

## Obama: ¡Presidente 2.0!

Miguel Gil\*

Analista asociado  
ENTER-IE

Barack Obama, que ha ganado las elecciones en parte por un inteligente uso de las tecnologías de la información, plantea una serie de medidas que van desde la integración de Internet en la acción de gobierno (de la comunicación a la participación) hasta un mayor despliegue de banda ancha de nueva generación, abrazando los principios de la *Net neutrality* y los *White spaces*.

En efecto, detrás de la victoria de Obama en las elecciones norteamericanas, se encuentra una impresionante maquinaria de tecnologías de la información que ha utilizado de manera magistral las herramientas de la Web 2.0 para financiar su campaña y organizar y conectar a sus simpatizantes mediante acciones de *buzz marketing* (como el famoso video en Youtube 'Yes we can').

¿Qué hará a partir de ahora el Presidente con la base de datos que le mantiene conectado a sus simpatizantes? ¿La utilizará como un instrumento de democracia del siglo XXI para conocer en tiempo real sus intereses y percepciones? ¿Será Obama el primer Presidente permanentemente conectado a Internet? La utilización de estas tecnologías plantea dudas respecto a su respeto de la privacidad.

Por otro lado, Obama se presentó a las elecciones con un programa de objetivos e instrumentos muy distintos a los de Administraciones anteriores y muy próximo a los planteamientos de los gigantes de Internet como Google (el CEO de Google Eric B. Schmidt forma parte del Consejo Asesor en cuestiones económicas de Obama) frente a los de las operadoras como Verizon, AT&T o Comcast.

Obama, cuyo programa viene marcado por los principios de la *Net neutrality*, también pretende impulsar un mayor despliegue de la banda ancha mediante mecanismos de servicio universal y de uso del espectro radioeléctrico (como los *White spaces*).

El objetivo de esta nota es analizar los instrumentos de tecnologías de la información que han ayudado a la victoria del senador de Chicago y los planes que ha desvelado en su campaña en cuanto a las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.

***'We need to connect citizens with each other to engage them more fully and directly in solving the problems that face us.'***

Barack Obama

La agenda tecnológica del nuevo presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, aparece radicalmente opuesta a la de su antecesor; la tecnología se sitúa como uno de los pilares de su programa de gobierno junto a la extensión de la sanidad y de la educación y el cambio de modelo energético.

\* El autor trabaja en la Dirección General de Sociedad de la Información de la Comisión Europea. Las opiniones expresadas en este artículo son propias al autor y no reflejan necesariamente la posición de la Comisión Europea.

Obama considera la tecnología como la clave para alcanzar la senda del crecimiento económico. En un documento<sup>1</sup> siguiendo las líneas expuestas por Thomas L. Friedman en su libro *The World is Flat*, Obama señala que los Estados Unidos está perdiendo liderazgo en la economía mundial debido a un menor gasto en educación e innovación y ofrece un dato: la inversión federal en investigación científica e ingeniería como parte del PIB ha caído en un 50% desde 1970.

El nuevo Presidente, que ha ganado las elecciones en parte por un inteligente uso de las tecnologías de la información, plantea una serie de medidas que van desde la integración de Internet en la acción de gobierno (de la comunicación a la participación) hasta un mayor despliegue de banda ancha de nueva generación, abrazando los principios de la *Net neutrality* y los *White spaces*<sup>2</sup>. Prueba de su interés es que pretende nombrar un *chief technology officer* (CTO), cargo que existe en las empresas tecnológicas pero nunca en un gobierno.

## De la Web 2.0 como herramienta para ganar unas elecciones a la Web 2.0 como manera de gobernar:

### Obama 2.0 y 'Google for government'

La forma en que Barack Obama ha ganado las elecciones, ayudado por el uso de la tecnología, cambiará para siempre las campañas electorales. El Presidente americano pretende ahora transformar también la manera en que los ciudadanos americanos utilizan la tecnología para participar en política y relacionarse con su Gobierno; el equipo de 'New Media' de la Casa Blanca será bastante extenso.

<sup>1</sup> [http://www.barackobama.com/pdf/issues/technology/Fact\\_Sheet\\_Innovation\\_and\\_Technology.pdf](http://www.barackobama.com/pdf/issues/technology/Fact_Sheet_Innovation_and_Technology.pdf)

<sup>2</sup> Porciones del espectro radioeléctrico atribuido a la televisión que según Google y otros pueden servir para suministrar servicios de banda ancha móvil.

Una vez en el Gobierno, Obama planea que los videos de las reuniones ministeriales se cuelguen en Youtube y que los encuentros digitales con miembros de su gabinete sean una costumbre. Prometió durante la campaña transparencia total permitiendo comentarios y sugerencias en la página web de la Casa Blanca. También quiere crear una base de datos de contratos y ayudas gubernamentales que permita a todo ciudadano saber a dónde se destinan los fondos públicos.

Esta iniciativa para hacer más transparente su acción de gobierno y que los ciudadanos puedan controlar el gasto público *online* se conoce como 'Google for government' (según el propio Obama, tiene su origen en una colaboración con el republicano Tom Coburn).

Sin embargo, esto parece ser sólo la punta del iceberg, y es que el nuevo Presidente tiene planes aún más ambiciosos con respecto al uso de las tecnologías de la información. Existe un amplio esfuerzo para transformar las herramientas de Internet de la campaña y su base de datos de usuarios en una moderna herramienta de para alcanzar objetivos políticos. Los Republicanos ya han mostrado su malestar por cuestiones de privacidad.

Durante su campaña, Barack Obama ha construido una red de tres millones de voluntarios y 10 millones de simpatizantes que le permitieron recaudar 660 millones de dólares además de reforzar su mensaje en Internet y de lograr respuestas a los ataques de campaña de manera inmediata. A modo de ejemplo, en sólo dos semanas su perfil de Facebook consiguió 200.000 amigos. Esta presencia en Internet permitió el trabajo independiente de miles de voluntarios, que programaron actos e iniciativas desde Internet sin que Obama tuviera que hacer nada.

Por otro lado, Obama se sirvió magistralmente de Internet para canalizar las opiniones sobre política de miles de norteamericanos (además de suministrarles información sobre diversos aspectos).

Más de 15.000 ideas se hicieron llegar por Internet su equipo.

Ahora la cuestión sería convertir al grupo de activistas *online* que apoyó durante la campaña electoral a Obama en una maquina de 'lobby viral' y de comunicación. El nuevo Presidente planea llevar este aspecto tecnológico de su campaña electoral a su acción de gobierno.

Estaría por lo tanto interesado en crear un experimento de crowdsourcing de la acción de gobierno en el que los ciudadanos puedan contribuir y evaluar su acción de gobierno. De momento ya se trata de una gigantesca red política, una de las mayores en un sólo país en la historia.

Miembros del equipo del Presidente lo llaman Obama 2.0. Si funcionase, Obama podría dirigirse directamente a sus millones de simpatizantes sin pasar por los medios de comunicación. Se trata de un cambio en la comunicación política a gran escala totalmente pasado por alto por los Republicanos durante la campaña. Estos se limitan ahora a pedir que Obama gobierne para todos y no sólo para su 'lista de correo'. Sin embargo por cuestiones legales y de privacidad, la lista de Obama ha de mantenerse separada de su nuevo puesto en la Casa Blanca: o bien pasa al Partido Demócrata o bien a su Comité de reelección en 2012.

Miembros del equipo de Obama han comenzado, por tanto, una nueva red basada en el modelo de la anterior, para conectar con sus seguidores desde la Casa Blanca: su principal página web es [www.change.gov](http://www.change.gov), donde se puede, de momento, dejar nombre y e-mail. El objetivo es contactar con estas personas y hacerles saber qué congresistas por ejemplo en su territorio defienden las ideas de Obama. El Presidente no quiere limitarse a los demócratas sino apoyar desde esta web a miembros republicanos que tengan sus ideas.

Sin embargo, ahora esto es relativamente sencillo con una base de internautas fiel.

Pero el 'ciberactivismo' en Internet podría volverse en su contra si los internautas deciden emprender una campaña contra aspectos concretos de su política.

Como se ha dicho anteriormente, estas iniciativas son también un desafío a los medios tradicionales, ya que Obama podrá de este modo contactar con sus seguidores directamente gracias a Internet. ¿Será el primer Presidente en hacer sus discursos a la nación en Youtube?

## Telecomunicaciones: *Net neutrality* y banda ancha para todos

¿Debe alcanzarse esta nueva generación de redes de Internet mediante la inversión pública o mediante la actividad del mercado y la desregulación?

Según Obama, que pone el acceso a Internet al mismo nivel que el acceso al agua o la electricidad, la respuesta es mixta. Las fuerzas del mercado llevarán estas redes sólo a algunos puntos del país pero no a todos. Debe ser el Estado, a través de los fondos del Servicio Universal, el que lo lleve a todo el territorio y fomente también la innovación aportando un uso diferente del espectro radioeléctrico.

### • *Apoyo a la Net neutrality*

Obama sostiene que la innovación y el crecimiento económico se desarrollarán si cualquier servicio o cualquier programa pueden funcionar en cualquier red de telecomunicaciones: el principio de la *Net neutrality*.

Los operadores de servicios de banda ancha como AT&T se oponen porque creen que su negocio estaría en priorizar el tráfico en la red de según qué servicios. De este modo, podrían cobrar por su uso y contar con la exclusividad de algunos acercando el modelo al de, por ejemplo, las plataformas de televisión.

Obama se ha comprometido a prohibir la discriminación en el tráfico de Internet, en línea con las posturas de gigantes de Internet como Google. Esta empresa pretende que sus servicios de banda ancha sean cada vez más ubicuos y, de este modo, aumentar sus ingresos por publicidad. La empresa de Mountain View teme que las operadoras puedan restringir sus servicios.

Hay que mencionar aquí que Google ha apoyado fuertemente la campaña de Obama con dinero y medios. Eric B. Schmidt es uno de los 16 miembros del Consejo Asesor en cuestiones económicas de Obama.

Se trata de una cuestión candente que monopoliza actualmente el debate sobre telecomunicaciones en Estados Unidos.

En agosto de 2008, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (FFC) declaró que Comcast violaba la legislación sobre Internet al cortar el tráfico de BitTorrent, una red de intercambio de archivos *peer to peer* (normalmente películas o programas de televisión).

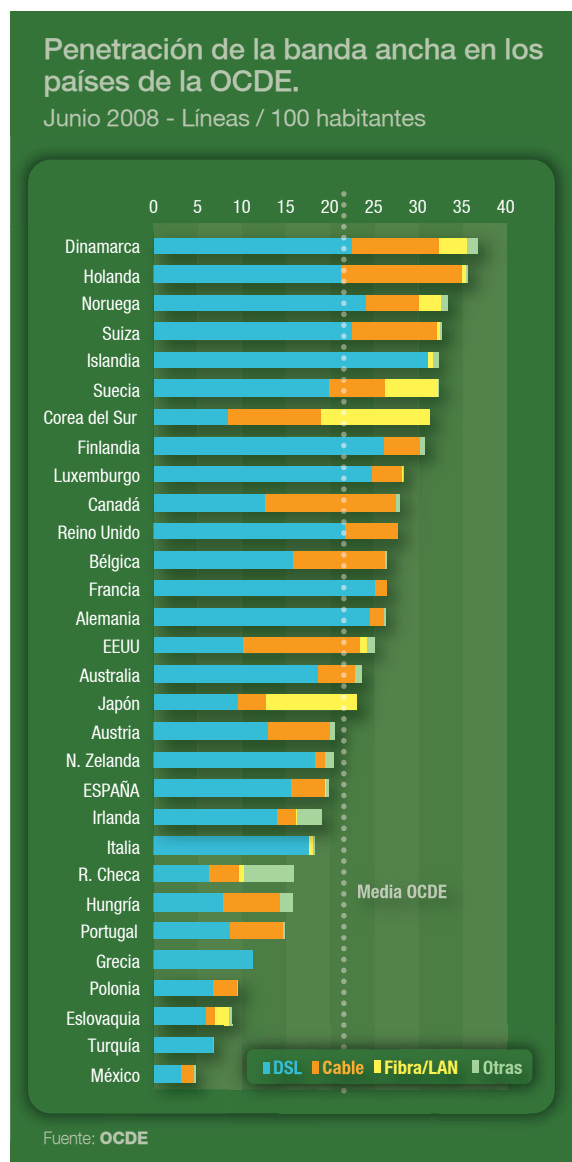
Comcast reconoció que retrasaba el flujo de datos de BitTorrent precisamente para evitar la congestión en la red.

La Agencia ordenó a Comcast que interrumpiese esas prácticas pero no le impuso multa alguna. Comcast ha apelado al con-

siderar que la FCC no tiene autoridad para imponer esta decisión. Si Comcast ganase el caso, se espera que Obama favorezca la adopción de una ley federal a favor de la *Net neutrality* (lo que cuenta con numerosas simpatías dentro de los activistas de Internet), pero de momento parece que dejará hacer a la FCC.

### • Banda ancha para todos

Antes de que muchos americanos puedan beneficiarse de un Gobierno *online*, tienen que poder conectarse. Obama prometió que todos los americanos tendrán banda ancha a un precio asequible. Los Estados Unidos están cayendo detrás de otros países industrializados en penetración, una clara desventaja



en la carrera global de la innovación (este país aparece como el número 15 de entre 30 países industrializados en el porcentaje de ciudadanos con acceso de Internet). Obama promete convertir el acceso a Internet de banda ancha en algo tan común como el servicio telefónico. El mecanismo para lograrlo es extender el Fondo del Servicio Universal (USF, en sus siglas en inglés).

En la actualidad, se trata de un impuesto sobre las facturas de los usuarios de telefonía dedicada a la extensión del servicio telefónico a las zonas rurales y áreas con alto coste. Obama se verá obligado a enfrentarse a la resistencia a esta medida por parte de las empresas telefónicas rurales. Esta propuesta se vería completada por impuestos e incentivos en forma de créditos para expandir la construcción de redes de banda ancha.

- **Uso del espectro**

Aparece aquí el siguiente punto: un uso más racional del espectro radioeléctrico como una nueva manera de hacer llegar a los americanos la banda ancha. Obama tendrá que enfrentarse también a una lucha sobre la propuesta de redistribuir las frecuencias no utilizadas de radio y televisión (*White spaces*) para la creación de redes móviles de banda ancha.

Se trata del punto ya tratado por la Nota ENTER 90 de mayo de 2008 sobre los planes de Google para crear una red de banda ancha móvil gratuita en los Estados Unidos con las frecuencias sin utilizar por las emisiones de televisión en las bandas de 700 MHz<sup>3</sup>.

La FCC, bajo el mandato del republicano Kevin Martin, ha decidido abrir el acceso a estas bandas con la reciente subasta de porciones del espectro. Además, la FCC aprobó en noviembre la venta de los dispositivos de banda ancha inalámbrica que transmitirán en frecuencias de televisión actualmente libres.

<sup>3</sup> Ver nota ENTER 90: *White Spaces ¿La última amenaza a los operadores móviles en Estados Unidos?*

Finalmente, existe una propuesta para una nueva subasta en 2009, que requeriría del ganador dar banda ancha gratuita al 50% de los Estados Unidos en cuatro años y al 95% en 10 años.

Obama, que de momento apoya estas acciones del regulador estadounidense para aumentar la competencia en el mercado de banda ancha móvil, ha señalado, sin embargo, que él hubiera ido más deprisa que la FCC para abrir estas porciones del espectro y, de este modo, fomentar la innovación.

El partido Republicano se ha opuesto en el Congreso a estas propuestas pero los demócratas controlan las Cámaras y la Casa Blanca.

## Conclusión:

¿Podrá llevar a cabo Obama todo lo que se propone? ¿Cuál sería la situación en Europa?

El principal problema de Obama 2.0 son las dudas que plantea en términos de protección de la privacidad (algo en lo que el Presidente ha hecho mucho hincapié) de las personas que formen parte de la base de datos.

Además, en caso de estar en desacuerdo la opinión pública en Internet y el Presidente, ¿se atreverá de todos modos éste a llevar sus planes a cabo? Al dar poder a los ciudadanos en Internet, Obama puede verse en dificultades para adoptar planes que generen rechazo.

En cuanto a las telecomunicaciones, Obama está muy cerca de los gigantes informáticos y de Internet como Google y Microsoft. El debate sobre la *Net neutrality* esconde un apoyo hacia esas empresas en detrimento de los operadores de telecomunicaciones. Sí que es esperable, por lo tanto, que Obama favorezca la adopción de una ley federal a favor de la *Net neutrality*.

Este debate se plantea con matices muy diferentes en Europa: mientras que los gran-

des operadores de telecomunicaciones sí son europeos, los gigantes informáticos y de Internet son todos americanos.

El objetivo de Obama de redirigir los fondos del USF y de aumentar los incentivos bajo forma de préstamos destinados a la expansión del alcance de los servicios de Internet de alta velocidad de los Estados Unidos parece verosímil.

Es, sin embargo, en los *White spaces*, y de nuevo en el interés de Google, donde se puede esperar una mayor innovación que lleve la banda ancha móvil gratuita a muchos más ciudadanos americanos, expandiendo así el mercado.

En Europa, también la banda ancha de nueva generación supone una expectativa de crecimiento para el conjunto de la economía. La Comisión Europea en su Comunicación *A European Recovery Plan*<sup>4</sup> del 26 del noviembre de 2008 señala que el plan de recuperación económica tiene dos pilares:

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/publication13504\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication13504_en.pdf)

- La inyección de poder adquisitivo en la economía: un impulso de 200.000 millones de euros (1,5% del PIB).
- Dirigir la inversión de manera ‘inteligente’. Entre los sectores se incluye la inversión en ‘infraestructuras e interconexión para promover la eficiencia y la innovación’.

El segundo pilar se refiere, entre otras, a la inversión en redes de nueva generación de Telecomunicaciones. Se habla en Europa de una inversión de entre 250.000 y 300.000 millones de euros, según la asociación de los incumbentes europeos ETNO.

La diferencia entre la Unión Europea y los planes de Obama, además de las naturales por las diferencias estructurales y de arquitectura de red en los mercados, radicaría en el apoyo explícito que Obama da a las posturas de empresas como Google. Aún es pronto para evaluar su alternativa, que no tendría por qué ser la mejor aplicable en Europa.