

## Patxi López y Manuel Rico ganadores de los II Premios *Enrique Padrós* al mejor blog político

8- Enero'09.- El jurado, formado por prestigiosos periodistas, bloggers y políticos, se decanta por [Patxi López](#) en la categoría de mejor blog editado por un político, en ajustada competencia con el alcalde de Sevilla [Alfredo Sánchez Monteseirín](#) y el presidente del Parlament de Catalunya [Ernest Benach](#). [Manuel Rico](#) recibe el premio al mejor blog sobre política en una disputada votación que tuvo a [Antoni Gutierrez-Rubí](#) y [Rafael G. Almazán](#) como finalistas. La entrega de premios será en el Hotel Dómine de Bilbao el 22 de enero a las 19:00hs.

[LasIdeas.es](#) , convocante de los premios, nació en 2003 como una red de pensamiento y análisis en la que participan a través de sus bitácoras destacados periodistas, políticos, y bloggers de España y Latinoamérica.

En 2007 convocó la [primera edición de los premios Enrique Padrós](#) al mejor blog político, cuyos ganadores fueron el veterano periodista y activo bloguero [Enrique Meneses](#), y el presidente de la Junta de Extremadura [Guillermo Fernández Vara](#).

Los premios homenajean a uno de los fundadores de Las Ideas, prematuramente desaparecido en 2007. **Enrique Padrós** fue de los primeros en impulsar la imparable (y cada vez más influyente) "conversación" en la que se ha convertido esta red de blogs.

Las Ideas ve en internet una herramienta ineludible de salud democrática para una vida política transparente y comprometida, con la participación y complicidad ciudadanas. La vocación de estos premios es **impulsar esa participación y el compromiso de los políticos en una conversación continua con aquellos a quienes representan, más allá de las citas electorales**. Las Ideas analiza cómo se desenvuelven los distintos líderes en este mundo y **reconoce cada año al político que mejor haya manejado estas herramientas para hablar con los ciudadanos y al ciudadano que mejor las use para hablar de política**.

### Los premiados en la II edición de los Premios Enrique Padrós

[Patxi Lopez](#), **mejor blog editado por un político**: *Una ventana de conversación abierta por encima de los estrechos márgenes de los procesos electorales*.

El jurado ha considerado el de Patxi López un **ejemplo de "buenas prácticas" en un blog político**. López **mezcla sabiamente en su bitácora cuestiones políticas y pasiones personales** como la música y la fotografía, y construye un producto fácil de leer, atractivo e interesante.

Es **una bitácora en primera persona**, cuyo autor escucha y conversa con los ciudadanos, enlaza otras opiniones y utiliza formatos audiovisuales, experimentando incluso con **modelos innovadores** como la video-entrevista que le realizaron decenas de ciudadanos. Ninguno se quedó sin su respuesta.

La **implicación de Patxi Lopez en las redes sociales como Facebook o Tuenti** es otro de los motivos que ha llevado al jurado a concederle este galardón.

**Manuel Rico**, **Mejor blog político**: *Directo, valiente, abierto, y con inteligente "mala leche"*.

Manuel Rico, veterano periodista y director de la sección de "Nacional" en el diario Público es el autor de "Trinchera Digital". Antes de "atrincherarse", Rico marcó un antes y después en el terreno de los blogs periodísticos con su "Periodismo Incendiario".

El jurado, en una votación ajustadísima ha decidido premiar la calidad del blog de Rico, su ironía e inteligente "mala leche" además de su forma de abordar los temas, directa y sin ambages.

Trinchera Digital es un blog muy personal, con estilo propio y sin concesiones a la galería, una bitácora en la que su autor no pierde el tiempo en florituras estilísticas y dice lo que piensa, con contundencia y sin rehuir el debate.

## **El Jurado de la II edición de los premios Enrique Padrós**

Compuesto por **periodistas** como **José Antonio Martínez Soler**, (director general de 20 minutos), **Fernando Jáuregui**, (director de Diario crítico) **Fernando Berlín**, (director de Radiocable y colaborador de la cadena SER) **Manuel Saco**, (Diario Público), **Marta Pastor**, (Radio Nacional de España), así como los también periodistas y además reconocidos bloggers **Rosa Jiménez Cano**, (Coordinadora de participación de PRISACOM), **Chiqui de la Fuente**, (El País), y **Manuel Almeida**.

Integrado además por políticos de distinto signo y responsabilidades como **Rafael Estrella**, (Embajador de España en Argentina) **José Antonio Donaire**, (Diputado en el parlament de Catalunya) **Fátima Ramirez**, (Senadora por Córdoba y blogger) o **César Ramos**, (Diputado en la asamblea de Extremadura).

Completan el jurado **expertos** (profesionales y académicos) en la web 2.0 de la talla de **Sonia Blanco**, (Profesora de Periodismo de la Universidad de Málaga), **Alberto Ortiz de Zárate**, (Especialista en web 2.0), **Lorena Fernández** (Emprendedora Social), **Carlos Guadián**, (especialista en e-government), **César Calderón**, (especialista en Política 2.0 y Open Government) y el blogger político **Ricardo Royo-Villanova**.

## **La Política 2.0 en cifras y letras:**

**Habrá que esperar a 2012:** Durante las últimas elecciones, los políticos españoles incluyeron internet en su campaña **como un canal más de promoción electoral**, aunque de forma tímida y, a veces, aún torpe. Además "en ningún caso la movilización de simpatizantes y militantes a través de la red forma parte de las estrategias electorales de los partidos", según **el estudio realizado por [multiplica.com](http://multiplica.com)**, que analiza la actividad de partidos y candidatos en la red durante las Elecciones Generales de 2008.

**Promoción puntual de campaña Vs canal de comunicación política diaria:** Según este estudio, internet sigue siendo para los partidos españoles "un espacio de promoción electoral más", sin entender su potencial en la política diaria. Los blogs de los cabezas de listas se activan pocos días antes de las elecciones y en muchos casos dejan de actualizarse una vez conocidos los resultados".

**Simples volcados:** Multiplica.com ve a los políticos españoles todavía "incómodos" ante un medio cuyas reglas no terminan de entender. **Reproducen los esquemas de los mensajes en televisión y prensa**, obviando en gran medida "la lógica de comunicación que se produce en un medio tan relacional e interactivo".

**Razones y emociones:** Sostienen los analistas de Multiplica, que "hablar en primera persona, firmar su propio blog, mostrar imágenes de la vida personal del candidato son recursos necesarios para convencer y llegar a los usuarios, para provocar ese voto tan buscado. ¿Qué empujará al votante? ¿Razón o la emoción? Démosle las dos cosas. Encontramos muy poca emoción en las webs de los candidatos".

**Obama** ha utilizado las herramientas 2.0 ya conocidas "*pero que todas las personas de la política tienen miedo a utilizar. Esto le ha permitido recaudar más dinero que nadie, le ha permitido despertar a un público joven que pasaba tanto de la política como la política pasaba de ellos, le ha permitido ser escuchado por personas que estaban herméticas a la comunicación política*". (Jorge de La Herrán)

**"La principal fuente de información sobre la campaña electoral norteamericana fue Internet"**, según el [Pew Research Center \(PRC\)](#): buena parte de la movilización de militantes y seguidores se realizó a través de ordenadores. El centro revela ahora, en una [investigación](#) publicada en vísperas de la Navidad, que **"Internet ha superado por primera vez a los medios escritos como fuente ordinaria de información en general. Un 40%** de los 1.489 encuestados dice informarse mayoritariamente en Internet de las noticias nacionales e internacionales frente a **un 35 %** que lo hace aún a través de los periódicos".