

# Caracterización del activismo Web en defensa de los derechos infantiles: OIT 2013 y Colombia 2010

Lina María Mosquera de la Hoz

## Resumen

*Este artículo pretende dar a conocer las estrategias comunicativas y tecnológicas de mensajes de convocatoria en movilizaciones ciudadanas virtuales, dirigidas a la defensa de los derechos infantiles a partir de dos referentes en el ámbito mundial y colombiano. Los hallazgos investigativos permiten identificar la interacción, la masificación de la información, la inmediatez y la viralidad como las características más atractivas. Así mismo, pretende hacer saber que la percepción de participantes, internautas y empresas promotoras es en su mayoría positiva y activa. También busca entender cómo estas iniciativas generan en la sociedad un impacto que debe trascender a lo físico, e incentivan la participación ciudadana difundiendo imágenes, videos y textos que exponen de manera explícita y respetuosa la realidad, aprovechando el papel potencializador de las redes sociales para sensibilizar.*

*En el estudio se llega a conclusiones producidas por el análisis transversal entre los resultados de una encuesta, un estudio de los contenidos difundidos y la etnografía virtual de las comunidades en las plataformas utilizadas para ambos casos de estudio, sumados a la entrevista virtual que integra la perspectiva de quien fuera comunicadora en la iniciativa nacional. Posteriormente, los contenidos fueron clasificados para evaluar cómo ocurre la convergencia entre el activismo en la Web y el de las calles.*

**Palabras clave:** activismo, Web, Internet, redes sociales, infancia.

## Abstract

*This article seeks to highlight the communication and technology strategies in messages to summon in virtual mobilizations aimed at the defense of children's rights, from two references in the world and Colombian area. Research findings allow to identify that the perception of participants, internauts and promoters is mostly positive and active. To understand how these activities have on society an impact that must transcend the physical, and encourage citizen participation broadcasting images, videos and texts that explicitly expose the reality and respectful manner, using the potentiating role of social networks to raise awareness.*

*The study reaches conclusions produced by cross analysis between the results of a survey, an analysis of content distributed and virtual ethnography of the communities in the platforms used for both studied cases, combined with the virtual interview that integrates the perspective of former communicator in national initiative. Then, they were ranked to assess how convergence between Web activism and street occurs.*

**Keywords:** web activism, Internet, social networks, childhood.

## Introducción

Internet provee a sus usuarios de múltiples herramientas y entornos para la interacción social, lo que facilita la agrupación entre personas que comparten ideales, y amplía su alcance de difusión a magnitudes mundiales. Por medio de las redes sociales, las páginas web especializadas y los aplicativos móviles, la transmisión de un mensaje a escalas globales se ha hecho más accesible al público, esto "promueve la participación, el intercambio y la comunicación entre los usuarios, de esta forma nacen nuevos autores, nuevas audiencias y las comunicaciones son transversales, virales y colectivas" (Van Peborgh, 2010, p.156).

Promover campañas de protección, denuncia y apoyo a personas o públicos específicos, figura como una de las diversas maneras posibles de aprovechar las oportunidades que ofrece la web. Según Klein (2001) el creciente número de iniciativas activistas ha sido impulsado como respuesta a las políticas organizacionales contra el planeta, la sociedad y las personas (p.508 – 509). Producto de esto, Pérez – Latre (2011)



IL CONFERENCE ON  
D LABOUR

Imagen recuperada de: <https://www.facebook.com/GCChildLabour/photos/a.534207076644016.1073741828.507727375958653/560196410711749/?type=3&theater>

afirma que surgen nuevos canales de interacción entre la sociedad y las empresas (p.14).

La investigación analiza las características comunicativas de los contenidos utilizados en el activismo web, enfocados en la **Marcha Virtual por la No Violencia Infantil Colombiana en 2010** y en la **Marcha Virtual por un Mundo sin Trabajo Infantil**, liderada por la Organización Internacional del Trabajo, el gobierno brasileño y la Fundación Telefónica, en septiembre de 2013.

Por medio de una investigación cualitativa se identifican los lenguajes, entornos, temáticas, entre otros recursos básicos para atraer la atención del público, para generar en los visitantes la respuesta de retrasmitir y registrarse, participar, dar "Me gusta" a una página en Facebook, compartir un mensaje a través de una pancarta, entre otras simulaciones virtuales de movilización ciudadana.

Los objetivos sensibilizadores en ambos casos de estudio concuerdan con la definición de Marín (2009): "La movilización social da cuenta de un proceso que, desde lo cotidiano, busca influir en los modos de pensar, decidir, actuar e imaginar un proyecto de sociedad garantizando la participación de sectores diferentes" (como se cita en Londoño, 2011, p.5).

Es importante conocer las razones que tuvieron los promotores para elegir las plataformas virtuales, las oportunidades que estos entornos ofrecieron frente a las movilizaciones en las calles y las opiniones del público. Proceso que hizo posible alcanzar aproximadamente 20 mil marchantes en la actividad colombiana y 90 mil en la dirigida a la III Conferencia Global sobre Trabajo Infantil.

"El activismo *on line* y los nuevos movimientos sociales ponen de manifiesto procesos de cambios en tres esferas distintas, pero interrelacionadas: las formas de acción, información y organización social" (Ayala, 2011, p.7).

## Metodología

Para lograr el objetivo investigativo de conocer y analizar las estrategias comunicativas de los contenidos de convocatoria y difusión, de las campañas características de las manifestaciones virtuales ciudadanas en defensa de los derechos infantiles, enmarcada en los casos específicos, Marcha virtual contra la violencia infantil colombiana en 2010 y Movilización contra la explotación laboral de niños liderada por la OIT en septiembre de 2013, fue necesaria una investigación cualitativa.

La etapa de investigación estuvo centrada en el desarrollo de metodologías que permitieran una medición de la percepción por parte de los usuarios y participantes en movilizaciones ciudadanas virtuales, que arrojaran datos para caracterizar los contenidos difundidos por los promotores de ambos casos de estudio, al tiempo que se tuviera en cuenta el impacto y participación que estos generan. Toda esta información fue visualizada bajo la lupa de la información aportada por Natalia Palacio, comunicadora de la Marcha Virtual por la No Violencia Infantil en Colombia.

## Contenidos analizados

Se analizó el sitio web oficial de la Marcha por la No Violencia Infantil en Colombia, donde los ciudadanos crean y editan un avatar, y simulan con animaciones el desplazamiento terrestre desde su ciudad de origen hacia Bogotá. También se estudiaron las fotografías difundidas allí y en el perfil de la red social Facebook.

La página en Facebook acerca de la Marcha Virtual por un Mundo sin Trabajo Infantil, fue el medio de movilización basado en la donación de fotos de perfil, allí con su lema "Da la cara contra el trabajo infantil" difundieron fotografías que evidencian la problemática, y generan participación por medio de comentarios y aprobaciones.

**Muestra:** 13 publicaciones utilizadas en la movilización realizada en Colombia. Por su parte, las 12 imágenes con mayor impacto de las 84 publicadas en la página oficial de Facebook a nombre de la Marcha Virtual por un Mundo sin Trabajo Infantil. Para elegir las fue necesario clasificarlas en: reales con problemática explícita, creadas o modificadas y reales que idealizan la vida que deberían tener los niños.

## Encuesta

50 personas entre participantes de las movilizaciones ciudadanas estudiadas e internautas activos en la Web, respondieron preguntas relacionadas con el activismo web, su entorno, atractivo, efecto, finalidad más útil, la convergencia con las movilizaciones en la calle y cómo perciben los contenidos con información explícita acerca de la vulneración de los derechos infantiles.

## Etnografía virtual

Haciendo un seguimiento al tipo de interacción de los participantes en las dos movilizaciones ciudadanas virtuales objetivo de estudio, es posible entender cómo converge este tipo de activismo web con las acciones características de las marchas en las calles. Además, comprender los lenguajes, contenidos y públicos.

La información obtenida tras desarrollar estas cinco acciones investigativas es analizada de manera transversal para comprender: estrategias comunicativas,

convergencia calle/web, percepción, participación, impacto, potencialización en redes e intención de contenidos.

## Resultados

### 1. Estrategias comunicativas

#### Atracción

Con la intención de conocer qué llama la atención de los internautas acerca de las movilizaciones ciudadanas virtuales, en la encuesta fue planteada la cuestión ¿Qué característica de Activismo en la Web es más atractiva? El 32%, es decir 16 de 50 encuestados (tabla 1) afirmaron que la **participación al alcance de la mano**, por medio de dispositivos móviles es lo que más los atrae. Cambiar una foto de perfil, comentar, dar Me gusta, *retweetear* un mensaje, opinar en una tendencia de Twitter, compartir contenidos, etc., es posible desde dispositivos móviles. Estas fueron estrategias implementadas en los dos casos de estudio.

**Tabla 1.** Estrategias comunicativas: Atracción

¿Qué característica de Activismo en la Web es más atractiva?		
Característica	#	%
Participación al alcance de la mano	16	32%
Globalización del mensaje	12	24%
Interrelación de múltiples actores	12	24%
Facilidad de integración por ideología	8	16%
No hay un solo lider - Policéntrica	2	4%

Fuente: Elaboración propia.

#### Temática

Cada tema tiene herramientas de difusión más convenientes. Por esto fue planteada en la encuesta la pregunta ¿Para qué fines activistas considera que es más útil la Web? El 60% de los encuestados (Tabla 2), 30 de 50 personas afirmaron que la Web era más útil para movimientos activistas dedicados a **defender los derechos de comunidades vulnerables**. El equipo promotor de la Marcha en Colombia difundió hasta principios del año 2011, contenidos acerca de hechos noticiosos, investigaciones y proyectos de ley, relacionados con el maltrato a menores de edad. Por su parte,

la campaña de la OIT busca sensibilizar acerca de lo importante que es reducir los índices de trabajo infantil e idealiza la vida que deben tener los niños.

**Tabla 2.** Estrategias comunicativas: Temáticas

¿Para qué fines activistas considera que es más útil la Web?		
Característica	#	%
Defender derechos de comunidades vulnerables	30	60%
Vigilancia a entes gubernamentales, poderes económicos, anti capitalismo	16	32%
Proteger el medio ambiente	2	4%
Influir en legislación	2	4%

Fuente: Elaboración propia

### 2. Convergencia entre activismo en la Web en las calles

Los encuestados eligieron ¿qué característica de las movilizaciones en la calle ve más evidenciada en el Activismo Web? con un 48% de las opiniones (Tabla 3), la más popular fue "**Colmar el espacio público con mensajes temáticos**". La capacidad de *Retweetear*, participar en tendencias por medio de *#Hashtags*, compartir imágenes, son una manera de exponer carteles, crear multitud para llamar la atención de quienes comparten el entorno público.

**Tabla 3.** Encuesta: Convergencia de movilización en la Web y en las calles

¿Qué característica de las movilizaciones en la calle ve más evidenciada en el Activismo Web?		
Característica	#	%
Colmar el espacio público con mensajes temáticos - Retweet, hashtags, multiplicar una imagen	24	48%
Libertad de expresión	10	16%
Mayor multitud, más atención	8	16%
Caos para captar la atención y protestar - Hackear	8	16%

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Percepción

Para conocer qué visión tienen los internautas acerca del activismo web, fue planteado un interrogante con respuesta de texto libre: ¿Ha participado en movilizaciones ciudadanas virtuales? ¿Por qué? Solo cuatro personas indicaron que no se han involucrado en este tipo de actividades, sin embargo, cabe resaltar la aclaración de un encuestado que indica: “Creo que la mayoría ha dado Me gusta al menos a una fotografía de un tema con que esté de acuerdo”. Hubo dos tendencias en las opiniones, aquellos que **valoran compartir sus apreciaciones y difundir la información** para dar a conocer la realidad, en contraparte, otros aunque han sido activistas declaran que es **ruido que no trasciende**.

En el caso de la Marcha Virtual por un Mundo sin Trabajo Infantil, al ser promovida por una organización internacional y estar vinculada a un evento de análisis y promulgación de políticas con alcance global, tiene la posibilidad de trascender a lo físico, influenciar en la importancia y seriedad con que la temática sea tratada. Este sería un ejemplo contrario a la percepción de quienes afirman que el activismo web se queda en quejas en las redes sociales.

### 4. Impacto y participación

En la encuesta fue planteado el interrogante: ¿Cuál cree que es el efecto generado por las movilizaciones en la Web? Con una ligera ventaja, la sensibilización estuvo en primer lugar de preferencia: un 28% de los encuestados afirmó que **llamar la atención** para reflexionar acerca de una problemática es la principal labor del activismo web (Tabla 4).

**Tabla 4.** Encuesta: Impacto y participación

¿Cuál cree que es el efecto generado por las movilizaciones en la Web?		
Característica	#	%
Sensibilización	14	28%
Ampliación de información - Diversificación de fuentes	12	24%
Construcción de comunidad con información y comunicación ágil	12	24%
Atención globalizada	6	12%
Solo modas que no trascienden	6	12%
Promulgación de leyes	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

A pesar del gran trabajo de producción en los contenidos para la movilización ciudadana virtual en Colombia, la atención e interacción de los participantes se concentró en difundir sus opiniones personales con intervenciones desde la página inicial. La comunicadora Natalia Palacio explica que esta marcha pretendía generar “concientización, sensibilización y protesta” pero que lo más importante era que “las personas participantes se pudieran comunicar entre ellos afiliándose a los sentimientos de los demás”.

Según información difundida por Código e-Marketing, empresa promotora de esta movilización, esta campaña fue acogida por 18.449 activistas. Por su parte, los coordinadores de la campaña para la OIT dijeron a periodistas del canal Univisión, que hasta el 26 de septiembre de 2013, quince días después de su lanzamiento, “la aplicación en Facebook ya había sido vista por 29 mil personas y visitada por 10 mil, de las que 2.355 la estaban comentando” (KUPB News, 2013).

En la marcha de la OIT fueron compartidas 61 imágenes que plasman de manera explícita la problemática del trabajo infantil. 16 de ellas fueron elaboradas por menores que representaron en un dibujo su visión acerca del tema que preocupa a la Organización Internacional del Trabajo. Como los niños son los protagonistas y directos afectados, fueron sus creaciones, las que tuvieron mayor número de veces compartidas, algunos sobrepasaron las 200 redifusiones.

### 5. Potencialización en redes sociales

Las **redes sociales** lideraron las preferencias de los encuestados (Tabla 5), 36 personas, es decir, el 72% las escogió al responder a la pregunta ¿cuál considera que es el entorno característico del activismo en la Web? Los sitios web fueron escogidos por el 16% y los blog recibieron la preferencia del 12% de personas. Contrario a esto, los entornos simulados, con Avatar, categoría en la que se basó la Marcha Virtual por la No Violencia Infantil en Colombia, no recibieron votos.

**Tabla 5.** Encuesta. Entornos potencializadores

¿Cuál considera que es el entorno característico del Activismo en la Web?		
Característica	#	%
Redes sociales	36	72%
Sitios web	8	16%
Blogs	6	12%
Entornos simulados - Avatar	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

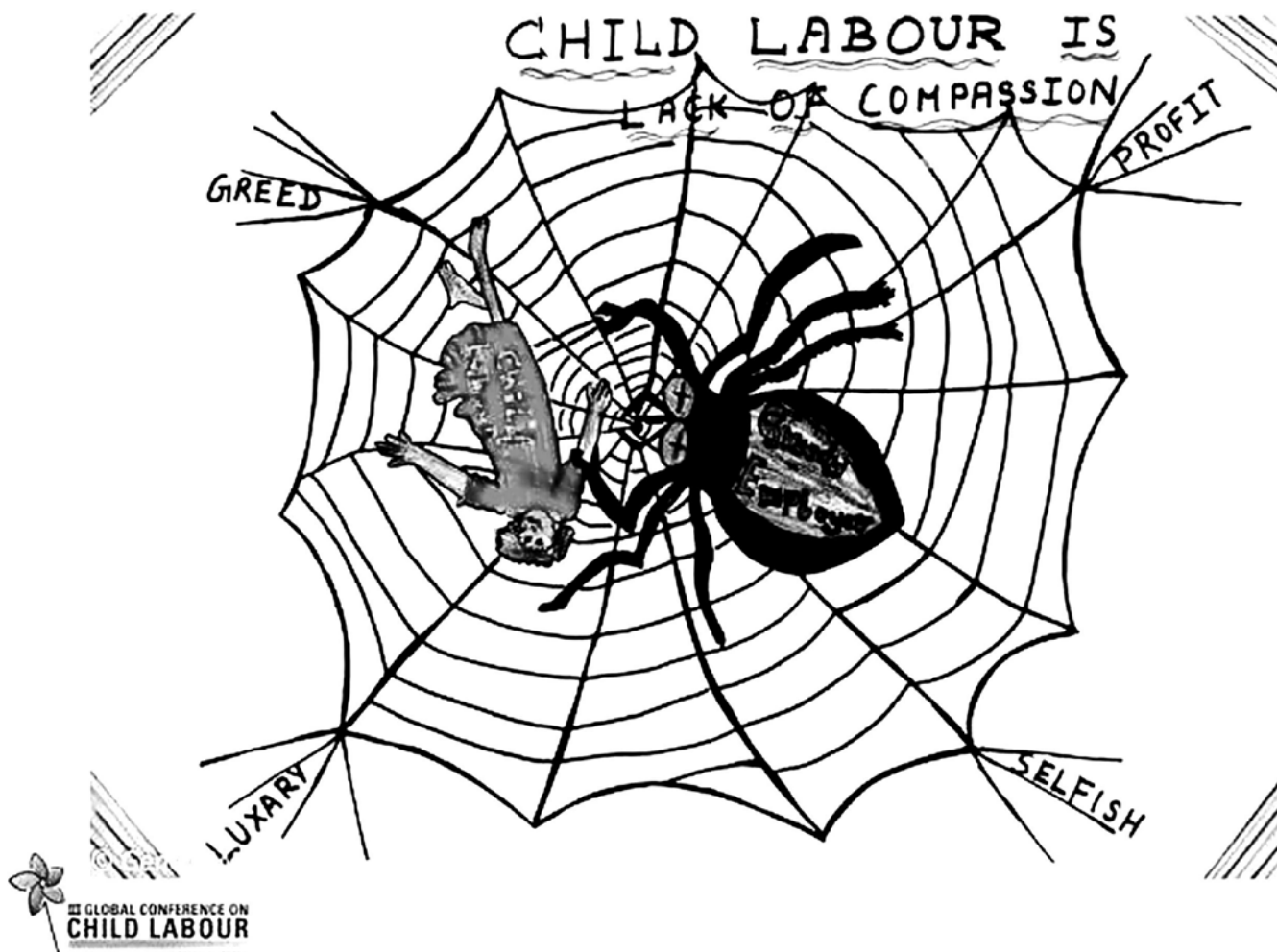


Imagen recuperada de: <https://www.facebook.com/GCChildLabour/>

## 6. Intención de los contenidos

Dado que los casos de estudio involucran elementos sensibles para algunas personas, entre ellos los niños, y diversos tipos de violencia, se plantea a los 50 encuestados (Tabla 6): ¿Qué percepción tiene de los contenidos con información explícita acerca de la vulneración de derechos infantiles? El 60% considera que **“la verdad no puede ser disfrazada”**, es decir, que hay que tratar la información con respeto, pero eso no quiere decir que se disimule, engañe o llegue a ocultar. El 36%, por el contrario, sí cree que exponer las caras de niños, el sufrimiento, la simulación de secuelas corporales, entre otros lenguajes, deja sobreexpuestas las problemáticas, hasta el punto de ser amarillistas. Incluso, dos personas que representan el 4%, afirman que esta sobreexposición afecta su sensibilidad.

**Tabla 6.** Encuestas: Percepción en intención de contenidos

<b>¿Qué percepción tiene de los contenidos con información explícita acerca de la vulneración de derechos infantiles?</b>		
<b>Opinión</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
La verdad no puede ser disfrazada	30	60%
Son amarillistas	18	36%
Afecta mi sensibilidad	2	4%

Fuente: Elaboración propia.

## De las calles a la Web

Las Tecnologías de Información y Comunicación –TIC-, encuentran en Internet el medio para **digitalizar pro-**

**cesos interactivos entre los ciudadanos**, quienes aprovechan los avances en dispositivos móviles para intercambiar contenidos, difundir ideas y mantenerse integrados a las redes de su interés, creando conexiones en las que Sancho (2014) rescata la reflexión de Judith Butler, quien indica que las personas por medio de sus receptores móviles transmiten mensajes y se congregan, nunca están solas (p.35). Estos grupos activistas, según el mismo autor, intervienen espacios públicos y privados, redactan escritos o canciones para plasmar sus ideales, relacionados con la lucha por la independencia, la libertad de expresión, en contra de la esclavitud y la discriminación, y defienden los derechos medioambientales o ciudadanos.

El activismo en la Web y el de la calle, convergen en diversos momentos, por ejemplo: difusión de información acerca de fecha, hora y lugar para congregación presencial. Actualización constante de contenidos en blogs o redes sociales para integrar a quienes no pueden asistir a los eventos, conformación de comunidades globales que adaptan las estrategias activistas acordadas al contexto local y complementan una "ciber turba".

Las nuevas prácticas de movilización y protesta ciudadana "comienzan en los entornos virtuales, se transforma en noticia en los medios de comunicación tradicionales, por el gran número de adherentes que mueven estas manifestaciones electrónicas para luego dar un salto hacia la calle" (Ayala, 2011, p.7).

Rovira, (2013) resalta la frase "cuanto activismo, más ciberactivismo", que resume la relación directa de las actividades en plazas y calles, que a su vez son fuente de información para los participantes prosumidores que utilizan las TIC para crear y difundir sus propios contenidos, y que pretenden figurar de manera particular entre el grupo de marchantes y expresar su identificación hacia una causa (p.25).

La etnografía virtual permite analizar que en la Marcha por la No Violencia Infantil en Colombia perduran características de las manifestaciones callejeras, las pancartas, la multitud, el desplazamiento y una representación personalizada de cada individuo según lo que quiera comunicar. Mientras en la movilización virtual promovida por la Organización Internacional del Trabajo convergen aspectos como la agrupación de personas para construir un mensaje o símbolo, desplazamiento entre lugares, presencia particular para conformar una multitud, policentrismo en la coordinación, globalización del lenguaje.

## Activismo web por derechos infantiles

Defender los derechos de los niños, protegerlos contra abusos y situaciones que pongan en peligro su integridad física y psicológica, es responsabilidad de los ciudadanos adultos. Por esta razón, la Marcha por la No Violencia Infantil en Colombia y por un Mundo sin Trabajo Infantil liderada por la OIT, son referenciadas como campañas trascendentales para sensibilizar a la comunidad internacional, acerca de la importancia que tiene garantizar una buena calidad de vida hoy a los próximos productores, gobernantes y protectores del planeta.

La iniciativa realizada en Colombia cumple con el proceso de promoción activista llamado *Swarming* que:



Imagen recuperada el 1 de mayo en: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=381740483174&set=o.17162803009&type=3&theater>

Identifica un tema o problemática para lograr la atención de la comunidad activista, los simpatizantes se integren en un debate que genere una reacción en manifestaciones masivas o reforma social. Como no hay organización ni objetivos definidos, es difícil coordinar la dirección que toma la campaña y menos el impacto que genere (De Ugarte, 2011, pp.85-86).

Adicionalmente, esta campaña, al igual que la dirigida a reducir los índices de trabajo infantil en el mundo, están apoyadas en la viralidad o propagación rápida de los contenidos, basada en la sensibilización para generar redistribución.

Londoño (2011) explica que la comunicación estratégica en movimientos ciudadanos realizados en redes sociales está compuesta por nudos: personas y organizaciones activistas, que integran una colectividad agrupada por ideales o intereses comunes. Hilos: contenidos que unen a los participantes de manera que tocar un nudo impacte toda la red. Huecos: adaptabilidad y flexibilidad para identificar prioridades grupales, que permitan aprovechar las herramientas y canales de la manera más eficaz (p.3).

Una de las finalidades más comunes en el activismo web y la más apropiada por quienes participaron en la encuesta es la defensa de los derechos a los grupos vulnerables, entre ellos está incluido el público infantil. En esta temática, como en las demás, "el espacio público se redefine y virtualiza. Fotos, videos, audios, coordinación de eventos y enlaces hacia otras webs y blogs, son solo algunas de las herramientas con las que lucha un manifestante virtual" (Ayala, 2011, p.6).

Sin embargo, en este tema específico, es importante tratar con sutileza la información explícita relacionada con la violación de derechos infantiles, pues se corre el riesgo de afectar la sensibilidad de los usuarios con la sobrexposición. Según la encuesta y la cantidad de aprobaciones que obtuvieron, sobre todo los contenidos de la marcha promovida por la Organización Internacional del Trabajo –OIT–, estos coinciden con la preferencia de exponer la realidad tal como es, para reflexionar, y no ignorar ni generar un impulso que motive algún tipo de acción.

La información explícita debe facilitar la interacción entre los activistas, para que se apropien del entorno y construyan contenidos aprovechando la inteligencia colectiva. Lasén y Martínez de Albéniz (2008) indican que una estrategia valiosa es "la documentación y narración de las acciones en los sitios web con el apoyo

de videos, fotos, comentarios y material que se construye de forma colaborativa (pp. 248-249).

## Facebook: Fotos de perfil contra el trabajo infantil

La OIT, Oficina Internacional del Trabajo (2013) revela en su informe *Estimaciones y tendencias mundiales entre 2000 y 2012* que "168 millones de niños en el mundo se encuentran en situación de trabajo infantil, de ellos 12.505 están en Latinoamérica, donde además hay 17.843 menores ocupados en la producción económica" (p.3). Kalaish Satyarthi, miembro de una organización no gubernamental en India, quien estuvo nominado al Nobel de la Paz en el 2006, motivado por estas cifras, propuso la Marcha Global contra el Trabajo Infantil.

Esta actividad consistió en recorrer simbólicamente los 87.600 kilómetros que separan La Haya, sede de la Conferencia Global sobre Trabajo Infantil de 2010, a Brasilia, donde fue realizada la tercera versión. Cada persona inscrita donaba 100 kilómetros, fueron necesarios 8.760 ciudadanos. Para vincularse, los internautas debieron acceder a la aplicación para dispositivos móviles creada a nombre del evento, por medio de ella dar "Me gusta" en la página oficial en Facebook, y de esta manera donar automáticamente su foto de perfil para ser incluida en la mega impresión del molinete, símbolo de esta lucha mundial, para ser expuesto en las instalaciones donde se realizaron las actividades de esta iniciativa.

Según la publicación *Herramientas y sugerencias para un ciberactivismo eficaz* de Amnistía Internacional (2009), las actividades realizadas en esta movilización son clasificadas como acciones que toman diez minutos a la semana, tiempo necesario para firmar una petición, exhibir un banner o interactuar con una aplicación. (pp.1– 31). Particularmente, la estrategia más popular según resultados obtenidos en el análisis de contenidos y en la etnografía virtual, es la difusión de mensajes individuales en los muros de Facebook, contrario al bajo promedio de comentarios y aprobaciones en publicaciones propias del equipo promotor. Esto indicaría que ya los contenidos dejan muy explicado el tema, no hay más nada qué decir por parte de los miembros, quienes valoran más sentar su voz de protesta junto a los mensajes de los demás, como un todo en la red.



## Virtualidad: Marcha hacia Bogotá contra el maltrato infantil

Colombia ha tenido en la última década uno de los índices más altos en casos de violencia contra los niños. Cada vez son más frecuentes las noticias relacionadas con niños afectados directa o indirectamente, por acciones de personas mayores de edad, maltrato físico y psicológico, balas perdidas, abandono, entre otras situaciones que amenazan su estabilidad emocional y social, su estado de salud, además de su futuro.

Entre los años 2007 y 2008<sup>1</sup>, hubo un incremento del 18% en denuncias de violencia contra los niños. Cundinamarca, Antioquia, Santander y el Valle del Cauca, eran los departamentos con mayor cantidad de los casi 29.000 casos reportados. De ellos, más de mil quinientos fueron por maltrato psicológico y aproximadamente 8.000 por maltrato físico.

A partir de estas cifras, surgió la Marcha Virtual por la No Violencia contra los Niños en Colombia, que fue una idea de Código e-marketing, empresa de publicidad de nuestro país. y cuya meta inicial fue que 9 millones de personas se registraran y participaran en una movilización ciudadana en línea. El evento que estuvo dirigido por Carlos Alberto Acosta, inició el 12 de abril del año 2010 y no ha tenido una culminación oficial, a pesar de que su promoción fue suspendida, aún es posible unirse a más de 19 mil marchantes e iniciar el recorrido simulado desde Medellín, Cali, Barranquilla, Villavicencio y Bucaramanga, hacia Bogotá. Durante el recorrido, se puede personalizar un avatar, compartir mensajes en la pancarta individual, además visitar otras rutas.

La característica principal es la construcción de avatares o representaciones virtuales de su identidad. Esto coincide con la afirmación que Francisco Valiente rescata en su artículo *Comunidades virtuales en el ciberespacio*, acerca de la idea de Caretti (2000, p. 126), que afirma: "Los usuarios de Internet no solo son autores de lo que escriben, de los mensajes que lanzan, sino que son autores de sí mismos, construyendo nuevos yo a través de la interacción social virtual".

En relación con esta característica comunicativa, Sancho (2014) explica que interactuar a propia identidad, crear y portar una pancarta así sea virtual, facilita

construir una comunidad autónoma que respeta la libertad de expresión en sus activistas y les genera más atracción (p.16).

Natalia Palacio<sup>2</sup>, afirma que la Marcha por la No Violencia Infantil en Colombia fue "la primera movilización a través de la web en Colombia, su mayor aporte fue integrar las primeras ideas de tribus virtuales en el país con las causas sociales, por esto en la primera semana se logró un millón de usuarios activos realizando el recorrido a través de su avatar".

Ella explica que la medición de visitantes, registros y participantes activos fue realizada por medio de un micrositio y el *emailing* enlazados a la plataforma lanzada por la empresa promotora para la iniciativa activista, en la que fueron analizados los mensajes difundidos y las suscripciones en el grupo de Facebook.

La movilización virtual ciudadana ocurrió en el 2010, momento en que las páginas de interés no estaban tan desarrolladas en Facebook como lo están actualmente. Según resultados del estudio de Euro RSCG *Worldwide Knowledge Exchange* rescatados por Londoño (2010) durante ese año "los *Millenials* gastaban 700 millones de minutos interactuando en la Red, por mes. Al menos 30 millones de piezas con contenido eran compartidas por los usuarios mensualmente y 150 millones de usuarios accedían desde su teléfono celular, estos eran dos veces más activos que los que acceden desde computador" (p.4).

Por esta razón, la comunicadora afirma que si la marcha fuera realizada hoy, habrían enfocado los mensajes a través de los *hashtags*, usando aplicaciones enlazadas a una *Fan Page*. Todo esto, debido a que "ahora se trata de integrar las redes sociales con los movimientos sociales". El micrositio con experiencia simulada hacía necesario acceder desde un computador.

## Movimiento ciudadano en redes sociales

"Los *Millenials*<sup>3</sup> incursionan con una percepción de cambio, en Colombia y en el mundo, diferentes iniciativas de expresión en las redes sociales no sólo están generando pluralismo e identidad, también consolidan oportunidades de transformación

1 El País. (2010). Denuncias por maltrato infantil aumentaron 10%. Extraída el 8/11/2013 22:19PM desde <http://historico.elpais.com.co/paisonline/calionline/notas/Noviembre222008/Cali2.html>

2 Comunicadora de Código e-Marketing para promover la Marcha por la No Violencia Infantil en Colombia

3 Término que hace referencia a milenios. Describe a los jóvenes que serán protagonistas de este milenio. Las edades de estas personas están entre los 18 y 25 años.

en el tejido social con repercusiones en el futuro. La libertad de expresión en la plataforma de las redes sociales es un avance social que contribuye al dinamismo de una tolerancia pacífica” (Londoño, 2011, p.7).

Estos activistas interactúan en lo que Levy (2004) llama *Ágora virtual*, que es un entorno interactivo donde los ciudadanos debaten ideas y comparten información para aprovechar la inteligencia colectiva por medio de diálogos transversales. Es un espacio donde Vélez (2013) explica que “La nueva dinámica de las redes le permite aprender, informarse, organizar y etiquetar su información, compartirla, publicarla, evaluar y comentar la calidad de lo que recibe.” (p.40).

Para promover una campaña de movilización ciudadana que utilice las redes sociales de manera eficaz, De Ugarte (2011) propone una lista de pasos: 1. Recolectar la documentación que aporte argumentos sólidos a la causa perseguida. 2. Describir los objetivos, medios y causas de la iniciativa al público meta. 3. Reconocer la fuente del problema, persona o institución responsable de la afección. 4. Identificar las herramientas para facilitar la interacción de los activistas. 5. Establecer estrategias comunicativas para dar a conocer los avances y visibilicen el movimiento (pp.87 – 91).

## Comunicación estratégica en activismo Web

Como resultado de la encuesta realizada, fue posible conocer que la participación al alcance de la mano, por medio de dispositivos móviles, es lo que más atrae a los internautas. Estos avances tecnológicos dotan de ubicuidad e inmediatez las acciones comunicativas y facilitan el acceso a la información.

En una medida considerable, fueron precisamente las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación – TIC- las que enmarcaron las acciones de interacción y protesta. Cambiar una foto de perfil, comentar, dar Me gusta, *retweetear* un mensaje, opinar en una tendencia de Twitter, compartir contenidos, etc., es posible desde dispositivos móviles. Estas fueron estrategias que fueron implementadas en los dos casos de estudio.

Internet ofrece al activismo 2.0, varias posibilidades planteadas por Mark Poster, quien afirma que este: 1) Permite la comunicación de muchos a muchos, 2) Provee la recepción simultánea, la alteración y redistribución de objetos culturales, 3) Deslocaliza la acción co-

municativa del ámbito de la nación y de las relaciones territorializadas de la modernidad, 4) Provee contacto global instantáneo y 5) Inserta el sujeto de la modernidad tardía en un aparato maquínico que está en red (Sancho, 2014, p.12).

Ambos casos de estudio analizados estaban dirigidos a públicos con preferencias marcadas por la participación en movimientos ciudadanos virtuales, debido a que el entorno en el que son realizados no establece límites de ubicación geográfica y difusión de contenidos creados por prosumidores. De otra parte, tras realizar la etnografía virtual, es evidente que no existe un diálogo significativo entre los miembros, solo mensajes independientes que coinciden con los lemas.

Una de las tendencias más comunes en los últimos años ha sido el *Hacktivism*, término que acuña las acciones encaminadas a generar caos en el espacio público, por medio de bloqueos, incursión en perfiles privados, difusión de mensajes maliciosos para acceder y compartir contenidos sin autorización de propietarios, entre otros. A pesar de esto, los resultados obtenidos en la encuesta realizada para este proyecto dan a conocer que la cantidad de personas no determina el éxito o viralidad de una campaña, por su parte, la generación de caos y violación a la privacidad es considerado un delito o vía de hecho, por lo cual un número significativo de activistas lo evitan.

## Conclusiones

El activismo web debe estar basado en estrategias comunicativas, entornos y lenguajes que faciliten la interacción y participación desde dispositivos móviles. La ubicuidad, inmediatez, facilidad de acceso a información y redifusión de contenidos amplía el alcance de las campañas, diversifica las fuentes y por ende potencializa el impacto que puedan generar. Mientras más activistas participen y difundan la causa relacionada con la iniciativa, mayor será el alcance y se lograrán magnitudes mundiales.

Internet es un entorno donde existe –por ahora- un alto grado de libertad de expresión y de integración, y permite el acceso o difusión de información más allá de límites espaciotemporales, por esto facilita que activistas hablen abiertamente acerca de temáticas poco atendidas en los medios de comunicación tradicional, por ejemplo, víctimas de la violencia, animales, comunidad LGTBi, personas con discapacidades, mujeres y niños, todo aquel en situación de desventaja.

Adicionalmente, las nulas preferencias de los 50 encuestados también advierten que el uso del arte-protesta, representado por montajes caricaturescos o "memes" y la adaptación de canciones, recursos que abundan en las líneas de tiempo o biografías de redes sociales, debe ser evaluado y bien justificado, para que cualquiera que sea el método de protesta, logre trascender a lo físico, e influenciar en la importancia y seriedad con que la temática sea tratada. Llamar la atención para reflexionar acerca de una problemática es la principal labor del activismo Web, pero es necesario que impulse un cambio en la sociedad o la vida cotidiana, mejorando la percepción de quienes consideran estas iniciativas como un ruido que se estanca en quejas.

De las manifestaciones en las calles perduran las pancartas, la multitud que se agrupa para construir un mensaje o símbolo, el desplazamiento entre lugares, la presencia particular caracterizada con maquillaje y vestuario según lo que se quiera comunicar, el polícentrismo en la coordinación, la globalización del lenguaje y el aprovechamiento del espacio público para llamar la atención de los espectadores.

Mientras más oportunidades de interacción, no solo de diálogo, sino de compartir contenidos, de integrarse a una comunidad, de identificar problemáticas por medio de tendencias, de permitir el acceso cómodo desde dispositivos móviles, mayor será la preferencia de los internautas, pues podrán apropiarse del entorno y la campaña.

El tema de los derechos infantiles toca las fibras sensibles de los espectadores, por esta razón se recomienda el manejo responsable y respetuoso de los contenidos dirigidos a evidenciar las problemáticas que afectan a niños y niñas, debido a que es importante lograr un equilibrio entre los lenguajes que impacten y generen una reflexión social, pero sin cruzar la línea hacia la violación de la intimidad, las escenas sangrientas y la sobreexplotación del sufrimiento ajeno.

## Referencias

- Amnistía Internacional (2009). *Herramientas y sugerencias para un ciberactivismo eficaz*. Recuperado el 01 de abril de 2014 23:20PM desde: [www.amnesty.org/es](http://www.amnesty.org/es)
- Ayala, M. H. (2011). Clic Activismo: redes virtuales, movimientos sociales y participación política. *Revista F@ ro*, (13). Recuperado el 26 de marzo de 2014 19:32PM desde: <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/viewFile/15/5>
- De Ugarte, D. (2011). *El poder de las Redes*. Recuperado el 01 de abril de 2014 22:57PM desde: <http://deugarte.com/manual-ilustrado-para-ciberactivistas> <https://www.facebook.com/GCChildLabour/>. (n.d.). Recuperado mayo 1, 2014
- Klein, N. (2001). *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.
- KUPB News. (2013). *www.univision18.com*. Recuperado Marzo 11, 2014, from <http://univision18.com/2013/09/26/la-marcha-virtual-para-combatir-el-trabajo-infantil-ya-recorrio-759-kilometros/>
- Lasén, A., Martínez de Albéniz, I. (2008). Movimientos, 'móvidas' y móviles: un análisis de las masas mediatizadas. En Sádaba, I., Gordo, A. (Coords.) *Cultura digital y movimientos sociales*. (p.243-266). Madrid: Catarata.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Recuperado el 01 de abril de 2014 22:13PM de: <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org>
- Londoño, E. (2011). Consolidación de las redes sociales en Latinoamérica. *Revista Comunicación*, 28 p 145 – 152. Colombia. Recuperado el 30 de marzo de 2014 21:42PM desde: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/viewFile/1204/1245>
- OIT. (2013). Estimaciones y tendencias mundiales entre 2000 y 2012. Italia. Recuperado el 29 de marzo de 2014 23:57PM desde: <http://childlabour2013.org/%EF%BF%BCglobal-estimates/>
- Pérez-Latre, F. (2011). *La publicidad y los medios*. Pamplona: Eunsa.
- Rovira Sancho, G. (2013). De las redes a las plazas: La Web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. *Acta Sociológica*, (62). Recuperado el 26 de marzo de 2014 20:08PM desde: <http://www.ojs.unam.mx/index.php/ras/article/download/44102/39890>
- Sancho, G. R. (2014). Las movilizaciones sociales en la era de la web 2.0: de redes y protestas en las calles globales. *Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História*. e-

ISSN 2176-2767; ISSN 0102-4442, 46. Recuperado el 30 de marzo de 2014 19:36PM desde: <http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/17170/13743>

Valiente, F. J. (2004). Comunidades virtuales en el ciberespacio. *DOXA Comunicación. Revista*. Recuperado el 30 de marzo de 2014 22:41PM desde: <http://doxacomunicacion.es/pdf/artculovaliente.pdf>

Van Peborgh, E. (2010). *Odisea 2.0*. Argentina: La Crujía.

Vélez, P. (2013). Activismo 2.0. El movimiento *Occupy Wall Street*. Trabajo de grado para optar por el título de Magíster en Comunicación digital. Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana, p 60-69. Colombia