comunicación, que intentó ser sancionada por el IFE, pero que no pudo hacerlo por carecer de sustento legal para ello.

El segundo fenómeno fue un aumento inusual de sitios de internet de los candidatos. En el caso del Estado de México que se analizó en estas páginas en su oportunidad, muchos de los sitios fueron evaluados y jerarquizados de acuerdo a ciertas características.

La mayoría de ellos carecían de estrategia y su única finalidad era llenar el espacio político para que no fuera ocupado por sus adversarios.