



# Comunicación digital y redes sociales para el activismo y la incidencia política.

Este manual ha sido elaborado por el movimiento Nicaragua 2.0 con el apoyo de Asuntos del Sur en el marco del proyecto Mucho con Poco, con el objetivo de compartir con otras organizaciones y activistas conocimientos y experiencias sobre el uso de las redes sociales en pro del cambio social.

**Myron Tom y Leonor Zuniga.**  
**Equipo de Comunicación - Nicaragua 2.0**

# COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES PARA EL ACTIVISMO Y LA INCIDENCIA POLÍTICA.

## Primera parte. LA WEB 2.0 Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD ACTUAL.

### 1. ¿Qué es la Web 2.0?

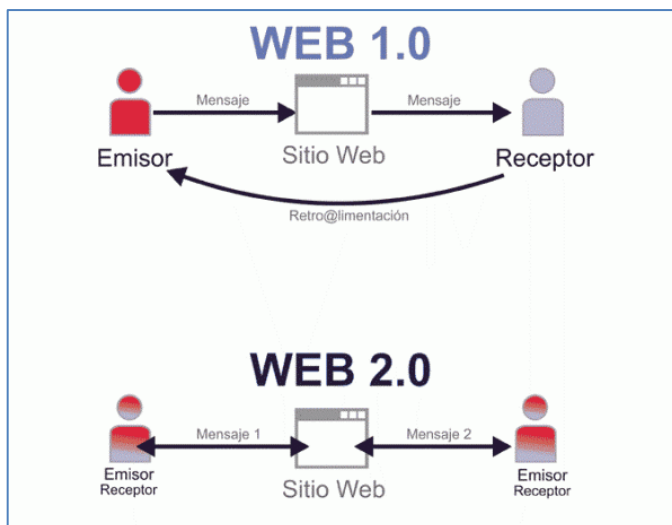
Desde que el internet se transformó en un medio masivo en los años 90s ha revolucionado nuestra forma de informarnos y comunicarnos y nuestra vida en general. Y ha evolucionado rápidamente para responder a las necesidades de los usuarios, a esta evolución le llamamos web 2.0, significa la llegada de una nueva generación de servicios de internet (foros, blogs wikis y redes sociales) en los que el contenido es creado con la colaboración creativa de los usuarios.<sup>1</sup>

A diferencia de la Web 1.0 donde el contenido era “subido” por un productor de información y el usuario se limitaba a leer, la Web 2.0 se refiere a una tendencia en que el contenido de la red es elaborado por una comunidad de usuarios que comparten, transforman contenidos y socializan, por eso se dice que esta es una web social.

Esta transformación ha tenido muchas consecuencias, pero la más importante es que el usuario del internet ha pasado de ser un sujeto pasivo y aislado, a ser el protagonista de la generación de información, con lo que dio inicio una era de la democratización de la información, donde las personas con acceso a internet participan activamente en la

construcción de la realidad virtual, como una comunidad que es capaz de ordenar la enorme cantidad de información que llega a internet, catalogando, etiquetando, recomendando, opinando, votando, linkeando etc. a través de plataformas abiertas y colaborativas como Wikis, Blogs, redes sociales y otras.

Una característica importante de la web 2.0 es que es más sencilla, no



<sup>1</sup> El término web 2.0 se comienza a utilizar en el 2004, a partir de un escrito elaborado por Tim O' Reilly en la Conferencia O' Reilly Media Web, en el define conceptualmente lo que sería la nueva tendencia en la web.

se necesita tener grandes conocimientos tecnológicos para usar las principales plataformas online. El ejemplo más claro son las redes sociales, pensadas para ser usadas por un público masivo y diverso. En este módulo profundizaremos sobre el uso de las redes sociales más importantes para el activismo social, Facebook y Twitter, que en el ranking mundial se colocan como la primera y la segunda red social más utilizadas en el mundo.



En el 2006 la revista Time eligió como personaje del año a “Vos” Sí, a Vos, como una forma de reconocer la revolución que había causado en el mundo el protagonismo del usuario en la generación y elección de contenido en la Web.

## 2. Algunos de los conceptos más usados en internet.

- **Wiki:** Un wiki o una wiki es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web.

Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten.

El mejor ejemplo es [Wikipedia](#), una enciclopedia libre plurilingüe basada en la tecnología wiki. Según el mismo sitio, el número total de usuarios activos que colaboran en la edición de textos en Wikipedia asciende a 27.1 millones<sup>2</sup> en diez idiomas distintos<sup>3</sup> (el español es el idioma que concentra el segundo mayor número de colaboradores activos de Wikipedia con 2.3 millones, aunque es el alemán el que ocupa el segundo puesto en cuanto a artículos publicados después del inglés).

- **Blogs:** Es un sitio web que es periódicamente actualizado y que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor tiene la libertad de publicar lo que desea. De acuerdo al sitio web de la organización [Online Schools](#), el número actual de blogs en el mundo llega a los 152 millones<sup>4</sup>.

Dos ejemplos de blogs que han alcanzado mucha relevancia son [El Blog Alternativo](#), que es un blog de nuevo paradigma que trata temas variados para ayudar a vivir mejor y cambiar el mundo, y [Generación Y](#), un blog de contenido político de la activista cubana Yoani Sánchez.

<sup>2</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:An%C3%A1lisis\\_de\\_las\\_mayores\\_Wikipedias](http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:An%C3%A1lisis_de_las_mayores_Wikipedias)

<sup>3</sup> Inglés, español, alemán, francés, portugués, ruso, italiano, japonés, polaco y holandés.

<sup>4</sup> <http://www.onlineschools.org/state-of-the-internet/soti.html>

- **Red social:** Es un medio de comunicación abierto y colectivo que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Están formadas por personas que comparten alguna relación, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros. Las dos redes sociales de mayor uso alrededor del mundo son Twitter y Facebook.



[Twitter](#) es un servicio de microblogging que permite enviar mensajes de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets (trino)*, que se muestran en la página principal del usuario. Se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de *tweets* al día y maneja más de 800,000 peticiones de búsqueda diarias<sup>5</sup>. El promedio de estadía por usuario es de 11:50 minutos en el sitio.



[Facebook](#) es en un sitio web de redes sociales que está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Tiene más de 900 millones de usuarios con un promedio de 130 amigos por persona, los usuarios visitan su perfil en promedio 40 veces al mes y permanecen al menos 23:20 minutos.

### 3. Redes sociales hoy: ¿Quiénes usan internet y las redes sociales?

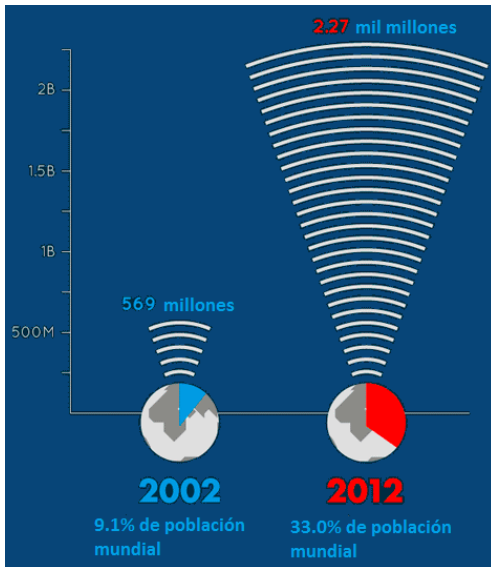
En los últimos 10 años el crecimiento del internet ha sido vertiginoso, si en 1993 habían unas 100,000 personas conectadas, en el 2002 este número llegaba a 569 millones y hoy, diez años después llega a más de 2,267 millones de personas, es decir, el 32.7% de la población mundial<sup>6</sup>.

Aunque el acceso a internet sigue siendo posible solo para una minoría de la población, se ha vuelto el medio de comunicación por excelencia de todos los centros urbanos del mundo. Datos actualizados a Diciembre de 2011 sugieren que el porcentaje de penetración del internet en Suramérica equivale al 45% de la población, es decir, 175.6

---

<sup>5</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

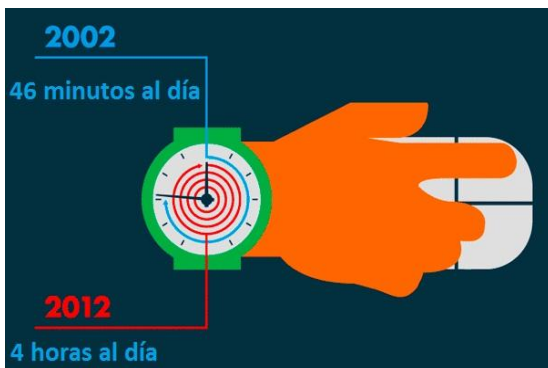
<sup>6</sup> <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>



millones de usuarios<sup>7</sup>. En el caso de Centroamérica, el porcentaje de penetración alcanza el 27.5% con 50.8 millones de usuarios<sup>8</sup>. En Nicaragua se calcula que al menos el 16,0% de las personas mayores de 15 años tienen acceso a internet, es decir la mitad del promedio mundial. Esto no resta importancia al gran impacto que ha tenido el internet si tomamos en cuenta que para 1989 solo dos instituciones del país tenían acceso a internet.

Si comparamos el internet con otros medios, ningún medio de comunicación escrito, televisivo o radial tiene una cobertura tan amplia de usuarios. En Managua, el internet se ha ubicado como el segundo medio de comunicación más importante después de la Televisión y hoy en día los periódicos nicaragüenses en internet llegan a un público que duplica o triplica a sus lectores en versión física.

Las estadísticas de Facebook indican que al menos 1 de cada 10 nicaragüenses tiene una cuenta en esta red y más del 90% de los jóvenes entre 18 y 24 años con acceso a internet están registrados en Facebook, al igual que en el resto del mundo Facebook es la red social más importante. En el caso de Twitter, se calcula que al menos unas 50,000 personas están conectadas a esta red y es el medio número 17 más consultado en el país.



El uso de internet también ha variado mucho en los últimos 10 años, según el promedio mundial, hace 10 años las personas en promedio se conectaban menos de una hora por día, hoy el tiempo en internet promedio se ha cuatriplicado.

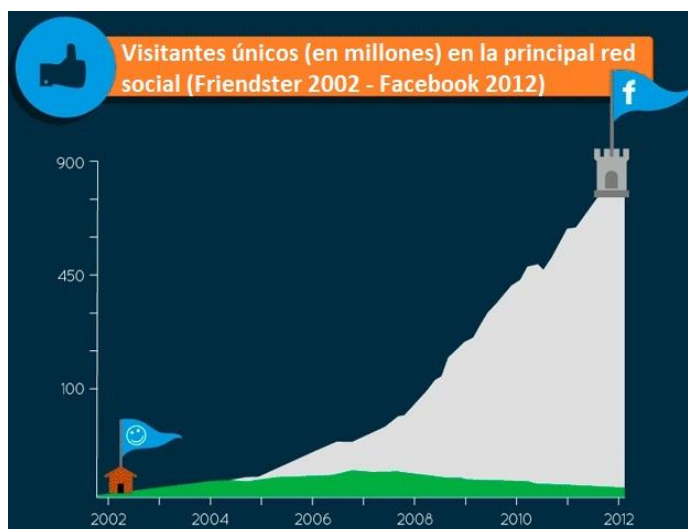
No solo tenemos más acceso, también invertimos más tiempo en internet y contamos con una variedad de sitios web que antes no habían; hoy se contabilizan 555 millones de espacios online diferentes, en el 2002 solo habían 3 millones. Todo esto ha abonado a la generación de una comunidad nunca antes vista de personas conectadas en el mundo y en Nicaragua, que constituyen una

<sup>7</sup> <http://www.internetworldstats.com/south.htm>

<sup>8</sup> <http://www.internetworldstats.com/central.htm>

plataforma potencial para el cambio social nunca antes vista, a bajo costo y a través de herramientas fáciles de utilizar.

Igual de relevante es el hecho de que hoy exista una comunidad tan extensa como Facebook, en la que podemos encontrar prácticamente a toda la población joven de Nicaragua con acceso a internet. En el 2002 la red social con más personas registradas en el mundo no superaba las 300 millones de personas, hoy Facebook llega a 900 millones.



En este contexto no es coincidencia que los movimientos sociales y las iniciativas de cambio recientes más exitosas en el mundo hayan sido acompañados y promovidas a través de las plataformas online y las redes sociales. En el apartado a continuación describimos brevemente experiencias reales de activismo en las redes que nos permite identificar lecciones de éxito y aprendizaje en el uso de las redes para que apliquemos a nuestras propias iniciativas. Terminamos esta primera parte del Módulo con unas recomendaciones concretas que hay que tener en cuenta antes de emprender una campaña o proyecto de cambio.

#### 4. Experiencias reales del uso de las redes sociales para el cambio social.

- **Primavera Árabe:** Por un lado, está la llamada Revolución Tunecina o Revolución de los Jazmines, que tuvo como fecha de inicio el 17 de diciembre de 2010, cuando el joven universitario y vendedor ambulante [Mohamed Bouazizi](#) se inmolo públicamente prendiéndose fuego en protestas a la situación económica y represión del gobierno del dictador [Zine El Abidine Ben Ali](#). De ahí en adelante, las protestas en contra del Gobierno se extendieron por todo el país utilizando como principal herramienta de difusión y denuncia las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube que sirvieron para suplir la falta de cobertura de medios de comunicación internacionales. El resultado fue el derrocamiento de Ben Ali, siendo electo un nuevo presidente por la Asamblea Constituyente de ese país. El número de

usuarios activos en Twitter y Facebook en Túnez es de 10,800 y 3 millones, respectivamente<sup>9</sup>.



Por otro lado, la revolución egipcia en 2011 para derrocar al presidente [Hosni Mubarak](#), se realizó en las calles de El Cairo, Alejandría, y otras ciudades egipcias, con el activismo en línea jugando un papel crucial en las protestas. Los activistas utilizaron Facebook, Twitter

y YouTube para ayudar a organizar protestas para el levantamiento que comenzó el 25 de enero de 2011. Internet era una preocupación tal para el régimen que el gobierno cerró la mayoría de accesos a Internet en el país durante cinco días durante las protestas. El resultado fue el derrocamiento de la dictadura de 30 años de Honsi Mubarak y la celebración de las primeras elecciones democráticas en la historia del país. El número de usuarios activos en Twitter y Facebook en Egipto es de 215,000 y 10,6 millones, respectivamente<sup>10</sup>.

- **Movimiento 15M:** también conocido como el movimiento de los Indignados, fue creado el 15 de Mayo de 2011 a partir del foro [¡Democracia Real Ya!](#)<sup>11</sup>, con el objetivo de promover una democracia más participativa alejada del bipartidismo PSOE-PP y del dominio de bancos y corporaciones. El movimiento se inspiró en el libro [¡Indignaos!](#), del francés [Stéphane Hessel](#), uno de los redactores de la [Declaración Universal de los Derechos Humanos](#) de 1948. Igual que en el caso de la Primavera Árabe, los protestantes españoles se valieron de las redes sociales como principal medio de convocatoria, ejemplo de ello es la utilización de hashtag (etiquetas) como *#spanishrevolution*, *#democraciarealya*, *#nonosvamos*, *#15M*, *#notenemosmiedo* y *#juntaelectoralfacts* para difundir un mensaje

**TOMA LA  
CALLE  
15.05.11**

<sup>9</sup> <http://internetizacion.com/usuarios-twitter-facebook-paises-mundo-arabe> (datos disponibles a marzo de 2012)

<sup>10</sup> Ídem.

<sup>11</sup> <http://movimiento15m.org/sobre-movimiento-15m-org/>



relacionado con un tema o actividad específica. En la actualidad, el movimiento se organiza a través de asambleas populares abiertas celebradas generalmente en plazas o parques y está estructurado en diversas comisiones. El logro primordial del 15M es haber establecido sus propios mecanismos de representación y participación independientemente de los partidos políticos tradicionales.

- **#YoSoy132:** es un movimiento conformado mayormente por estudiantes universitarios que nace en apoyo a los 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México que en mayo de 2012 se manifestaron, en el recinto de dicha universidad, en contra del entonces candidato del [Partido Revolucionario Institucional](#) (PRI) y ahora presidente de México, Enrique Peña Nieto. Los 131 estudiantes publicaron un [video en Youtube en el que presentan sus credenciales que los acreditan como estudiantes](#),

desmintiendo las acusaciones de que los manifestantes no eran estudiantes. En solo seis horas el video fue reproducido por 21,747 usuarios, de lo que nació el eslogan de apoyo #YoSoy132<sup>12</sup>. Actualmente, el movimiento está articulado en asambleas locales autónomas con representación en la Asamblea General Interuniversitaria (AGI)<sup>13</sup>. Entre sus logros más destacados esta el haber realizado un debate presidencial en la que participaron todos los candidatos a la presidencia de México, excepto el candidato del PRI.



- **Occupy Wall Street:** es un movimiento social inspirado en la Primavera Árabe inicialmente promovido por la [Adbusters Media Foundation](#) en protesta contra la crisis financiera que aqueja la economía de Estados Unidos. Sus integrantes denuncian la marcada desigualdad social que existe en Estados Unidos, sosteniendo que el 1% de la población más rica de ese país es la que en realidad define las políticas económicas de la nación, concentrando los beneficios para



<sup>12</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento\\_YoSoy132#Antecedentes](http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_YoSoy132#Antecedentes)

<sup>13</sup> <http://www.yosoy132media.org/quienes-somos/>



sí, mientras que el restante 99% de la población es la que sufre las consecuencias del modelo económico. Entre sus logros se puede incluir el que, aunque en un principio el movimiento tenía como espacio de manifestación el distrito financiero de la ciudad de Nueva York (Wall Street), gracias a la influencia de las redes sociales, su presencia se expandió hacia ciudades como [Oakland](#), [Chicago](#), [Portland](#), [Los Ángeles](#), [San Francisco](#), [Boston](#), entre otras. Además, han logrado ganar el apoyo declarado de varias personalidades reconocidas, como la artista japonesa Yoko Ono (esposa del fallecido John Lennon), el filósofo Noam Chomsky y el cineasta Michael Moore. Además, ha logrado aglutinar en un solo propósito a personas de muy variadas generaciones.

## 5. Recomendaciones para el éxito de nuestras iniciativas de cambio.

- **La organización detrás de las redes es indispensable:** si algo nos ha demostrado las experiencias exitosas de movimientos sociales en los últimos años, es que las redes sociales son una herramienta vital para la organización, comunicación e involucramiento de la ciudadanía, pero también nos han enseñado que no son el todo. Detrás de cada una de estas iniciativas había una organización real, con ideas y objetivos, y con gente organizada que trabajaba tanto en las redes como en las calles. Los movimientos sociales no se dan por generación espontánea, si queremos hacer un cambio real, nuestro trabajo en las redes debe ser el reflejo y la continuidad de una organización real, que también trabaja con la gente de forma directa.
- **Objetivos claros para lograr resultados:** antes de emprender una campaña pensemos en lo que queremos lograr concretamente, para lograr que la gente se involucre en nuestras iniciativas debemos poder comunicarles con claridad tres cosas: ¿qué estamos haciendo? ¿para qué los estamos haciendo? y ¿qué resultados queremos lograr? Muchas veces nos entusiasmos con hacer campañas sobre las cuales todavía no estamos claros, promovemos el apoyo y participación de los ciudadanos pero no logramos dirigir su entusiasmo de forma exitosa por la falta de claridad de nuestras propias iniciativas. ¿Lo que proponemos es factible de realizarse? ¿llevo una propuesta de cambio? ¿es algo en lo que mi movimiento tiene posibilidades de éxito?, son algunas preguntas que son válidas en la planeación.
- **Hagamos incidencia inteligente:** hagamos un mapeo de actores, pensemos en quienes son las personas claves para lograr el éxito de nuestra propuesta, ¿pueden ser gente de gobierno, actores claves del sector privado, personas influyentes, o una comunidad en particular? Definamos quienes son los actores claves que

necesito movilizar para lograr mi cambio, sus intereses, sus redes, sus correos, averigüemos como podemos hacerles llegar nuestra comunicación de forma efectiva y usemos esta información en nuestra campaña.

- **La comunidad se trabaja, no se genera sola:** aún cuando usemos las redes sociales para hacer nuestros cambios, podemos estar trabajando sin una lógica de red o comunidad, para que las personas se entusiasmen con una iniciativa es importante comunicarse con la ciudadanía, preguntemos su opinión, hagamos participe a la gente de debates y de construcción de ideas, respondamos sus dudas y demos seguimientos a todos los que muestran su interés. Una comunidad activa no se genera por el hecho de que estemos conectados, sino por el nivel de involucramiento que demuestren.
- **Involucremos a los demás con acciones concretas y diversas:** muchas veces utilizamos las redes para hablar de nuestros proyectos e ideas pero no brindamos alternativas a la comunidad virtual de participar activamente, tanto en las calles como en la red, cuando nos propongamos una campaña pensemos en acciones de distintos niveles para nuestra comunidad, no todos participamos en marchas, pero tal vez si podemos enviar un correo, o hacer un video. Nuestra forma de lucha no es necesariamente la que más entusiasmo a las personas, por diferentes razones, pero eso no significa que no podamos brindar opciones para que todas las personas pueden aportar desde sus propios intereses y talentos.
- **Usemos plataformas y aplicaciones complementarias:** cuando usemos las redes sociales pensemos en los medios escritos y audiovisuales, podemos utilizar plataformas para transmitir en vivo charlas, videos didácticos, mapas georeferenciado, software para ordenar nuestras bases de datos, encuestas etc. Pensemos la mejor forma de hacer atractivas nuestras propuestas y ordenar de la mejor forma nuestra información, eso permitirá hacer llegar de forma más clara y eficiente nuestro mensaje, así como las propuestas de nuestra comunidad.
- **Después de la campaña, como mantener los lazos con la comunidad:** ordenemos nuestras bases de datos e información, haciendo uso de aplicaciones complementarias, para que una vez que hayamos terminado nuestra campaña podamos contar con una base ordenada e informada de nuestra comunidad a la cual podemos seguirle enviando información, mantenerla motivada y lista para nuestro nuevo proyecto.
- **Hagamos Alianzas:** establezcamos alianzas con gente clave en la red, trabajemos de forma directa con personas con influencia en Twitter o Facebook para que nos apoyen en nuestras iniciativas, pueden ser opinadores, medios de comunicación, celebridades o Twitteros, que con su popularidad e influencia puedan ayudarnos a promover y popularizar nuestras ideas.

## Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

