

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del Título de: Licenciado/a en Comunicación Social con especialidad en Desarrollo

TÍTULO:

Redes Sociales Virtuales y su incidencia en los procesos de comunicación de los Movimientos Sociales indígena y ecologista del Ecuador.

AUTORES:

MARÍA DANIELA BARONA CORDERO

JUAN GABRIEL CABEZAS SÁNCHEZ

DIRECTOR:

MÁSTER LEONARDO OGAZ

QUITO, FEBRERO 2011

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
Movimientos sociales, Internet y comunicación (aproximaciones teóricas y conceptuales)	3
I.1 Comunicación	3
I.1.1 Comunicación como interacción	3
I.1.2 Comunicación, identidad y cultura.	6
I.1.3 Mediaciones y apropiación de los medios	8
I.1.4 Medios de comunicación de masas	12
I.2 Teoría de redes	16
I.2.1 Las Redes y sus componentes	17
I.2.2 Teoría de Seis grados de separación	18
I.2.3 La Sociedad de Red.....	20
I.2.4 Un modelo de comunicación dentro de la Sociedad de Red	22
I. 3 Internet y redes sociales	23
I.3.1 La autopista de la Información	23
I.3.2 Las Sociedades virtuales.....	26
I.3.3 La Web 2.0.....	29
I.3.4 Las Redes Sociales	31
I.3.5 Los excluidos de la Red	34
I. 4 Movimientos sociales	36
I.4.1 Movimientos sociales: identidad, democracia y participación.....	40
I.4.2 Breve historia de los movimientos sociales en el Ecuador.....	44
I.4.3 Historia del movimiento ecologista en el Ecuador.....	47
I.4.4 Movimientos sociales en Internet.....	52

CAPÍTULO II

Participación de los movimientos sociales ecologista del Ecuador, en las redes sociales virtuales	56
II.1 ¿Para qué y cómo usan los movimientos sociales las redes sociales virtuales? ...	56
II.1.1 Conceptualización de la comunicación para los movimientos sociales en redes sociales virtuales.....	59
II.2 Resultados de la utilización de las redes sociales virtuales	62
II.2.1 Las redes sociales más populares	62
II.2.1.1 Facebook.....	63
II.2.2 Motivaciones, convocatorias y reacciones.....	67
II.2.3 Percepción de los usuarios sobre los movimientos sociales en red.....	69

CAPÍTULO III

Movimiento social ecologista ecuatoriano en Facebook	72
III.1 Análisis de los procesos de comunicación de los movimientos sociales en las Redes Sociales Virtuales.....	72
III.2 Experiencias del movimiento ecologista.....	75
III.2.1 Ciclópolis.....	75
III.2.2 Biciacción.....	77
III.2.3 La Hormiga.....	78
III.2.4 Proanima.....	80
III.2.5 Acción Ecológica	82
III.2.6 PAE.....	83
III.3 Ventajas de las redes sociales para el movimiento social ecologista ecuatoriano	85
III.3.1 Inmediatez	85
III.3.2 Interactividad	86
III.3.3 Ahorro de recursos	86
III.4 Desventajas del uso de Facebook para el movimiento ecologista ecuatoriano	87
III.4.1 Falta de acceso.....	87
III.4.2 Subutilización de la tecnología.....	88

III.4.3 Filtro de expresión.....	88
III.5 Democracia y subjetividad en Internet.....	89
III.5.1 Revolución en la Web.....	89
III.5.2 Nuevas nociones.....	92
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
BIBLIOGRAFÍA.....	101
ANEXOS.....	103

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un concepto que ha variado a través del tiempo. El modelo difusionista de la misma explica bajo un esquema lineal la forma como los sujetos se interrelacionan, sin embargo con el pasar del tiempo, las investigaciones han determinado que el sujeto es mucho más que un mero receptor de la información que llega a través de los distintos medios de comunicación.

En efecto, quién recibe el mensaje tiene la posibilidad de apropiarse de él, de entender el mensaje a través de su propia cosmovisión, desde su cultura, sus experiencias, sus vivencias. Esto implica entonces que a pesar de que los mensajes salgan del emisor de manera unificada, la forma de recibirlos sea personalizada. Es decir que lo que interioriza una persona no será el mismo proceso en otra. Esto es lo que se denominan mediaciones. En este proceso debe entenderse Internet y las redes sociales virtuales como Facebook que se convierten en un canal de comunicación que además tiene la particularidad de conectar a sus usuarios bajo el esquema de un tejido.

La Sociedad de la Información justamente implica que los sujetos vayan tejiendo sus propios lazos comunicativos a través de los cuales, reciben la información, la procesan y a su vez generan conocimiento desde cada uno. Luego de ello actúan de acuerdo a las mediaciones que se han generado en la dinámica misma de su proceso.

Por otro lado, está el mundo real y en él se encuentran insertas las organizaciones sociales de todo tipo y para el caso de este estudio, las ecologistas. Su accionar se da en el campo de lo real y no de lo virtual, sin embargo la misma estructura red de la sociedad hace que la frontera entre lo real y lo virtual sea cada vez más cercana y que las luchas pasen por uno y otro lado. Es por esto que los objetivos que se plantearon para la realización de este documento buscan identificar la participación que tiene el movimiento ecológico en Facebook., establecer si la mencionada red social forma parte de un proceso democrático e incluyente para la sociedad.

Además se investiga si el Facebook motiva o no la participación del movimiento ecológico y qué impacto tiene en la sociedad, explorar si la participación en las redes sociales por parte de grupos organizados integra un modelo de comunicación más interactivo y finalmente investigar si en esta red virtual se reproducen los mismos ejercicios de poder que en los medios masivos tradicionales.

En un breve recorrido de este trabajo, en el primer capítulo se da una aproximación teórica-conceptual de los movimientos sociales, Internet y la comunicación. En el segundo capítulo, se establece como objeto de estudio relacionado al movimiento ecologista ecuatoriano y su participación en Facebook, sus motivaciones, usos y resultados. En el apartado final, se observa con mayor especificidad al movimiento ecologista nacional y sus agrupaciones dentro de la nombrada red social; las ventajas y desventajas de la participación en la red de estos grupos y como análisis global se observa cómo se va conformando la democracia y la subjetividad en Internet.

Para esta investigación se analizó únicamente la presencia de las organizaciones ecologistas ecuatorianas y no a aquellas del movimiento indígena, como lo indica en el título del plan aprobado. Esto debido a que las primeras tienen mayor presencia en Facebook, en comparación con las segundas, cuya presencia es nula, a pesar de que existe la intención de utilizar esta herramienta. Al contrario las ecologistas utilizan regularmente las aplicaciones de esta red para llegar a su público. Asimismo, no se tomaron en cuenta otros movimientos porque su participación es escasa. Por otro lado, se analizó únicamente Facebook debido a que es la red social virtual con un creciente número de usuarios en el país y la que más interactividad genera.

Una concepción difusionista de la comunicación puede influenciar en la manera en la que los grupos utilizan estas tecnologías. Por otro lado, el analfabetismo digital puede complicar su uso y la recepción de los mensajes cuando no se tiene claro el concepto integral que implica una dinámica comunicacional.

Este análisis busca ser un inicio de una investigación más profunda respecto al fenómeno Facebook en el Ecuador.

CAPÍTULO I

Movimientos sociales, Internet y comunicación

(aproximaciones teóricas y conceptuales)

I.1 COMUNICACIÓN

La comunicación entendida desde la propuesta latinoamericana¹, deja de ser un simple proceso de transmisión de información para convertirse en un tejido de actores en el que dinamizan la identidad y la cultura, en un sentido en el que los gestores de estos procesos son a su vez mediadores y ya no mediados por los medios de comunicación masiva.

Esta comunicación también promueve un verdadero diálogo entre sujetos ya que se concentra en una acción e interrelación entre los actores de la comunicación a partir de una comunicación que comparte la significación y de ahí compartir es una acción participativa.

I.1.1 COMUNICACIÓN COMO INTERACCIÓN.-

La interacción social ha sido uno de los objetos de estudio durante varias décadas y ha sido abordada desde distintos campos como la psicología o la sociología. En comunicación este concepto también ha sido de interés por lo que ya desde principios del siglo pasado se hicieron varios experimentos sobre este tema. Por ejemplo aquel a cargo de la Escuela de Chicago. Sin embargo, varias décadas más tarde la interacción social toma importancia con los estudios realizados por la Escuela de Palo Alto, específicamente aquellos realizados por Paul Watzlawick y James Bateson, representantes de esta tendencia.

¹ Frente a las teorías lineales y creadas a partir de las realidades, europea y estadounidense surge una nueva concepción de la comunicación, construida en América Latina, que la describe como una relación e interacción entre los sujetos donde la cultura es un aspecto primordial. La comunicación de esta manera se refiere a aquellas prácticas sociales de acción e interrelación de los sujetos. Rosa María Alfaro, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, son parte de esta tendencia.

De esta manera, estos como otros teóricos coinciden en que el concepto de interacción tiene relación con la reciprocidad y retroalimentación que existe en un proceso donde intervienen dos o varios sujetos “es la reciprocidad, la conducta en retorno, lo que confiere a las conductas, a la consideración del otro, su carácter de interacción”². De esta manera el reconocimiento del otro y no solo la percepción de este, implica la interacción.

Así, “la comunicación es una interacción”³ debido a que no es una mera transmisión de la información sino que es la interrelación que existe entre los sujetos, que a través de un comportamiento verbal o no verbal, entretienen e intercambian a partir de la reacción que un sujeto (o varios) tiene sobre otro (o varios).

De esta manera, la comunicación no puede entenderse lejos del concepto de interacción, de esa relación entre los sujetos que implica una reciprocidad, una reacción o lo que se conoce como *feedback*. “Lo comunicativo es... una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales. Es el reconocimiento de la existencia de actores que se relacionan entre sí dinámicamente, a través de medios o no, donde existe un UNO y OTRO, o varios OTROS, con quienes cada sujeto individual o colectivo establece interacciones objetivas y principalmente subjetivas...”⁴

Según Rosa María Alfaro, el sujeto está siempre en interacción debido a su constante relación con el mundo que lo rodea, con la cotidianidad, con los otros sujetos e incluso con los medios de comunicación. La construcción de las subjetividades de hecho son producto y a la vez causa de la interacción social de los sujetos, debido a las relaciones y significados de las cuales se generan.

En efecto la comunicación se constituye como un proceso en el que los actores son los

² MARC, Edmond, PICARD, Dominique, La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación, Paidós, Barcelona, 1992, p. 14

³ MARC, Edmond, PICARD, Dominique, Op. Cit. P. 20

⁴ ALFARO, Rosa María, Una comunicación para otro desarrollo, Calandria, Perú, 1993, p. 27

sujetos que lo construyen con base en tres características: la diversidad, la intervención y las acciones en las que puedan emprender, lo cual permite identificar y comprender al otro. Por ello si se quiere entender a la comunicación no se deben dejar de lado el sentido y la significación que tienen factores como el habla, el silencio, las imágenes, los sonidos, los movimientos del cuerpo, el espacio, el contexto, entre otros que son los que definen las subjetividades, base del proceso de interacción.

Otro de los aspectos que intervienen en el proceso comunicativo, de acuerdo a la propuesta de Paulo Freire, es el conocimiento que se va construyendo a partir de las experiencias de los sujetos y de la curiosidad que estos tengan para percibir la realidad que los rodea, de una manera crítica. De hecho, para que exista conocimiento los sujetos deben enfrentarse con el mundo. Esto debido a que el proceso gnoseológico no es estático, al contrario es dinámico, ya que precisamente el conocimiento significa acción, reflexión, crítica, búsqueda del sujeto y no del objeto. Así aprender es apropiarse de lo aprendido y transformar lo aprehendido aplicándolo a situaciones reales.

Además de la interacción entre sujetos, los individuos se interrelacionan también con los medios de comunicación a través de ellos comprenden el mundo que los rodea, crean y recrean compromisos, valores, experiencias que surge de la forma en cómo reciben lo que se transmite a través de los *media*. Es por ello que el proceso de interacción no solo atraviesa por las interrelaciones entre los sujetos sino que también se da cuando un sujeto está consumiendo uno de los productos que le llega a través de los medios masivos, esto debido a que no es un ente pasivo sino que percibe y modela sus subjetividades a través de la recepción.

Dentro de esta apartado se enmarca también los enunciados del sociólogo y filósofo, Jurgen Habermas, quien manifiesta que la comunicación es una interacción, es decir la parte fundamental de la acción social. Para Habermas, un caso ejemplar de la acción social es la cooperación entre dos o más actores que coordinan sus acciones instrumentales para la “ejecución de un plan de acción común”⁵. Esto es lo que se define

⁵ HABERMAS, Jurgen, “Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos”, Editorial

como la acción comunicativa.

Otro aspecto importante dentro de la definición de interacción de este autor, es que los actores que participan en la acción comunicativa tienen un “saber” común, el cual debe satisfacer condiciones exigentes. Este saber crea un acuerdo como un reconocimiento intersubjetivo de pretensiones de validez susceptibles de crítica. Acuerdo quiere decir que los participantes aceptan un saber como válido, es decir, intersubjetivamente vinculante. Las vinculaciones recíprocas sólo surgen de convicciones compartidas intersubjetivamente.

I.1.2 COMUNICACIÓN, IDENTIDAD Y CULTURA.-

La nueva sociedad de la información y con ella la globalización de los procesos de comunicación, en los cuales los medios masivos juegan un papel primordial, pueden ser consideradas como una amenaza para las culturas ancestrales, ancladas en una territorialidad específica. Esto, debido a los procesos de manipulación y de transmisión de imaginarios de pluralidad equivocados que pueden transmitirse con el fin de unificar, de mundializar la cultura. Sin embargo, lo que se gesta en los medios de comunicación, en América Latina, responde, en ciertos casos, a las nuevas prácticas de la diversidad y la heterogeneidad que se dan en los países de la región. Así, los medios masivos, entre ellos la Internet, se convierten en espacios en los que los actores sociales se encuentran, se identifican, se reinventan “Hoy estas redes no son únicamente el espacio por el que circula el capital, las finanzas, sino también un lugar de encuentro de multitudes, de minorías y comunidades marginadas... En las grandes ciudades, el uso de las redes electrónicas ha permitido la creación de grupos que, virtuales en su origen, acaban territorializándose, pasando de la conexión al encuentro y del encuentro a la acción”⁶.

De esta forma entonces los medios de comunicación empiezan a crear un nuevo sentido

Cátedra, Madrid, 2001. Pag. 479

⁶ DE MORAES, Dênis, Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder, Icaria editorial, Barcelona, 2005, p. 40

de la diversidad que empieza cuando las culturas se topan y se exponen unas a otras en el mismo espacio, lo que supone un reconocimiento de uno mismo, como ente cultural, para observarse y enriquecerse en la diferencia y de respeto hacia el otro diferente.

Es por ello que los actores del proceso de comunicación ya no son los medios de comunicación de masas, sino que, los antes llamados receptores de la información se hacen mediadores de la comunicación y pasan a explicar, reinventar y legitimar, en la cotidianidad, los discursos transmitidos. Así “la comunicación se percibe, en todo caso, como el escenario cotidiano del reconocimiento social, de la constitución y expresión de los imaginarios a partir de los cuales la gente representa lo que teme o lo que tiene derecho a esperar, sus miedos y sus esperanzas”⁷ y con ello en los medios masivos se rehace y construye diariamente la cultura, con el fin de sobrevivir ante las nuevas exigencias de un panorama globalizado. Por ello por ejemplo no es extraño ver que cada vez más grupos culturales y sociales estén utilizando un medio masivo como Internet, para comunicar de sus prácticas e interactuar con otros grupos e individuos alrededor del mundo.

En efecto es necesario comprender a la comunicación desde una nueva perspectiva que implica un “proceso de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es simplemente un decodificador de lo que en el mensaje transmitió el emisor, sino un productor también”⁸.

El hecho de que las culturas, en un mundo globalizado, estén en continuo contacto hace que la sociedad adquiera la característica de la interculturalidad. La diversidad de culturas y la posibilidad del encuentro de estas con la ayuda de la conexión tecnológica y la facilidad de movilidad, hace que necesariamente las sociedades deban asumir el reto de la interculturalidad en sus procesos de comunicación. Es por ello que la heterogeneidad es un factor básico para comprender y asumir los nuevos escenarios de la

⁷ DE MORAES, Dênis, Op. Cit. P. 44

⁸ MARTÍN-BARBERO, Jesús, De los medios a la mediaciones, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003, p. 291

comunicación, esta debe ser “un valor articulable a la construcción de un nuevo tejido de lo colectivo, de nuevas formas de solidaridad”⁹ que se entretujan en las expresiones y experiencias del presente y no del pasado.

Adalid Contreras define tres nuevos procesos en los que la comunicación adquiere su sentido intercultural. El primero tiene que ver con la forma como las culturas tradicionales se enfrentan a los nuevos escenarios globalizados, esto muy lejos de ser una lucha más bien se orienta a la necesidad de reelaborar lo simbólico para construir el futuro en el nuevo panorama. Un segundo aspecto tiene que ver con las transformaciones de las culturas y las nuevas formas de estar juntos en ciudades con fuertes flujos de información. Este escenario se relaciona o da origen al tercero que tiene que ver con las nuevas interrelaciones especialmente de los jóvenes que generan la creación de culturas mestizas, con nuevos valores y nuevas formas de ver el mundo que los rodea, atravesados de las posibilidades tecnológicas de conexión. Estas son identidades con un pasado más reciente que son más flexibles debido a que pueden interactuar de forma más dinámica con otros patrones culturales.

De esta manera las identidades se reconstruyen en lo cotidiano de acuerdo las relaciones que existen entre lo individual y lo colectivo y también a lo que se gesta y percibe desde los medios de comunicación masiva. Es por ello que la cultura, desde la comunicación no puede ser percibida como estática sino al contrario, debe ser entendida desde la flexibilidad y el dinamismo que implican la interacción entre los sujetos.

Mucho más allá de la relación instrumental que puede haber entre cultura y comunicación, esta última se relaciona con la primera debido al intercambio de signos y sentidos que existe entre los sujetos para mantener viva una cultura.

I.1.3 MEDIACIONES Y APROPIACIÓN DE LOS MEDIOS.-

Todo proceso de comunicación está atravesado por mediaciones sociales y culturales, es

⁹ CONTRERAS, Adalid, Imágenes e imaginarios de la Comunicación-Desarrollo, Ciespal, Quito, 2000, p.104

decir que la experiencia cotidiana de una persona, sus relaciones familiares, las subjetividades, entre otros factores se toman en cuenta para entender a la comunicación y a la forma en que los sujetos reciben la información y se interrelacionan con otros. Es por ello que, la comunicación, desde esta visión, constituye un proceso de interacción simbólica que va más allá de lo ideológico.

Según Jesús Martín Barbero, las mediaciones son aquellos elementos o componentes que intervienen en todo proceso de comunicación y estas se encuentran tanto en el emisor como en el receptor y entre estos pueden estar los medios de comunicación. Estas partes provienen de fuentes internas al sujeto y se constituyen en nuevas fuentes de significación, es decir que de esta manera se puede entender porque los sujetos entienden de una u otra manera los procesos de comunicación y con ella los mensajes que se transmiten.

Es así como, el receptor pasa de ser un ente pasivo a ser un sujeto activo, crítico y participativo de los procesos de la comunicación y los medios de comunicación se convierten en agentes culturales y de socialización. En modelos anteriores que estudian la comunicación, como el funcionalismo o la visión estructuralista, el receptor simplemente percibía la información sin ninguna capacidad de reacción, sin embargo a partir de la teoría de las mediaciones aparece un receptor activo capaz de resistir y elegir, es decir pasa a ser protagonista del proceso. En este sentido, la recepción es un proceso necesariamente mediado, en el cual se debe tomar en cuenta que la exposición al mensaje o a los medios, por parte del sujeto, es necesaria pero no suficiente para que haya una verdadera comunicación, sino que el proceso comunicativo se produce en el momento de la recepción y no de la emisión como lo planteaba el funcionalismo. De esta manera emisor y receptor comparten el poder.

Frente a la persuasión planteada por ciertos modelos Paulo Freire, en contraposición, propone un modelo de comunicación en el cual el receptor es captador de una acción liberadora. Así, al encontrarse con el mensaje, el destinatario tiene la posibilidad de desconfigurar el mensaje a través de tres acciones: problematización de la realidad,

captación crítica y acción crítica. Por ello describe a la comunicación como un proceso que educa y no que intenta domesticar a los receptores. En este sentido, el diálogo es básico para problematizar una realidad concreta y a partir de ello conocer, transformar, explicar y reflexionar sobre ella.

Este conocimiento, como parte del proceso de comunicación, según Paulo Freire se da por las relaciones que el hombre tiene con su entorno en el cual intervienen la cultura y como parte de ella la historia, esto entonces, implica una reciprocidad entre los sujetos “comunicar es comunicarse en torno al significado significante. De esta forma, en la comunicación no hay sujetos pasivos. Los sujetos cointencionados al objeto de su pensar se comunican su contenido”¹⁰. Es por ello que el objeto, que es el producto del pensamiento o el conocimiento, cumple un rol mediatizador entre emisor y receptor.

Como consecuencia de esta acción liberadora que surge en el marco de la comunicación se plantea entonces que el sujeto pueda adquirir conciencia de su ser, de su entorno para luego transformarlo y comunicarlo a través del diálogo. Es por ello que Freire define cuatro momentos para adquirir el conocimiento en medio de este proceso comunicativo. El primero, la admiración de la realidad es decir captar el mundo alrededor pero de una manera individual, es decir desde la mirada de cada sujeto. El segundo tiene que ver con la descripción de la realidad es decir una mirada reflexiva, desde dentro, proceso en el cual interviene el bagaje histórico y la cultura. La tercera etapa implica una admiración de la realidad pero en grupo, es decir el diálogo que permite las interrelaciones entre los sujetos que finalmente los llevará al conocimiento. Y por último y para cerrar el ciclo anterior, está la decodificación o análisis crítico de la realidad.

La teoría de la mediación social propuesta por Manuel Martín Serrano, en los años 70 del siglo pasado, propone que la acción, la información y la organización social ya no son elementos aislados sino que se relacionan en cuanto el sujeto puede mediar entre ellas “está capacitado para operar indistintamente con la acción que transforma, con la

¹⁰ FREIRE, Paulo, ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural. Siglo XXI editores, Montevideo, 1991, pg. 75

información que conforma y con la organización que vincula”¹¹.

Uno de los elementos básicos para comprender la mediación social es el análisis de la referencia, ya que son los actores quienes van conformando su mundo en torno a sus códigos culturales que a su vez dan vida a las estructuras e instituciones de las cuales son parte. En este sentido, los medios de comunicación masiva cumplen con una función mediadora al crear representaciones colectivas del entorno social. Esos marcos de referencia a los actores favorecen el cambio, sin embargo en este proceso los mismos emisores se convierten en actores. Es así como los medios masivos a la vez que recrean la vida social también legitiman los poderes sociales y políticos, es decir que es una acción de dos vías.

A partir de lo expuesto anteriormente, surge el concepto de apropiación que es cuando los agentes sociales individuales o colectivos actúan de manera diferencial frente a los mensajes que circulan a través de los *media*. Este proceso a su vez permite que los agentes sociales adquieran conciencia sobre el uso de los medios de comunicación y puedan llegar a establecer “relaciones de seducción, recuperación de necesidades, de usos y utilidades varias, en un inmenso y complejo mar de negociaciones diversas, hechas de razonamientos, pero especialmente de emociones, goces y recuperaciones simbólicas”¹² para de esa manera construir un contrapoder a lo establecido.

De hecho, las teorías que marcaban el poder de los medios, desde el emisor, cada vez pierden más peso con el estudio de la influencia que la cultura puede tener en las diferentes audiencias, incluso la producción misma de los programas está atravesada por la cultura esto porque se destaca la “importancia de la mediación y la interacción en la construcción colectiva del objeto técnico y demuestran que la formación del uso social de estas técnicas descansa en complejos procesos de enfrentamiento entre la innovación técnica y la innovación social”¹³.

¹¹ SERRANO, Manuel Martín, Mediaciones sociales en www.ucm.es, 2007

¹² ALFARO, Rosa María, Op. Cit., p. 42

¹³ MATTELART, Armand y Michéle, Historia de las teorías de la comunicación, Paidós, Barcelona, 1997, p. 104

Según Michel Certeau, el consumo de los productos fabricados por la industria de los *media* es el concepto clave para entender el poder de estos o dicho de otra manera los consumidores, los usuarios de los dispositivos a través de los cuales llega la información y los mensajes son los que verdaderamente tienen el poder frente a lo que emite el receptor y no los medios masivos.

Por su parte John Thompson definió a los medios de comunicación a partir de tres tipos de interacciones. La primera tiene que ver con la interacción cara a cara entre los individuos que comparten un mismo espacio físico. La segunda es la interacción mediada que es cuando se utilizan las tecnologías de la información pero que de todas maneras es directa entre los individuos, esto por ejemplo se da cuando dos personas tienen una conversación a través del teléfono. El tercer tipo, es la semi interacción mediada, es decir las reacciones que tienen los sujetos frente a lo que presentan los medios de comunicación, así los individuos pueden recibir lo que se transmite en la televisión, por ejemplo, y tener sus propios puntos de vista respecto al tema que se trata e incluso debatir con otros sobre ello, sin embargo no es directa en cuanto la televisión no emite ningún tipo de respuesta respecto a lo que el receptor recibe. Sin embargo, en este sentido la audiencia no es pasiva de ninguna manera, al contrario es activa.

I.1.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.-

De lo anterior se concluye que, los públicos, los consumidores de los medios de comunicación, son activos en el proceso que se da en la transmisión de mensajes, sin embargo, es necesario hacer un recorrido respecto a los medios de comunicación a los cuales nos referimos.

Los periódicos, la radio, la televisión y hoy Internet, son los medios masivos que más influencia tienen en la sociedad actual. El más antiguo de estos es la prensa, con sus antecesores: los panfletos y hojas volantes que se distribuían en el siglo XVII. En el Ecuador el primer periódico fue *Primicias de la Cultura de Quito*, a cargo de Eugenio de

Santa Cruz y Espejo, que circulaba a finales del siglo XVIII. Este medio de comunicación pretendía ser una voz de protesta ante lo que en esa época se vivía es decir el proceso de dominación española y la lucha por la independencia.

Para el siglo XIX los periódicos comenzaron a tomar fuerza incrementando su tiraje y área de influencia. Además “este tipo de rotativos se convirtió en una de las grandes fuerzas políticas y ha seguido siéndolo hasta la actualidad”¹⁴ debido a que sus propietarios son parte de los grupos de poder.

La radio aparece hacia 1920 del siglo pasado con la creación de un artefacto de transmisión de ondas cortas que venía perfeccionándose desde principios de siglo. El poder de este aparato y de los mensajes que se transmitían a través de él, se fue consolidando debido a la sensación que causaba en las familias que poco a poco iban incorporando el uso del electrodoméstico a sus actividades diarias. Si bien en sus inicios se vendían como parte del negocio de la venta de receptores, la radio estuvo presente en varios acontecimientos de la historia de la humanidad, en los cuales jugó un papel protagónico debido a su incidencia en la masa. La I Guerra Mundial fue uno de ellos, ya que en esta época la radio sirvió a los soviéticos para difundir su idolología ya que era usado como sistema de propaganda. Asimismo durante la II Guerra Mundial este fue el medio de comunicación preferido de los nazis, por el cual transmitían propaganda.

En los últimos 30 años los periódicos y la radio fueron perdiendo influencia debido a la llegada de la televisión. Si bien desde 1906, incluso años antes, comenzaron a darse los primeros inventos relacionados a las imágenes en movimiento no fue sino hasta 1937 del siglo XX cuando se inventó y popularizó la televisión electrónica. En 1948 se incorpora el color a la imagen que hasta ese entonces era solo en blanco y negro. Este medio presente en casi todos los hogares es una de las actividades de ocio favoritas de las familias, la misma que además se ha diversificado con otras tareas que puede conjugar la pantalla del televisor como los videojuegos o las películas en DVD o VHS.

¹⁴ GIDDENS, Anthony, Sociología, Alianza Editorial, Madrid, 2000, p.467

Sin embargo, desde hace casi una década, con la llegada de la multimedia (conjugación de video, audio y texto), la pantalla -antes solo útil para el televisor- comienza a adquirir nuevas funciones, así, “la articulación del televisor, el ordenador y el teléfono, ha creado una nueva máquina de comunicar, interactiva y basada en las posibilidades del tratamiento digital de la información”¹⁵. Se trata de Internet, que está transformando la forma de actuar de los medios de comunicación según como se habían concebido hasta hace casi una década. Así, actualmente se busca que a través de una sola pantalla, los usuarios tengan acceso a todo tipo de actividades: comprar, entretenerse, estudiar, investigar, etc., y todo ello gracias a las opciones multimedia, a través del computador conectado a Internet.

Por ello, el avance de la tecnología está en la mira de los grandes imperios de los medios de comunicación que buscan integrar varios sistemas a las nuevas tendencias, definidas por Giddens en las siguientes: la mejora de las funciones de los computadores y la reducción de sus costos, la digitalización de los datos, el desarrollo de las comunicaciones vía satélite y el desarrollo de la fibra óptica. Estos factores están atravesados por las posibilidades de los sistemas multimedia, que debido a su característica integran a varios medios en uno solo, principalmente a través del computador, lo que amplía las posibilidades que tienen los usuarios de usar un medio de comunicación ya que pueden realizar varias funciones.

En general, los medios de comunicación de masas forman una parte fundamental en la configuración de la cotidianidad y la vida de los sujetos, ya que proporcionan la información que sirve de materia prima para entender al mundo.

Internet.- Tiene su origen en la década del 60 del siglo pasado, en los Estados Unidos. En el contexto de la Guerra Fría, el departamento de defensa de ese país desarrolló Arpanet y Milnet, sistemas de comunicación que pudieran sobrevivir a un ataque nuclear. La idea era que los científicos militares pudieran compartir el costoso equipo y los recursos para la investigación. A la par los investigadores desarrollaron un sistema de

¹⁵ RAMONET, Ignacio, La tiranía de la comunicación, Editorial Debate, Barcelona, 2001, p. 9

correspondencia que fuera más rápida que el correo tradicional, denominado *e-mail* o correo electrónico.

Arpanet estaba destinado a la investigación científica y Milnet tenía fines militares. A Estados Unidos le siguió Europa donde se desarrolló, bajo el mismo esquema de redes interconectadas, el Centro Europeo de Investigación Nuclear, cuyo aporte fue el hipertexto (texto en una computadora que conduce a otro texto).

Hasta principios de la década del 80 del siglo pasado, el uso de Internet en los Estados Unidos se limitaba a la conexión entre 500 computadores de laboratorios científicos militares y departamentos de informática de algunas universidades. Al avanzar la década todo tipo de organizaciones ciudadanas iniciaron su participación en la Internet con el fin de compartir información de interés común, así se convirtieron 28 mil los computadores conectados. Además los usuarios incorporaban innovaciones en los programas usados para navegar en la Red.

Sin embargo, no es sino en la década del 90 del siglo XX que la *Web* se populariza con el surgimiento del concepto de *www* (World Wide Web), un tejido de redes interconectadas “las cuales permiten la conexión de redes informáticas desde cualquier parte del mundo mediante un protocolo universal”¹⁶. Esta fue dada a conocer en 1992 luego de una investigación de varios años llevada a cabo por el inglés Tim Berners Lee y el belga Robert Cailiau. En efecto la *www* se pasa a considerar como una “red flexible donde coexisten varias culturas e identidades y a través de la cual los individuos pueden crear sus propios lugares a través de la producción de una página personal”¹⁷.

Así, en 1994 las universidades ya no eran las protagonistas de Internet sino las empresas que empezaron a incorporar a sus servicios en línea para atender a los cada vez más usuarios que se incorporaban al sistema.

¹⁶ BURCH, Sally, Se cayó el sistema. Enredos de la sociedad de la información, Alai, Quito, 2003, p.45

¹⁷ CASTELLS, Manuel, La era de la información. La Sociedad Red, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2002, p.45

Si se compara el desarrollo de los medios de comunicación, Internet ha tenido un vertiginoso crecimiento frente a otros como la radio o la televisión. Estar conectado a la Red es cada vez más necesario en la vida cotidiana ya que a través de esta puede realizar transacciones bancarias, comunicarse con una persona al otro lado del mundo en tiempo real, buscar todo tipo de información, acceder a otros medios de comunicación entre otras miles de aplicaciones.

Sin embargo, no son las únicas utilidades de Internet. Siguiendo a Manuel Castells, el ejercicio de la democracia se está popularizando a través de la Red con experimentos de participación por parte de los movimientos sociales quienes declaran y comparten con otros usuarios sus opiniones respecto a asuntos públicos.

I.2 TEORÍA DE REDES

Las redes de comunicación son las pautas de contacto creadas por el flujo de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y el espacio. Es decir, las redes procesan los flujos. Flujos son corrientes de información entre nodos que circulan por los canales que conectan los nodos. Una red está definida por el programa que asigna los objetivos y las reglas de funcionamiento de la propia red. El programa está compuesto por códigos que incluyen una valoración del funcionamiento y unos criterios para determinar el éxito o el fracaso. Para alterar los resultados de la red es preciso instalar en ella un nuevo programa, dese fuera de la propia red. Las redes compiten o cooperan entre sí. La cooperación está basada en su capacidad para comunicarse, y depende de la existencia de códigos de traducción y protocolos de comunicación y en el acceso a puntos de enlaces. La competencia depende de la habilidad para superar a otras redes gracias a una mayor eficiencia en el funcionamiento o en la capacidad de cooperación.

En un sentido un tanto menos técnico y más relacionado con la cotidianidad, las redes abarcan todos los aspectos de la vida. Al mismo tiempo, los seres humanos forman parte de las redes en las que están insertos. El rededor está influido por algún tipo de estructura en forma de red. Este concepto está aumentando su fuerza en los actuales

momentos actuales gracias a las tecnologías de la información. “Tales tecnologías forman el núcleo central de lo que se llama la Sociedad de la Información; una sociedad en la que las redes tienen mucha más fuerza que en las sociedades anteriores, dada la importancia de las redes tecnológicas y de las redes sociales que como consecuencia se originan”¹⁸.

Las redes se han convertido en la forma organizativa más eficiente debido a tres rasgos:

- Flexibilidad: las redes pueden reconfigurarse en función de los cambios en el entorno, manteniendo su objetivo aunque varíen sus componentes. Son capaces de rodear los puntos de bloqueo en los canales de comunicación para encontrar nuevas conexiones.
- Adaptabilidad: pueden expandirse o reducir su tamaño con pocas alteraciones.
- Capacidad de supervivencia: al no poseer un centro y ser capaces de actuar dentro de una amplia gama de configuraciones, las redes pueden resistir ataques a sus nodos y a sus códigos, porque los códigos están contenidos en múltiples nodos que pueden reproducir las instrucciones y encontrar nuevas formas de actuar. Por ello, sólo la capacidad de destruir físicamente los puntos de conexión puede eliminar la red.

I.2.1 LAS REDES Y SUS COMPONENTES.-

“Las redes están compuestas de nudos, que se llaman habitualmente nodos, y de enlaces entre ellos; que se llaman aristas, si es que son flechas que van de un nodo al otro, con un sentido definido, o bien arcos, si es que la relación es recíproca, o por decirlo de otro modo, las flechas tiene puntas en los dos extremos”¹⁹.

Efectivamente, Internet es una red. Simplificando un poco, los arcos son los diferentes medios que sirven para enlazar dos ordenadores conectados a la red (inalámbricos o

¹⁸ REQUENA, Félix, “Redes sociales y sociedad civil”, Centro de investigaciones sociológicas, Madrid, 2008, p. 141.

¹⁹ MERELO, Juan, “Redes Sociales: una introducción”

alámbricos), mientras que los nodos son las distintas informaciones transmitidas por la Red. Pero también es una red un grupo de páginas web, que usan hiperenlaces para referirse unas a otras. En general se trata de aristas, porque los hiperenlaces tienen una dirección definida (de la página que enlaza a la enlazada).

Si esas páginas web están escritas por una sola persona, o son páginas web personales, los enlaces pueden reflejar una relación social entre los creadores de la web y el autor de esa segunda web.

Las redes sociales son también redes complejas, aunque usan una terminología ligeramente diferente: los nodos son agentes, porque hacen algo, mientras que las aristas o arcos expresan, habitualmente, una relación social tal como se conoce a los usuarios o “amigo de...”.

I.2.2 TEORÍA DE SEIS GRADOS DE SEPARACIÓN.-

Esta es una teoría que intenta probar el dicho de "el mundo es un pañuelo", dicho de otro modo, que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces). La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada Chains. El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera. El libro "Six Degrees: The Science of a Connected Age" del sociólogo Duncan Watts, asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan sólo seis “saltos” o pasos.

Según esta teoría, cada persona conoce en promedio, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan sólo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus

amigos.

Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce pero que puede conocer fácilmente pidiendo a sus amigos y familiares que se los presenten y a los que se suele recurrir para ocupar un puesto de trabajo o realizar una compra. Por ejemplo, cuando se conoce una secretaria interesada en trabajar en un determinado lugar estamos haciendo uso de las redes sociales informales que hacen funcionar la sociedad. Este argumento supone que los 100 amigos de cada persona no son amigos comunes. En la práctica, esto significa que el número de contactos de segundo nivel será sustancialmente menor a 10.000 debido a que es muy usual tener amigos comunes en las redes sociales.

Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1 millón de personas conectadas en un tercer nivel, a 100 millones en un cuarto nivel a 10 mil millones en un quinto nivel y a 1 billón en un sexto nivel. Así en seis pasos y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier individuo del planeta. Evidentemente cuanto más pasos haya que dar, más lejana será la conexión entre dos individuos y más difícil la comunicación. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras creando verdaderas redes sociales mundiales, especialmente en segmentos concretos de profesionales, artistas, etc.

En la década de los 50, Ithiel de Sola Pool (MIT) y Manfred Kochen (IBM) se propusieron demostrar la teoría matemáticamente, a través del siguiente enunciado "dado un conjunto de N personas, ¿cuál es la probabilidad de que cada miembro de estos N estén conectados con otro miembro vía $k_1, k_2, k_3, \dots, k_n$ enlaces?". Sin embargo, no encontraron una justificación a su afirmación.

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram ideó una nueva manera de probar la teoría, que él llamó "el problema del pequeño mundo". Este experimento consistió en la selección al azar de varias personas de la zona oeste de los Estados Unidos, para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles

de millas de distancia. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensarán que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final.

Aunque los participantes esperaban que la cadena incluyera al menos cientos de intermediarios, la entrega de cada paquete solamente llevó en promedio, entre cinco y siete intermediarios. Los descubrimientos de Milgram fueron publicados en "Psychology Today" e inspiraron la frase "seis grados de separación". El dramaturgo John Guare popularizó la frase cuando la escogió como título de su obra en 1990. Sin embargo, los descubrimientos de Milgram fueron criticados porque éstos estaban basados en el número de paquetes que alcanzaron el destinatario pretendido, que fueron sólo alrededor de un tercio del total de paquetes enviados. Además, muchos reclamaron que el experimento de Milgram era parcial en favor del éxito de la entrega de los paquetes seleccionando sus participantes de una lista de gente probablemente con ingresos por encima de lo normal, y por tanto no representativo de la persona media.

Los seis grados de separación se convirtieron en una idea aceptada en la cultura popular después de que Brett C. Tjaden publicase un juego de ordenador en el sitio web de la Universidad de Virginia basado en el problema del pequeño mundo. Tjaden usó la Internet Movie Database (IMDb) para documentar las conexiones entre diferentes actores. La Revista Time llamó a su sitio, "The Oracle of Bacon at Virginia" uno de los "Diez Mejores Sitios Web de 1996". Programas similares se siguen usando hoy en clases de introducción de ciencias de la computación con la finalidad de ilustrar grafos y listas.

I.2.3 LA SOCIEDAD DE RED.-

Cada nueva estructura social tiene su propio origen dependiendo del contexto espacio-temporal. Existe una relación entre el proceso de producción histórico de determinada

estructura social y sus características. Se cuenta con una gran variedad de pruebas que demuestran que la historia no lleva un sentido predeterminado y que cada época y que cada potencia reivindican su derecho a construir la etapa suprema de la evolución humana. Lo que se observa a lo largo de la historia es que las diferentes formas de la sociedad aparecen y desaparecen por accidente, autodestrucción interna como resultado de luchas sociales.

Las redes digitales son globales porque su capacidad de reconfiguración no posee límites. “Por tanto, una estructura social cuya infraestructura esté basada en las redes digitales es global por definición: la sociedad red es una sociedad global”²⁰. Ello no significa, sin embargo, que las personas de todo el mundo estén incluidas en ella; de hecho, por ahora, la mayoría no lo está. Pero todo el mundo se ve afectado por los procesos que tienen lugar en las redes globales de esta estructura social dominante. Ello se debe a que las actividades básicas que configuran y controlan la vida humana en cada rincón del planeta están organizadas en redes.

Sin embargo, la sociedad red se distribuye selectivamente por el planeta, funcionando en los lugares, organizaciones e instituciones ya existentes que todavía constituyen la mayor parte del entorno material de la vida de las personas. La estructura social es global, pero la mayoría de la experiencia humana es local, tanto en sentido territorial como cultural. La sociedad red global es una estructura dinámica, altamente maleable a las fuerzas sociales, la cultura, la política y las estrategias económicas. Pero lo que permanece en todos los casos es su predominio sobre las actividades y las personas ajenas a las propias redes. En este sentido, lo global pasa por encima de lo local, a menos que lo local se convierta en un nodo de las redes alternativas globales, como es el caso de los llamados movimientos antiglobalización, que son un movimiento global por la justicia según sus participantes.

La sociedad de red debe analizarse como una arquitectura global de redes auto-reconfigurables, programadas y reprogramadas constantemente por los poderes

²⁰ CASTELLS, Manuel, Op. Cit, p. 49

existentes en cada dimensión. También el análisis deberá estar dentro de la interacción entre las diferentes geometrías y geografías de las redes que incluyen las actividades básicas, es decir, las actividades que moldean la vida y se realizan en sociedad. Una reflexión final sobre las redes se la hará dentro de una interacción de segundo orden entre estas redes dominantes y la geometría y geografía de la desconexión de las formas sociales que permanecen fuera de la lógica de la estructura de redes global.

I.2.4 UN MODELO DE COMUNICACIÓN DENTRO DE LA SOCIEDAD DE RED.-

Repasando la historia de los medios de comunicación de masas, se puede ver que está apegada a ella un modelo de comunicación que “sigue la lógica de un esquema unidireccional en el que uno o unos pocos son los emisores y muchos o la inmensa mayoría son los receptores”²¹.

Tecnologías como Internet parten de otro modelo de comunicación diferente, que tiene su antecedente en el teléfono. Es el esquema uno a uno, en el que el emisor y receptor juegan roles que se pueden intercambiar durante el proceso de comunicación.

Internet tiene la potencialidad de desarrollar este esquema, más horizontal y democrático que el de los medios de comunicación de masas tradicionales, con la novedad respecto al teléfono de que todos pueden comunicarse con todos. Por primera vez en la historia es posible que multitudes se pongan en contacto simultáneamente, más allá del límite espacial, y con posibilidades interactivas. Lo que Internet ha traído a la vida social de inicios de siglo es una nueva era de la comunicación y la información.

La *Web* tiene la potencialidad de una verdadera comunicación democrática a nivel mundial, lo cual no significa que esto sea ya una realidad. La Red puede ser lo que los usuarios deseen que sea y mientras esto paso las grandes corporaciones económicas llevan la delantera; han visto la posibilidad de llegar a audiencias planetarias y de

²¹ MARÍ, Víctor, “Globalización, nuevas tecnologías y comunicación”, Ediciones de la Torre, Madrid, 2002, p. 157.

conseguir el retrato robot de sus públicos a través de dispositivos de control (horas de conexión, rutas de navegación, lugares de interés en la Red) que hacen de los medidores de audiencia televisivos resulten artefactos anticuados en el estudio de públicos.

El poder existe en la Internet, aunque su gestión parta de modelos menos verticales y visibles y así no exista un centro que jerarquice la información.

I.3 INTERNET Y REDES SOCIALES

I.3.1 LA AUTOPISTA DE LA INFORMACIÓN.-

Este un término que se utilizó principalmente durante la década del 90, del siglo pasado, para describir a Internet. Al proyecto oficial se le bautizó como la Infraestructura de Información Nacional y lo que buscaba era la interconexión entre computadores. Pero el objetivo más amplio incluir todos los tipos distintos de transmisiones de datos entre una gran cantidad de sitios, personas y terminales. Con frecuencia se asocia con el ex vicepresidente de Estados Unidos, Al Gore, quien promovió esta idea con la popularización del término la autopista de la información.

Estas llamadas autopistas estaban controladas de principio a fin por las compañías telefónicas de ese entonces. Algunos ejemplos comerciales fueron CompuServe, America Online, Prodigy, InfoVía, pero ninguno de ellos consiguió controlar a la Internet que estaba naciendo por aquellas épocas, debido a su característica de otorgar libertad total a sus usuarios. Ahora, todos los componentes de esta red, protocolos, servidores u ordenadores son abiertos y forman parte de Internet.

“Otra de las características más llamativas de Internet, es que no necesita de “intermediarios” para que un mensaje llegue a su destino”²². Supongamos que existe una

²² LAGO, Silvia, “Internet y lucha política. Los movimientos sociales en la red”, Editorial Laboratorio Educativo, Caracas, 2006, p. 22

línea de comunicación entre dos puntos (A y B) que necesariamente pasa por un tercero (C) para poder completarse. Si C desaparece por alguna razón, como por ejemplo una catástrofe ambiental, A y B no pueden comunicarse más. Por el contrario, si existe un punto D y la línea de comunicación puede elegir qué camino tomar según el momento, la comunicación será entonces más difícil de interrumpir. Si agregamos que cada uno de los puntos puede ser el que inicie, medie o termine la comunicación, esa red será aún más poderosa e imbatible.

Con el surgimiento y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), la sociedad del conocimiento tuvo el medio propicio para desarrollarse rápidamente, debido a que éstas modernizaron los sistemas tradicionales de difusión de la información y la manera como las personas se relacionan, hasta el punto de hablar de una cibernación, es decir, una sociedad que se relaciona en el ciberespacio, donde las personas se mueven a través de las redes.

Cuando la infraestructura de las redes de computadores se integra al uso del cable de fibra óptica, se denomina autopista de la información, ya que se pueden ampliar los servicios de transmisión de información en diferentes formatos. Es así que hoy en día podemos contar con correo electrónico, salsa de chat, foros de discusión, grupos de noticias, televisión interactiva, televenta, telefonía digital fija y móvil, teletrabajo, videoconferencia, etc.

Otro de los hechos que fueron determinantes para que se consolide la autopista de la información fue la invención del HTML. En 1980, Tim Berners-Lee, un físico inglés que trabajaba en el Consejo Europeo para la Investigación Nuclear (CERN), diseñó un programa para mejorar las comunicaciones entre los investigadores, tanto dentro del Consejo como con otros centros de investigación del mundo. Lo denominó Enquire. Cuando volvió al Consejo tras haber trabajado en una empresa, el CERN ya se había convertido en el nudo principal de la red TCP/IP en Europa. Allí vio la posibilidad de reanudar su trabajo y agregarle el hipertexto, un concepto que había sido inventado por Theodor Nelson en 1965, quien lo definió como un documento que se muestra ante una

demanda del usuario por conocer más sobre un tema propuesto. Finalmente, en 1989, Berners-Lee junto a sus colaboradores dieron a conocer las tres partes que conformaban la base del sistema actual:

- a) Un protocolo de comunicación (llamado HTTP).
- b) Un sistema mediante el cual se pueden relacionar documentos a partir de enlaces definidos entre ellos.
- c) El HTML (lenguaje de marcas hipertextuales), un formato que permite armar un documento con texto, imágenes y enlaces a otros documentos.

Al poco tiempo, se dieron a conocer dos programas de computadoras que cerraban el círculo: el primer servidor de páginas web y el primer navegador. “A partir de ese momento Internet empezó a ser “eso” que conocemos actualmente”²³. La primera página web se puso en línea, es decir estuvo accesible para el mundo, el 6 de agosto de 1991 y era una explicación de los conceptos que estaban detrás de los proyectos y del uso que tendría la World Wide Web (www) en el futuro.

La gran ayuda para que el sistema de Berners-Lee fuera adoptado mundialmente fue que en lugar de crear una empresa y vender sus inventos, los abrió al resto de la comunidad.

De esta manera, su sistema se difundió con rapidez y poco a poco se fue convirtiendo en un estándar. Cualquiera podía aprender a crear una página web. Para hacerlo no se necesita ningún programa específico: sólo una computadora y un editor de textos. Otra hubiese sido la historia si Berners-Lee hubiera vendido sus programas a alguna empresa multinacional para que mejorara sus comunicaciones entre oficinas, o si hubiese patentado su descubrimiento para impedir la copia.

La Internet brinda un gran aporte a la comunicación, ya que uno de los fines de la Red es que no sólo se debe recibir la información sino también crearla. Al poco tiempo de difundirse este sistema y de ser adoptado en varias instituciones científicas, el mundo

²³ LAGO, Silvia, Op. Cit, p. 25

empresarial lo tomó como una nueva posibilidad para hacer negocios. De esta forma comenzó la masificación del uso de Internet.

Los medios masivos de comunicación tradicionales no permiten la interacción entre las partes: son canales unidireccionales de comunicación, entre un emisor y los receptores. Internet se presenta como un medio en el que todos pueden ser emisores y receptores. Si bien hasta hace poco tiempo esto era más una posibilidad que una realidad, las nuevas herramientas y aplicaciones parecen llevar adelante esa promesa.

Internet se ha establecido como un medio de comunicación relativamente económico, que permite transmitir contenidos con escaso costo, y sin el límite del número de licencias que tienen los medios de radiodifusión. De esta forma, por ejemplo, muchas organizaciones con pocos recursos pueden armar sus programas de radio o televisión y distribuirlos por Internet, lo que les permite relacionarse con otros movimientos y difundir sus propuestas y acciones.

I.3.2 LAS SOCIEDADES VIRTUALES.-

Los nuevos medios ponen en juego otra concepción de las relaciones comunicativas, del propio concepto de comunicación, del papel del comunicador, de la difusión y acumulación del saber y, lo más importante, del modo en que la civilización presente y futura establecerán las reglas del juego de la sociedad, qué valores serán conservados, qué tipo de cultura y qué elementos culturales serán enseñados y transmitidos (por tanto como se reorganizarán las tendencias al momento de educar en función de las nuevas demandas técnicas y de conocimiento) y cómo se protegerá al usuario-consumidor de las nuevas máscaras bajo las que se presentará el control, la sanción y la alineación que el sistema ejerce sobre él. Más que nunca, la relevancia y universalidad cobrada por los medios recientes reformulan conceptos radicales como la seguridad, la libertad y la igualdad en el acceso a la información.

La formación de valores culturales a través de los medios de comunicación de masas se comprendió en el pasado en función de los artefactos técnicos disponibles y de modo

unidireccional, como envíos desde un emisor todopoderoso y anónimo hacia un gran número de receptores. Actualmente, el problema se ha agigantado ya que no solo implica a los agentes comunicativos clásicos, sino a los elementos mismos del sistema capitalista post-industrial: Estado, empresas, instituciones, servicios, finanzas, etc.

Las redes de comunicación virtuales son nuevas modalidades del espacio virtual. En ellas tiene lugar la coordinación instantánea de acciones a distancia. Las redes son la antesala a una llamada “desencarnación total que tiene lugar en el ciberespacio. Se trata de máquinas de comunicar que potencian la descorporeización y de tecnología de la representación que resignifican las nociones centrales de identidad, subjetividad, pertenencia, comunidad, verosimilitud”²⁴. Además el ciberespacio es la renovación de la idea de comunidad virtual como puntos de pasaje para conjuntos de creencias y prácticas compartidas, que vinculan a personas físicamente separadas.

Al implicar a todos los elementos del sistema cultural, al convertirse en eje de la supervivencia del sistema, la transmisión de información es fundamental para la actividad productiva, política y cultural que mantiene vivo el sistema. Y determina las formas y los contenidos de lo que puede y debe ser dicho. Los medios informativos, periódicos, revistas, boletines o televisión son válidos para transmitir información, pero les falta capacidad para poner en contacto interactivo a los usuarios entre sí. Análogamente, los medios interpersonales, comunicación cara a cara, reuniones de grupo, llamadas telefónicas resultan adecuados para un escaso número de participantes, pero inefectivos ante las necesidades de interconexión masiva de grandes empresas e instituciones. Así, el vacío dejado por los antiguos sistemas de comunicación es ahora llenado por sistemas en continua renovación que implican grandes infraestructuras o redes comunicativas por las que discurre todo tipo de conocimientos. El ordenador ha posibilitado la fusión de un amplio número de soportes y sistemas de transmisión, y su centralización y acceso en terminales controladas individualmente, lo que introduce la recursividad e interactividad, en el proceso.

²⁴ PISCITELLI, Alejandro, “Ciberculturas 2.0”, Editorial Paidós, Barcelona, 2002, p. 146.

Ahora, la virtualidad vista con mayor profundidad, se la entiende como una realidad que sólo existe en tanto representación simbólica: una especie de sueño compartido o telerealidad. En esas realidades podemos viajar hacia donde nos lleve nuestra imaginación. Aquí la tecnología sintetiza las realidades compartidas. La simbiosis hombre máquina busca reinventar nuestra relación con el mundo físico.

Desde el surgimiento de la información como valor, la sociedad ha sido investida por aquella de tal modo que sus avatares son avatares mutuos: sociedad de la información, sociedad informatizada, digital, y, por último, sociedad virtual.

En la aparente similitud de conceptos existe en realidad, una evolución teórica e instrumental. La Sociedad de la Información, en un sentido clásico estaba asociada a las primeras teorías de la comunicación, definidas por Laswell en 1940, mediante la fórmula “¿Quién dice qué, a quién, a través de qué canal y con qué efecto?” y al paradigma audiovisual fundado en la radio, televisión y los medios McLuhanianos. La sociedad informatizada, de la que habla en su premonitorio “Informe sobre el saber” J.F. Lyotard, está basada en los terminales de ordenador, en la individualización del conocimiento e, incluso, en una vislumbrada utopía de des-masificación de esta individualidad en el marco de una teoría de los juegos del lenguaje (pragmática).

El paradigma de la sociedad de la información es el computador personal, los soportes de información y las bases de datos. La sociedad virtual es la resultante de un proceso simultáneo de diferenciación y abstracción con respecto a los modelos anteriores. De un lado está el sujeto presente en la Sociedad de la Información, en su rol de destinatario del mensaje pero por el otro lado este puede multiplicarse y desubicarse si se independiza del medio a través de la cual recibe la información o al adoptar personalidades y roles diferentes porque el medio lo permite.

Así, el individuo cobra personalidad cuando se conecta a la Red y esto sucede desde cualquier parte del mundo. La identidad no está en ese sujeto, sino en su nombre de usuario y contraseña. Por otro lado, el canal se convierte en red y la bidireccionalidad o

feedback se convierte en inmersión en flujos abstractos de información, en un alto porcentaje sin destinatario. La efectividad de los procesos comunicativos pasa a definirse por la segmentación e identificación de grupos de consumidores-tipo.

I.3.3 LA WEB 2.0.-

El término Web 2.0 es asociado usualmente con Tim O'Reilly debido a la referencia hecha en la conferencia O'Reilly Media Web 2.0 en 2004. El término fue utilizado para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil y eficaz de información entre los usuarios de una comunidad o red social. La Web 2.0 es también llamada web social por el enfoque colaborativo y de construcción social de esta herramienta.

El concepto original del contexto, llamado Web 1.0, era el de las páginas estáticas programadas en HTML, que no eran actualizadas frecuentemente. El éxito de las .com como se denomina a estas páginas, dependía de webs más dinámicas (a veces llamadas Web 1.5) donde el Sistema de gestión de contenidos (Content Management System, CMS) servían páginas HTML dinámicas creadas al vuelo desde una actualizada base de datos. En ambos sentidos, el conseguir *hits* (visitas) y la estética visual eran considerados como factores importantes.

Los teóricos de la aproximación a la Web 2.0 creen que el uso de la web está orientado a la interacción y redes sociales, que pueden servir como contenido que explota los efectos de las redes, creando o no webs interactivas y visuales. Es decir, los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o webs dependientes de usuarios, que como webs tradicionales.

El término fue acuñado por Dale Dougherty de O'Reilly Media para desarrollar ideas para una conferencia. Dougherty sugirió que la Web estaba en un renacimiento, con

reglas que cambiaban y modelos de negocio que evolucionaban. Por ello, puso ejemplos "DoubleClick era la Web 1.0; Google AdSense es la Web 2.0. Ofoto es Web 1.0; Flickr es Web 2.0.

En general, cuando mencionamos el término Web 2.0 nos referimos a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos.

Según Xavier Ribes la Web 2.0 son "todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), bien en la forma de presentarlos o en contenido y forma simultáneamente"²⁵.

La Web 2.0 ha originado la democratización de los medios haciendo que cualquiera tenga las mismas posibilidades de publicar noticias que un periódico tradicional. Grupos de personas crean blogs que hoy en día reciben más visitas que las versiones *online* de muchos periódicos. La Web 2.0 ha reducido considerablemente los costes de difusión de la información. Al día de hoy podemos tener gratuitamente nuestra propia emisora de radio online, nuestro periódico online, nuestro canal de vídeos, etc. Al aumentar la producción de información aumenta la segmentación de la misma, lo que equivale a que los usuarios puedan acceder a contenidos que tradicionalmente no se publican en los medios convencionales.

La cola larga o "long tail" de contenidos se ha ampliado considerablemente con la evolución de la Web 1.0 a la Web 2.0. El hecho que cada usuario pueda acceder a la información segmentada que le interesa ha hecho que los medios de comunicación tradicionales como la televisión, radio y prensa hayan perdido protagonismo. Se ha generado una migración de los medios tradicionales a Internet. Eso trae como consecuencia que la inversión en publicidad en Internet haya aumentado

²⁵ RIBES, Xavier, "La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva" en "Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación", Fundación Telefónica, Madrid, 2007, p.73.

considerablemente en los últimos años. En cuanto a efectividad de la publicidad, la Web 2.0 ha mejorado el marketing viral o el marketing de boca a boca. Una opinión sobre un producto en un blog o un agregador de noticias puede ser visto, transmitido y compartido por miles de usuarios en la red.

I.3.4 LAS REDES SOCIALES.-

Las redes abarcan varios los aspectos de la vida de los sujetos. Afectan lo que son y lo que pueden llegar a ser y al mismo tiempo forman parte de las redes en las que están insertos. Todo está influido por algún tipo de estructura con forma de red. Esta dimensión reticular de nuestra vida, no es nueva ni reciente; sin embargo, está aumentando su fuerza en los momentos actuales gracias a las tecnologías de la información. Tales tecnologías forman el núcleo central de la Sociedad de la Información; en la cual las redes tienen mucha más fuerza que en las etapas históricas anteriores dada la importancia que tienen las redes tecnológicas y sociales, que como consecuencia se originan.

Así, los procesos históricos por los que ha pasado la humanidad debido al constante y rápido intercambio de datos, hace que se genere y desarrolle la sociedad red. Se entiende a esta sociedad “como una estructura social que está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basada en la microelectrónica”²⁶.

Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro, sólo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad de contribuir a los objetivos de la red. No obstante, todos los nodos de la red son necesarios para la actuación de la propia red. Cuando los nodos se hacen redundantes o pierden su función, las redes tienden a reconfigurarse, eliminando algunos de ellos y añadiendo

²⁶ CASTELLS, Manuel, “La sociedad Red: una visión global”, Alianza editorial, Madrid, 2006, p. 27.

otros nuevos. Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes: la red es la unidad, no el nodo.

Las redes trabajan mediante una lógica binaria: inclusión-exclusión. Dentro de la red, las distancias entre nodos tiende a cero, ya que las redes siguen la lógica de propiedades de los pequeños mundos: pueden conectar con toda la red y con otras redes comunicadas desde cualquier nodo al compartir los mismos protocolos de comunicación. Entre los nodos de la red y los del exterior de la misma, la distancia es infinita, ya que no existe acceso alguno a menos que cambie su programa. Las redes son auto reconfigurables, estructuras complejas de comunicación que aseguran, al mismo tiempo, unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad para adaptarse al entorno operativo.

Las redes no son una forma específica de las sociedades del siglo XXI ni de la organización humana, sino que constituyen la estructura fundamental de la vida, de toda clase de vida. Respecto a la vida social, los analistas llevan mucho tiempo investigando la dinámica de las redes sociales en el núcleo de la interacción social y la producción de significado, lo que les ha permitido formular una teoría sistemática de las redes de comunicación.

En términos de estructura social, los arqueólogos y los historiadores de la antigüedad han reiterado convincentemente que los datos históricos muestran la permanencia y la relevancia de las redes como espina dorsal de las sociedades, desde hace miles de años, en las civilizaciones antiguas más avanzadas de diferentes regiones del planeta. Si se transfiere la noción de globalización a la geografía del mundo antiguo, determinada por las tecnologías de transporte disponible, se puede decir que existía cierta clase de globalización en la antigüedad, ya que las sociedades dependían de la conexión de sus principales actividades con redes que trascendían los límites de su localidad.

La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se

incrementó a lo largo del tiempo “con el cambio tecnológico, y más concretamente con la evolución de las tecnologías de la comunicación. Esto fue así especialmente cuando surgió la posibilidad de utilizar la red de energía distribuida que caracterizó el nacimiento de la revolución industrial”.²⁷ No obstante, la sociedad industrial estuvo predominantemente estructurada alrededor de organizaciones de producción verticales y a gran escala y de aparatos estatales extremadamente jerárquicos, que en ocasiones evolucionaron a sistemas totalitarios. Quiere decir que las primeras tecnologías de la comunicación basadas en la electricidad no tenían capacidad suficiente para proporcionar autonomía a todos los nodos de las redes, ya que esta autonomía debería ser multidireccional y precisaba un flujo continuo interactivo de procesamiento de la información. Pero también significa que la disponibilidad de tecnología adecuada es condición necesaria, pero no suficiente para la transformación de la estructura social. Sólo las condiciones propicias por una sociedad industrial madura permitieron que surgieran los proyectos autónomos de redes organizativas. Entonces, éstas pudieron utilizar el potencial de las tecnologías de comunicación basadas en la microtecnología.

El cambio tecnológico esencial que liberó todas las potencialidades de las redes fue la transformación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS), basada en la revolución de la microelectrónica que tuvo lugar en las décadas de los cuarenta y los cincuenta. Así se crearon las bases de un nuevo paradigma tecnológico que se consolidaría en los setenta, fundamentalmente en Estados Unidos y luego se difundió por todo el mundo.

Con el advenimiento de la nanotecnología y la convergencia de la microelectrónica y los procesos biológicos y materiales, las fronteras entre la vida humana y la vida artificial se han vuelto borrosas, de modo que las redes extienden su interacción desde el interior hasta el ámbito de la actividad humana, trascendiendo las barreras del tiempo y el espacio.

Las redes sociales, que se han convertido en una verdadera sociedad red, emergieron

²⁷ CASTELLS, Manuel, Op. Cit, p. 31

gradualmente como una nueva forma de organización social de la actividad humana en el último tramo del siglo XX, sobre los cimientos del infomacionalismo. Sin la capacidad proporcionada por este nuevo paradigma tecnológico, la sociedad red no podría actuar, del mismo modo que la sociedad industrial ya que no hubiera podido expandirse completamente sin la electricidad. Pero la sociedad red no fue consecuencia de la revolución tecnológica, sino más bien de la afortunada coincidencia, en determinado momento y lugar, de factores económicos, sociales, políticos y culturales que permitieron la emergencia de nuevas formas de organización social, que prevalecieron y se extendieron aprovechando la oportunidad histórica ofrecida por el infomacionalismo.

I.3.5 LOS EXCLUIDOS DE LA RED.-

Una de las consecuencias que apunta Nicolas Negroponte en su libro “Ser digital” respecto a la utilización de la tecnología es la posibilidad y versatilidad del movimiento global. Esto quiere decir que no hay necesidad de viajar para estar en contacto con alguien al otro lado del planeta o para conocer lugares lejanos. Con ello se abre toda una posibilidad para que cada persona u organización tenga en sus manos un poderoso instrumento para que a través de él puedan crear sus propios medios de comunicación con alcance mundial.

Sin embargo, a pesar de todas las ventajas de la tecnología es necesario considerar un dato de suma relevancia que tiene que ver con la dimensión real de este fenómeno digital que es lo que Manuel Castells conceptualiza como excluidos e incluidos de la Red. Según el autor la exclusión es uno de los rasgos de la Sociedad Red y esta implica no solo relegar a personas sino también a los territorios. Y para muestra de ello basta ver las cifras de usuarios de Internet en el Ecuador. De 14 193 599 millones de ecuatorianos existen 2 359 710 usuarios totales de Internet, es decir ni la tercera parte del Ecuador tiene acceso a la tecnología. De cierta manera para entender este dato debemos anotar otro: los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), formada por algunos de los países más ricos del mundo, tienen el 91% de

usuarios de Internet y ellos apenas representan el 19% de la población mundial. Es decir que el 9% restante de cibernautas están regados en números marginales en el 81% de la población restante. Esto quizás se deba a que en el 2000 los G15 ratificaron lo que en 1997 habían declarado. Reunidos en Lisboa “los Quince de la UE deciden en materia de desarrollo, apostar todo a Internet”²⁸

“El ascenso del informacionalismo en el cambio del milenio va unido al aumento de la desigualdad y la exclusión en todo el mundo”²⁹. Para Castells la exclusión es “el proceso por el cual ciertos individuos y grupos se les impide sistemáticamente el acceso a posiciones que les permitirían una subsistencia autónoma dentro de los niveles sociales determinados por la instituciones y valores en un contexto dado”³⁰. Así la desigualdad es uno de los factores que caracteriza al mundo, esto se da especialmente debido a la repartición injusta de la riqueza que hace que en ciertos países se concentre la propiedad de los recursos mientras que en otros estos son escasos.

En la era de la información esta exclusión está marcada por el uso o no uso de la tecnología lo que impide que ciertos países alcancen los niveles de “desarrollo” de otros. Esto se debe a que el avance de las soluciones informáticas es tan vertiginoso que deja de lado a ciertos territorios que apenas alcanzan a llegar a las primeras versiones tecnológicas de ciertos productos. La consecuencia de ello es que los habitantes quedan rezagados del uso de las tecnologías lo que les impide desenvolverse en un mundo conectado por redes.

²⁸ VARIOS AUTORES, “El Mito Internet”, Editorial Aún creemos en los sueños, Santiago, 2002, Pg. 26

²⁹ CASTELLS, Op. Cit pg. 95

³⁰ Idem. Pag.98

I.4 MOVIMIENTOS SOCIALES

Un movimiento social puede ser definido como un “intento colectivo de luchar por un interés común o de garantizar que se alcanza un objetivo compartido, mediante una acción colectiva que tiene lugar al margen de la esfera de las instituciones establecidas”³¹.

Desde los años 70 los movimientos sociales han sido entendidos desde distintas perspectivas. Una de ellas fue la propuesta por el sociólogo estadounidense Neil Smelser, quien definió a los movimientos sociales como acciones colectivas desorganizadas que se dan de manera espontánea que busca la reconfiguración del orden social, motivados por la frustración. En este aspecto los individuos que forman parte de este tipo de manifestaciones son sugestionables y manipulables por quienes manejan esa masa. A ello se suma el hecho de que la masa es concebida como imprevisible, emotiva, peligrosa e irracional.

Un segundo enfoque mira a los movimientos sociales a partir de cuatro elementos centrales que surgen de la economía: el individualismo metodológico, el principio de maximización de la utilidad, la maximización de la utilidad de los individuos racionales y el criterio de equilibrio social. En base a ello las acciones colectivas se consideran en el marco de una suma de intereses o voluntades individuales en función de conseguir un beneficio común.

Un tercer elemento teórico intenta comprender a los movimientos sociales desde un aspecto sociológico. Para Charles Tilly, estos se definen a partir de la necesidad de la colectividad de oponerse a quienes están en el poder, es decir que el desafío en común se orienta a luchar contra el oponente que serían las élites.

Un cuarto enfoque mira a los movimientos sociales con base en la construcción de su identidad es por ello que estos se enmarcan dentro de la concepción de proyecto cultural.

³¹ GIDDENS, Anthony, Op. Cit., p. 645

Por ello adquieren nuevas características como la estructuración descentralizada y horizontal y la búsqueda de reivindicaciones a nivel cualitativo y no cuantitativo. Otro aspecto de los movimientos sociales es que mantienen su independencia respecto a su relación con los partidos políticos.

Una quinta propuesta teórica coloca a los movimientos sociales desde un enfoque alternativo. Esto significa que la misma interacción entre individuos de una colectividad va generando una relación entre protesta y propuesta en la lucha por la emancipación.

Luego de explorar brevemente estas perspectivas se puede agregar que actualmente los movimientos sociales surgen cuando existe un conflicto en la sociedad, es decir cuando los actores sociales cuestionan la forma en la que está constituida la sociedad y la dirección a cargo de los grupos de poder. Este tipo de sistemas van más allá de “un grupo de interés o un instrumento de presión política; pone en cuestión el modo de utilización de recursos y los modelos culturales”³². Para que una organización social se constituya como tal debe tener una identidad, un adversario y con sus acciones colectivas, establecer procesos históricos.

Según su razón de ser, los movimientos sociales son acciones colectivas que presentan cierta estabilidad en el tiempo, así como cierto grado de organización y cuya meta es el cambio o la conservación de la sociedad o de alguno de sus ámbitos. De esta manera, este tipo de organizaciones se pueden definir por su característica de agente social que apunte al cambio o puede también describirse como una acción colectiva que lucha contra un adversario.

Según Alain Touraine los movimientos sociales deben estudiarse desde tres aspectos que los caracterizan: la intervención del Estado, sus múltiples dimensiones y su relación a lo político e ideológico. En el primer caso, esta característica se refiere a que los movimientos sociales no son autónomos sino que son respuestas positivas o negativas a

³² TOURAINE, Alain. De la Mañana de los Regímenes Nacionales Populares a la Víspera de los Movimientos Sociales en www.

las intervenciones del Estado y a la tendencia de este sobre las naciones. El segundo aspecto tiene que ver con una pluridimensionalidad que incluye la influencia de tres tendencias sobre los actores sociales: clasista, modernizante y nacionalista que son las que conforman los movimientos sociales al hacerlos importantes en la coyuntura. En cuanto al tercer aspecto el autor señala que los movimientos sociales “están subordinados al funcionamiento de sistemas políticos y al enfrentamiento de las ideologías”³³

Por otro lado para Touraine los movimientos sociales pueden también caracterizarse de acuerdo al tipo de dependencia y al campo de conflicto donde actor y adversario se enfrentan, así por ejemplo, “en países colonizados, sometidos a una dominación apoyada en enclaves agro importadores o en industrias maquiladoras, los movimientos sociales son débiles, debido principalmente a la acción represiva de gobiernos subordinados a una dominación de tipo colonial”³⁴

En este mismo sentido se puede hacer una diferenciación entre Movimiento Social y movimientos sociales³⁵. El primero actúa a nivel general de la sociedad, descubriendo en esencia el conflicto principal de esta última mientras que los otros actúan de acuerdo a metas particulares y de acuerdo a ello se localizan como parte del Movimiento Social. Así que ambos se articulan entre las identidades particulares y el principio de la globalidad.

Para entender lo anterior es necesario ubicarse en una época histórica en América Latina, es decir luego de los regímenes militares de las décadas del sesenta y setenta. Fue entonces cuando los movimientos sociales comenzaron a orientarse hacia la construcción simbólica, de sus identidades y a apuntar hacia la autonomía de sus organizaciones frente al camino político e institucional al que se dirigían previamente. Y

³³ TOURAINE, Alain, Actores sociales y sistemas políticos en América Latina, Prealec, Santiago, 1988, p. 130

³⁴ TOURAINE, Alain, Op. Cit., p. 133

³⁵ GARRETÓN, Manuel Antonio, Movimientos sociales y procesos de democratización. 1996, www.archivochile.com

en efecto, como consecuencia de ello los nuevos movimientos sociales empezaron a orientarse más hacia lo cultural y lo social y menos hacia lo económico o político como parecería ser la tendencia que se vivía hasta ese entonces.

Sin embargo, en ese mismo contexto se cambia la idea de un Movimiento Nacional Popular por el de un Movimiento Democrático, precisamente porque dado el autoritarismo que ejercían los regímenes militares la intención de estos actores sociales ya no era el cambio social en general sino la búsqueda de la democracia.

Para la década del noventa del siglo pasado los movimientos sociales en América Latina estuvieron caracterizados por una acción defensiva y un discurso en contra del neoliberalismo sin embargo este tipo de actores sociales han sido mucho más que una simple oposición y defensa a lo constituido, “han desarrollado una dimensión proactiva que abre la posibilidad de pensar nuevas alternativas emancipatorias a partir de la defensa y promoción de la vida y la diversidad”³⁶

De esta manera la masa que venía formándose en América Latina organizada en las clases populares empieza a buscar nuevas estrategias de alianzas y con ello marcar un nuevo camino menos radical dirigido a la búsqueda de una sociedad más justa³⁷.

Actualmente los nuevos movimientos sociales son los que buscan encaminar sus distintas acciones hacia la búsqueda de cambios en la sociedad de acuerdo a las metas que tengan cada uno de ellos. En esta lucha se constituyen entonces lo que se denomina como actores sociales que son la base de estas nuevas organizaciones y se constituyen de esa manera ya que son ellos los protagonistas de las acciones “ellos son quienes participan de manera central en la producción y reproducción de la sociedad”³⁸ a través de la interacción entre ellos.

³⁶ SVAMPA, Maristella, Cambio de época, movimientos sociales y poder político, Siglo XXI editores, Argentina, 2008, p.76

³⁷ MARTÍN-BARBERO, Jesús, Op. Cit.

³⁸ AMPARÁN, Aquiles, Op. Cit.

Así las nuevas plataformas en las que se ubican los movimientos sociales tienen que ver con lo simbólico, con la búsqueda de su propia identidad en un contexto de un constante flujo de información en el que este tipo de organizaciones se convierten en “significados alternativos a los códigos simbólicos dominantes”³⁹.

Esta lógica se contrapone a la tendencia marxista que intentaba explicar los movimientos sociales como una manifestación de la lucha de clases que tiene su base en las relaciones antagónicas entre capitalistas y asalariados. Es por ello que surgen nuevas relaciones que se alejan del aspecto económico para dar paso a aquellas de tipo políticas, culturales, étnicas, entre géneros o con la naturaleza.

Según Maristella Svampa una de las dimensiones dentro las cuales se debe entender a los movimientos sociales en la actualidad es la demanda de autonomía que se presenta tanto en las colectividades pequeñas como en las grandes masas, esto significa la búsqueda de autodeterminación, que se convierte en el desafío de las acciones de los grupos organizados. Así el reto es una nueva plataforma de lucha con nuevas orientaciones políticas e ideológicas que configuran “la acción colectiva y se expresan a través de nuevos modelos de militancia: militantes sociales o territoriales, militantes socioambientales, activistas culturales, entre otros”⁴⁰.

I.4.1 MOVIMIENTOS SOCIALES: IDENTIDAD, DEMOCRACIA Y PARTICIPACIÓN.-

Los movimientos sociales se constituyen por sujetos que en algún momento de su cotidianidad encuentran un motivo de lucha en común sin embargo para pasar de esa motivación compartida a la acción se debe consolidar una identidad del grupo. En efecto la identidad es el primer paso para que un grupo puede luego iniciar con el proceso de movilización. La idea es definir, constituir y construir un nosotros “a partir del cual

³⁹ Idem.

⁴⁰ SVAMPA, Maristella, Op. Cit., p. 79

justificar, desarrollar y controlar la propia acción”⁴¹ de esta manera los actores tienen una actitud reflexiva, concienciada sobre las acciones que emprenden y realizan dentro del grupo.

Según Salvador Giner para que los actores de un grupo consoliden ese nosotros en una identidad deben compartir una orientación hacia los objetivos y fines de las acciones que llevan a cabo, así como estar de acuerdo con los medios que se utilicen para lograrlos. Asimismo los actores deben tener en común un entorno de actuación relacionado con las oportunidades y retos que se presentan para lograr sus metas como grupo.

Los nuevos movimientos sociales en si mismo reflejan nuevas identidades al desarrollar y configurar nuevas prácticas culturales y políticas que influyen en la forma de ser y hacer comunidad. Así, los “cambios sociales, culturales y políticos contemporáneos son el resultado de la acción de agentes sociales y políticos que ejemplifican y avanzan nuevas identidades colectivas”⁴².

De todas maneras es necesario acotar en este punto que las identidades colectivas se construyen también a partir de lo heterogéneo de los actores sociales que conforman los movimientos sociales. Es por ello que al estudiarlos es necesario comprender sus motivaciones que como individuos tienen y por las cuales son parte de un mismo conglomerado. La cultura es otro de los factores que se deben considerar para el estudio de los movimientos sociales con el fin de conocer sobre las aspiraciones, memoria histórica y otros factores que giran en torno a los sujetos que los conforman.

Para Alain Touraine la identidad en los nuevos movimientos sociales es un factor clave ya que, lejos de la relación con los partidos y el sistema político, tratan de construir una identidad propia con la cual puedan emprender sus acciones para hacer un ejercicio de producción en doble sentido, es decir crearse como movimiento y a través de ello crear a la sociedad. Es por ello que la búsqueda de una identidad propia es uno de los retos más

⁴¹ GINER, Salvador, Teoría sociológica moderna, Ariel, Barcelona, 2009, p. 509

⁴² VARIOS AUTORES, Los movimientos sociales en las democracias andinas. Julie Massal, Marcelo Bonilla editores- Flacso, Quito, 2000, p. 41

importantes de los movimientos sociales en la actualidad. Así también los movimientos sociales son generadores de identidades colectivas y estilos de vida.

Así, los nuevos movimientos sociales son definidos como un “conjunto de redes de interacción informales establecidas por una pluralidad de individuos, grupos y organizaciones, involucrados en torno a conflictos, culturales y políticos, sobre la base de identidades colectivas compartidas”⁴³. Es así como este tipo de grupos se constituyen a partir de valores y representaciones simbólicas en sus formas de organización y en sus formas de identificarse frente a la sociedad de la cual forman parte.

La identidad entendida desde los movimientos sociales tiene además el objetivo de desafiar o destruir las identidades establecidas bajo prejuicios y estigmas así como construir y reconstruir desde lo individual, es decir a partir de las negociaciones que el sujeto permita con el grupo, la organización, el movimiento del cual forma parte.

Según Aquiles Amparán la identidad cumple dos funciones: locativa y selectiva. Con respecto a la primera, esta se refiere a la construcción de fronteras simbólicas que los identifican con su grupo una vez que seleccionaron su campo de acción social. En cuanto a la segunda esta se refiere a la adaptación de los actores a un sistema simbólico y a una cosmovisión que orienta sus acciones colectivas. De esta manera la identidad y la cultura se convierten en factores vinculados al entenderse a esta última como un “conjunto de símbolos, mitos, rituales y visiones del mundo, que los actores usan para resolver distintos tipos de problemas construyendo estrategias de acción”⁴⁴

Una vez conformados los movimientos sociales bajo una identidad colectiva que guía sus acciones, otra de las metas por cumplir es la de la búsqueda de participación en un sentido democrático. Para Maristela Svampa una de las dimensiones que abarcan los movimientos sociales es la aplicación de las formas de democracia directa con base en la acción colectiva distinta a la institucional que está relacionada con la democracia

⁴³ AMAPARÁN, Aquiles, Op. Art.

⁴⁴ AMPARÁN, Aquiles, Op. Art.

representativa. De esta manera los nuevos movimientos sociales buscan una estructura de participación más flexible, horizontal siendo una de estas formas la asamblea.

Es por ello que Svampa indica que los retos de los Estados latinoamericanos es abrir espacios donde los movimientos sociales y en general los actores sociales pueden ejercer una democracia participativa en los distintos niveles sociales.

Este criterio es compartido por Jennifer Collins en su ensayo: “Una transición desde las élites hacia una democracia participativa”, quien se refiere a la posibilidad que tienen los movimientos sociales ecuatorianos de consolidar los procesos democráticos en el Estado ya que se caracterizan por la organización colectiva orientada en propuestas y proyectos específicos que apuntan hacia el cambio social, hacia las reestructuraciones en la sociedad. Además, según la autora, los movimientos sociales deben ser quienes encaminen las acciones de la democracia formal, es por ello que deben cumplir una función de monitorear las instituciones representativas del Estado. Asimismo deben proponer demandas y programas a los políticos así como participar en la educación cívica y democrática de la ciudadanía.

Actualmente en el Ecuador la democracia ejercida por los movimientos sociales se presenta como una consecuencia del desencantamiento de las instituciones formales de la democracia es decir los partidos políticos que ejercen una democracia representativa débil.

De todas maneras, un nuevo reto se aproxima en cuanto a la democracia con la introducción, cada vez más importante, de la tecnología en la vida diaria. Es por ello que hoy la democracia se entiende también desde los ámbitos de los nuevos medios tecnológicos, así “las comunidades virtuales de base territorial... crean una democracia local de red, más participativa”⁴⁵. En este sentido los foros y ágoras virtuales son los nuevos escenarios de la sociedad de la información en donde los actores pueden ejercer la democracia.

⁴⁵ DE MORAES, Denis, Op. Cit., p. 293

Así, con la llegada de Internet y los medios *on line* cambian los modos de comunicarse y de hacer uso de la libertad de expresión, de acceder a la información y con ello de la participación de los agentes sociales. Así las herramientas de comunicación de un medio como Internet permite que los actores sociales, agrupados o no, tengan un escenario donde emitir sus argumentos y declaraciones, construir y desarrollar su identidad y ejercer sus acciones políticas y sociales. “Cada comunidad humana, sea cual sea su estatuto, tiene la posibilidad, y muy pronto la obligación, de construir su sitio web, de insertarse en una o varias redes organizadas en el ciberespacio, de reunir a su comunidad virtual de garantizar su visibilidad en los instrumentos de búsqueda”⁴⁶.

I.4.2 BREVE HISTORIA DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN EL ECUADOR.-

La historia económica y política del Ecuador desde la época republicana ha ido generando la constitución de grupos opuestos a aquellos poderosos, con la intención lograr un equilibrio ante las desigualdades sociales. Por ello, se conformaron en el Ecuador los movimientos sociales, los mismos que se inscriben dentro de cada contexto de la coyuntura nacional y responden a los cambios sociales que se han suscitado a través de los años.

El movimiento campesino fue uno de los primeros en organizarse, cuyos orígenes se remiten a 1926 del siglo XX cuando por influencia del Partido Comunista los campesinos comenzaron a reivindicar su situación frente a los huasipungueros, a la explotación por parte de los hacendados. Si bien los años siguientes no hubo gran actividad por parte del campesinado, es en la década del 60 cuando reaparece este movimiento con los cambios en relación a la propiedad de la tierra, a la tecnología, a la producción, entre otros. Ante esta situación como grupo de presión emergen los campesinos para oponerse a la distribución del capital en ese entonces. Los cambios en relación a la Reforma Agraria fueron también orientados por los campesinos y no solo por el Estado, así ellos fueron “interlocutores de sus servicios y de las nuevas políticas

⁴⁶ DE MORAES, Dênis, Op. Cit. P. 295

de precios”⁴⁷. Al momento “desde la base se ha generado una demanda por autonomía organizativa y su `constitución como sujetos políticos abierta por la democracia”.

Otro de los primeros grupos en organizarse fueron los obreros quienes conformaron, en 1946, la Confederación Ecuatoriana de Organizaciones Sindicales Cristianas (CTE), durante la administración del presidente José María Velasco Ibarra. El objetivo de esta organización fue la lucha por conseguir mejores condiciones laborales y acabar con la brecha existente entre patrono y trabajador, basados en la lucha de clases propuesta en el Marxismo. Hasta 1992 el sistema sindical estaba conformado por el 30% de los trabajadores aunque poco a poco fue perdiendo terreno con la flexibilización de las condiciones laborales.

En medio de la lucha de los trabajadores, paralelamente surge otro movimiento social que toma protagonismo en la historia del Ecuador: el indígena. Este empieza a agruparse entre las décadas del 50 y del 70 en distintas organizaciones populares. En 1986 forman la Confederación de Nacionalidades Indígenas Ecuador (Conaie) que está conformada por Ecuador Richarimui (Ecurunari), la Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana (Confenaie) y la Confederación de Nacionalidades y Pueblos de la Costa Ecuatoriana (Conaice).

Históricamente el movimiento indígena toma fuerza en 1990, durante el mandato presidencial de Rodrigo Borja, cuando realizan un levantamiento nacional debido al conflicto de tierras que se había suscitado en ese entonces. En general la plataforma de lucha de este movimiento es el reconocimiento de su organización y de sus derechos.

En la década del sesenta ciertos factores marcaron el contexto para la consolidación de los movimientos sociales en el país, entre otros, estos fueron: el freno del crecimiento industrial, la reforma agraria, la urbanización, especialmente en la Costa, generaron cambios económicos y sociales que fueron generando conciencia en las organizaciones sociales. Además a esto se suma las modificaciones en cuanto a territorio y población en

⁴⁷ VERDESOTO, Luis y otros. Movimientos sociales en el Ecuador, Clacso, Quito, 1996, pg. 40

ciertas ciudades del país como consecuencia de la migración del campo a la ciudad y también a causa de las dinámicas de producción de ese entonces.

En esta misma época, las organizaciones de la sociedad civil empiezan a reconfigurarse debido a la finalización del modelo hacendatario en la Sierra, que con la Reforma Agraria cambia el sentido de propiedad de la tierra. El cambio se da además en la Costa donde el modelo agroexportador dejó de ser el más importante en la economía.

Para la década del setenta los ingresos económicos provenientes del petróleo empiezan a ser insuficientes y el Estado inicia un proceso de endeudamiento externo. Todo ello genera una crisis que golpea lo social mientras que la respuesta por parte del Estado se centra en soluciones que respondían a un esquema neoliberal, mismo que imperó desde la época del ochenta con el gobierno de Oswaldo Hurtado y toma fuerza con el de León Febres Cordero.

Además de estos antecedentes, la democracia es otro los factores que inciden en la reconfiguración de los movimientos sociales. Este proceso de retomar la democracia, que fue planteada en años anteriores, marcó una tendencia a la agrupación de la sociedad civil, una respuesta por parte de los individuos que concluyó en la afiliación masiva a los partidos políticos. Sin embargo, “el sistema partidario no penetró en la sociedad civil”⁴⁸, mientras que la consolidación de los movimientos sociales fueron tomando forma y fuerza al reconocerlos como grupos de presión. Y esto precisamente porque en la época de los 80, del siglo pasado, sucede que las organizaciones sociales y en general el Estado repara en el hecho que desde 1976 el Ecuador estaba atravesando por una crisis política y económica que incidía en como los dominados y dominantes percibían la coyuntura y esperaban un cambio.

Estos antecedentes dieron paso a la formación de los movimientos sociales entre ellos el feminista, uno de los primeros en consolidarse en la época de los ochenta del siglo pasado. La meta fue la reivindicación del papel de la mujer en el ámbito obrero y por

⁴⁸ VERDESOTO, Luis y otros. Movimientos sociales en el Ecuador, Clacso, Quito, 1996, pg. 23

otro lado la necesidad de mostrarse como generadora del desarrollo y lograr un cambio a nivel estatal en cuanto a su participación y reivindicación en la sociedad. Con el pasar de los años además la intención de este movimiento fue oponerse ante el rol impuesto por la sociedad es decir que se la veía únicamente en su rol de madre de familia, dependiente de su marido. “Las formas que se instrumentan desde la sociedad: resistencia (doméstica y barrial); de interpelación (lenguaje diferenciado masculino/femenino); y, de ofensiva (demandas que persiguen constituirse en ideologías de organización social)”⁴⁹. Para los años noventa del siglo pasado la búsqueda de identidad prima por sobre la constitución de la institucionalidad, lo que genera un incremento de las organizaciones sociales de mujeres.

En esa misma década, otro de los grupos que intenta tener protagonismo en la sociedad es el de estudiantes de nivel secundario y superior. Para la segunda mitad de la década de los 60 del siglo pasado se convirtieron en los protagonistas de las protestas populares. Formados por los grupos de izquierda que difundieron su mensaje en las universidades, los estudiantes conformaron una masa representativa que tenía peso en las movilizaciones. Actualmente este movimiento está organizado en grupos como la Federación de Estudiantes Secundarios del Ecuador (Fese), la Juventud Revolucionaria del Ecuador (JRE) y la Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador (Feue) quienes buscan construir lo que ellos denomina “El Ecuador que los Jóvenes Queremos”⁵⁰. Este movimiento tiene incidencia a nivel nacional y sus acciones concretas se han orientado a conseguir ciertos beneficios como el voto a partir de los 16 años, el carné estudiantil, la mejor calidad de la educación, entre otros aspectos.

I.4.3 HISTORIA DEL MOVIMIENTO ECOLOGISTA EN EL ECUADOR.-

La historia ecológica del Ecuador se remonta a la época de la colonia con la extracción indiscriminada de los recursos naturales y su posterior deterioro del ambiente. Y es que

⁴⁹ VERDESOTO, Luis, Op. Cit., p.33

⁵⁰ CARCELÉN, Tatiana, El carné y el movimiento estudiantil más vigentes que nunca. 10 de noviembre de 2008. www.periodicopcion.net

al hablar de la historia ecológica se refiere, en general, a las relaciones entre las sociedades y el ambiente por ello se habla de que la historia ecológica en el Ecuador data de hace millones de años cuando las comunidades comenzaron a constituirse.

A ello hay que agregar que tiempo después, con la llegada de los españoles empieza a surgir de manera incipiente una conciencia ecológica en la población. Esto debido a que los habitantes del territorio que hoy es el Ecuador tenían una conexión especial con la tierra en la que habitaban, la consideraban como algo sagrado e intentaban vivir en armonía con la naturaleza. En este contexto la destrucción masiva y la extracción indiscriminada de recursos así como la introducción de plantas y animales extranjeros a la región marcaron el imperialismo ecológico.

Luego la historia no es diferente, ya que años después la tierra continúa afectándose debido al modelo de producción que impera. Así, en la época actual, la explotación petrolera, el crecimiento industrial y el incremento del espacio urbano han causado daños en lo ambiental ocasionado por terceros, afectando así a las comunidades que habitan los distintos ecosistemas.

Ante esta realidad, para la década del 70, del siglo pasado, las acciones ecologistas, de defensa al medio ambiente, lograron consolidarse para defender las zonas y recursos naturales del Ecuador. En este sentido la biodiversidad de las Islas Galápagos y de la Amazonía fueron dos de las zonas donde mayor incidencia y acción han tenido los ecologistas. Entre las organizaciones que pertenecen a este movimiento social están algunas vinculadas con comunidades de campesinos alrededor del país que han concienciado sobre la importancia de mantener su medio ambiente limpio y sano y por ello entre sus acciones están la lucha contra la pesca ilegal, la minería, la extracción de petróleo, etc. “Los abusos sistemáticos de la industria petrolera llevaron a la creación y nacimiento de la CONFENAIE, que se encargó de denunciar los abusos y la contaminación petrolera; el primer documento registrado data de 1983”⁵¹.

⁵¹ BONILLA, Omar, El origen del nacionalismo ecologista, P. 41

Uno de los casos más escuchados respecto al impacto de la actividad petrolera en la Amazonía ecuatoriana fue el del juicio a la compañía Texaco⁵². En medio del interés de los gobiernos de turno por ayudar a la petrolera, las organizaciones sociales lograron llevar este caso por contaminación ambiental a las cortes de Estados Unidos.

Para la década del noventa del siglo pasado, la Amazonía acarreaba años de poca atención hacia sus habitantes y una despreocupación total hacia el territorio ocupado por las empresas petroleras. Esta situación precisamente hace que “en noviembre de 1992 y en febrero de 1993 las poblaciones de Lago Agrio y Francisco de Orellana (Coca) realizaran actos de protesta contra el permanente deterioro de sus condiciones de vida y plantearan al gobierno atención a sus demandas básicas”⁵³.

Las organizaciones ecologistas, que tenían a lo rural como su campo de acción más que lo urbano, comenzaron a constituirse desde finales de los años 70 y en los años 80 del siglo XX. Luego de estas décadas el discurso petrolero quedó de lado, se fue gestando otro tipo de defensa que marcó la apertura de nuevas organizaciones ecologistas. Así, la lucha por la protección de la biodiversidad y de los recursos naturales fue la nueva bandera que dio sentido a los nuevos colectivos que ya no eran necesariamente indígenas. Uno de los primeros grupos civiles en crearse fue Fundación Natura, en 1978 bajo la consigna de conservar el medio ambiente, la biodiversidad y manejar de manera sustentable los recursos. Al momento la fundación maneja alrededor de 25 proyectos relacionados al tema ambiental y cuenta con más de 1 000 socios alrededor del país.

Otra de las organizaciones que dio sus primeros pasos en esta década fue Acción Ecológica cuya idea era ofrecer asesoría e información sobre el tema ecológico. Fue

⁵² La compañía estadounidense Texaco llegó al país en 1964 y operó los campos petroleros en la Amazonía hasta 1992. El Estado le concedió 1,5 millones de hectáreas para ser explotadas, lugar donde habitaban comunidades indígenas. El mal manejo de los desechos de exploración y explotación generó un desastre natural sin precedentes que afectó los ríos y las aguas subterráneas lo que generó efectos en la salud de la población. Por ello representantes de casi 80 comunidades interpusieron una demanda a la petrolera y en 2003 las cortes de EEUU decidieron que el caso debía resolverse bajo la justicia ecuatoriana. Al momento el caso sigue sin resolución.

⁵³ VAREA, Ana María y otros, Ecologismo ecuatorial, CEDEP, ABYA-YALA, Quito, 1997, p.84

creada en 1988, aunque sus inicios datan de los dos años antes, cuando biólogos y comunicadores sociales constituyeron el proyecto del Centro de Documentación sobre Medio Ambiente y que en sus inicios trabajaba y apoyaban a ciertos sindicatos y movimientos sociales. En un ejercicio de dos vías, los sindicatos, específicamente la Central Ecuatoriana de Sindicatos Libres (Ceols), apoyaron en 1990 la creación del Observatorio Socioambiental de la Amazonía. Así entre 1986 y 1995 este grupo “logró posicionar el tema ambiental al interior de estas organizaciones (movimientos sociales) que pusieron de manifiesto su interés por dar seguimiento a los problemas ambientales que les afectaban”⁵⁴.

Luego, para 1995, las organizaciones campesinas e indígenas con las que trabajaba Acción Ecológica les demandan mayor accionar político por lo que deciden intensificar los espacios de denuncia sobre el manejo de recursos naturales y las campañas que reflejen sus pedidos respecto al medio ambiente.

Otra de las organizaciones que se constituyó a finales de la década del 80 fue la Fundación de Defensa Ecológica (Fundecol) cuyo fin es la conservación del ecosistema del manglar del cantón Muisne, en la provincia de Esmeraldas. En sus inicios su lucha fue contra la instalación de camaroneras que afectan al manglar y para 1991 este grupo obtuvo personería jurídica.

En 2000 se creó la Coordinadora Ecuatoriana de organizaciones para la Defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente (Cedenma), que representa a más de 60 organizaciones. Según información de su sitio web, es un “organismo de asociación y representación política de las organizaciones civiles ecuatorianas sin fines de lucro dedicadas a la defensa de la naturaleza y el medio ambiente, y la promoción del desarrollo sustentable”⁵⁵. La fundación Pachamama, la Fundación para el Desarrollo de Alternativas Comunitarias de Conservación del Trópico (Altrópico), Fundación para la sobrevivencia del pueblo Cofán, Fundación Pedro Vicente Maldonado, Probosque, son

⁵⁴ Acción Ecológica, Historia, 1 de enero de 2000, en www.accionecologica.org

⁵⁵ CEDENMA, Sobre Cedenma, enero de 2000, en www.cedenma.org

algunos de los grupos que pertenecen a esta red asociativa.

Si bien en general este movimiento no ha tenido mayor presencia en la escena nacional, se destacan ciertas acciones de las organizaciones que lo conforman, especialmente algunas que se han llevado a cabo en los últimos años. Una de las luchas con mayor incidencia y seguimiento en el plano nacional y al cual apoyan varias organizaciones ecologistas es la defensa ante una eventual explotación petrolera de la zona del bosque del Yasuní, ubicado en la Amazonía ecuatoriana. Esta acción, que ya lleva varios años, es el resultado en común de varias organizaciones a través de la campaña Amazonía por la vida, cuya meta es que el crudo que se encuentra en el subsuelo del bosque se quede ahí y no sea explotado por el Bloque 31 que pertenece al Estado. Una de las acciones de este colectivo ha sido el envío de cartas al Presidente de la República, Rafael Correa, con el fin de que su demanda tenga eco, y en efecto esta fue aceptada en julio de 2007. Sin embargo, esta lucha no es reciente sino que duró varios años por el interés de explotar esta zona a cargo de otros gobiernos, por ejemplo el de Gustavo Noboa, quien incluso declaró la “guerra” a los ecologistas que se oponían a la construcción de este proyecto catalogándolos de majaderos.

A pesar de que la propuesta sigue en marcha, el presidente Correa, ha declarado su insatisfacción con cómo se lleva el proceso, lo que causó la desintegración del grupo, encargado por el Gobierno, para llevar a cabo la propuesta. A su vez esto ha causado la insatisfacción en los ecologistas que convocaron a una movilización el 22 de enero. Posterior a ello se organizó otro grupo que lleve adelante el proceso, encabezado por Lenín Moreno, vicepresidente de la República. La intención, que tiene el Estado, es que los países que tienen recursos otorguen al Ecuador un bono económico por dejar el petróleo bajo tierra y así evitar la contaminación ambiental. Aunque esta propuesta ya está aceptada todavía no se concreta el apoyo por parte de los países comprometidos.

Por otro lado, actualmente la utilización de transportes alternativos es una de las luchas que más se han destacado desde hace un par de años. Precisamente en 2002 se crea Biciacción, organización que busca incrementar el uso de la bicicleta en la ciudad para

reducir la contaminación ambiental. La demanda específica de este grupo es la utilización de un medio de transporte alternativo y su lucha se basa en “la acción, la reflexión, la movilización... la participación, la búsqueda y el enriquecimiento de la ciudadanía”⁵⁶.

Con objetivos similares a los de Biciacción, nace en 2007 Ciclópolis cuyo fin además es apoderarse de la ciudad como espacio público, es decir que esta sea más democrática, incluyente y donde se pueda generar procesos de comunicación ciudadana.

Si bien no existen datos concretos de cuantas organizaciones ecologistas existen en el Ecuador, se estima que estas bordearían los 100 según datos del Cedenma, aunque estas no se dedican exclusivamente al tema ambiental.

I.4.4 MOVIMIENTOS SOCIALES EN INTERNET.-

El *boom* de Internet está cambiando las formas de organización social y aquellas de comunicación que existen entre las redes de actores sociales. Cada vez son más las organizaciones políticas y sociales que han descubierto en la Red un nuevo modo de comunicación que implica nuevas interacciones entre los movimientos sociales.

Las nuevas características que se derivan de esta relación son definidas por Manuel Castells, quien explica que los nuevos movimientos sociales se establecerán a partir de las redes de Internet dada la crisis que existen en las estructuras de las actuales organizaciones sociales, “es decir en general, en la sociedad hay un salto de los movimientos sociales organizados a los movimientos sociales en red en base a coaliciones que se constituyen en torno a valores y proyectos”⁵⁷. En este punto precisamente es Internet la que marca la nueva estructura organizativa y se convierte en un instrumento para la comunicación que además permite mayor flexibilidad y movilidad dadas sus características, frente a las posibilidades que presenta el mundo

⁵⁶ BICIACCIÓN, Quiénes somos, en www.biciaccion.org

⁵⁷ CASTELLS, Manuel, Internet y la sociedad red, en www.uoc.es

real.

Otro aspecto que detalla Castells es que los nuevos movimientos sociales dependen de la comunicación que puedan existir entre sus miembros en torno a los valores, a los códigos culturales y a las ideas, que son los pilares de las nuevas organizaciones sociales. Esto lo permite Internet, que posibilita un reclutamiento de personas que compartan los mismos ideales en torno precisamente a los valores que puedan presentar los grupos, es decir que la identidad compartida se va formando entre los distintos participantes en red.

La relación entre las luchas globales y locales es también otro de los aspectos que destaca el autor debido a que la Red permite convertir una protesta, un proyecto, una idea local en un asunto a nivel global, que se lo puede combatir desde los distintos puntos del planeta.

De hecho, las nuevas luchas sociales se dan en un ámbito que es cada vez menos material y más virtual, debido a que la sociedad actúa a nivel de redes y flujos “las acciones realmente eficaces, las que producen el orden global y su transformación propiamente no tienen lugar y no son localizables, ya que operan en las redes y los flujos por fuerzas y tecnologías cada vez más inmateriales”⁵⁸.

De esta manera el acceso a la información y comunicación se constituye ahora en un derecho ciudadano indispensable para los movimientos y actores sociales en base a una organización en red, así “con la base tecnológica de Internet, las redes sociales de resistencia emplean de manera innovadora las redes informáticas, la política informativa y las formas organizativas en red”⁵⁹. Esto implica un cambio en la lógica de poder social que se viene manejando hasta el momento ya que las organizaciones tienen en sus manos la posibilidad de crear, producir y transmitir sus discursos y mensajes sin la necesidad de

⁵⁸ SÁNCHEZ PARGA, José, Op. Cit., p. 177-178

⁵⁹ LAGO, SILVIA y otros, Internet y lucha política: movimientos sociales en red, Editorial Laboratorio Educativo, Caracas, 2006, p. 17

buscar los limitados espacios que tienen en los medios tradicionales de comunicación, es por ello que Internet se convierte en un nuevo y primordial elemento de lucha.

Es por ello que Alain Touraine define a la presencia de los nuevos movimientos sociales desde las acciones que estos emprenden desde las nuevas redes y flujos de comunicación que son los que determinan sus luchas en el ámbito social ya sea en lo local o en el global. Con estas nuevas herramientas además se descentraliza la organización de los movimientos sociales y precisamente se pasa a un modelo en redes que además son cada vez más amplias. “Cada punto de articulación de la red es un nudo y en cada uno de ellos es donde se crean las posibilidades concretas de una acción transformadora”⁶⁰.

El relativo bajo costo que tiene Internet, frente a los medios tradicionales, y la accesibilidad (no requiere de licencias por publicación) hacen que este medio se haya convertido en una herramienta básica para los movimientos sociales que además a través de esta puede relacionarse con otros grupos similares.

Es así como a través de la apropiación de las nuevas tecnologías de información, especialmente de Internet, los movimientos sociales empiezan a cambiar, a renovar sus formas y procesos de comunicación externa e interna. Sin embargo estas nuevas formas de organización policéntricas o descentralizadas se relacionan con procesos que suceden en el mundo material, así las acciones nacen en Internet pero se traducen al mundo real. Lo que logra Internet es dar fuerza al intercambio entre los participantes de una organización “estas redes sociales, y las campañas que llevan a cabo, se tejen en torno a dinámicas comunicacionales, las cuales van desarrollando un entramado complejo de interrelaciones, flujos de información y mecanismos diversos de comunicación que combinan lo digital con canales convencionales, eventos presenciales y contactos personales”⁶¹. Precisamente la necesidad de una comunicación fluida ha sido el pilar para que las organizaciones sociales integren en sus modos de comunicación las redes de Internet, lo que de todas maneras ha terminado por cambiar su forma de relación externa debido a las nuevas interrelaciones que surgen con sus coidearios. Esto además permite

⁶⁰ LAGO, Silvia y otros, Op. Cit., p.35

⁶¹ LEÓN, Osvaldo y otros, Movimientos sociales y comunicación, 2005, en alainet.org

que con los nuevos flujos de información que se transmiten entre los participantes de la red mejoren las condiciones de “consulta, formación de opiniones, construcción de consensos y toma de decisiones colectivas”⁶².

⁶² LEÓN, Osvaldo y otros, Op. Art.

CAPÍTULO II.

Participación de los movimientos sociales ecologista del Ecuador, en las redes sociales virtuales

II.1 ¿PARA QUÉ Y CÓMO USAN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES LAS REDES SOCIALES VIRTUALES?

Las redes sociales virtuales pueden entenderse como herramientas, que debido a sus ventajas, permiten una comunicación más interactiva entre los usuarios que forman parte de ellas. De hecho este es uno de los beneficios que ciertas organizaciones que las utilizan destacan sobre su uso.

En general la difusión de las actividades que cada organización realiza, ya sea a nivel virtual o en el mundo real, es lo que prima a la hora de seleccionar y colocar la información que los usuarios leerán en las redes sociales virtuales. Roberto Vega, encargado de comunicación de Biciacción, explica que Facebook -la red social que utilizan en la Web- es el medio más efectivo para hacer las convocatorias a las distintas actividades que como organización realizan. Si bien esto sirve como una estadística para movilizar la logística necesaria es además una forma de medir uno de sus objetivos, es decir de acuerdo a la acogida que tienen pueden estimar si se incrementa el uso de la bicicleta en la ciudad.

En este mismo sentido Ciclópolis, otra organización con un objetivo similar al de Biciacción, pretende tejer una red de usuarios a través de Facebook, con quienes compartir la información que puede ser relevante para incrementar lo que ellos denominan la cultura de la bicicleta, es decir fomentar su uso en la ciudad. A través de la difusión de los mensajes en Facebook y Youtube pretenden enseñar con ejemplos concretos lo que como organización hacen y de esta manera motivar a las personas a andar más en bicicleta y menos en vehículos motorizados.

La convocatoria es uno de los principales usos que las organizaciones destacan de las

redes sociales virtuales en las que están presentes. Facebook, una de ellas, a la que la mayoría de las instituciones consultadas están adscritas, tiene ciertas particularidades que hace que los objetivos que se plantean estos grupos se cumplan a través de la utilización de la misma. Así, por ejemplo la interactividad con los usuarios de forma inmediata hace que a través de esta herramienta de la Web 2.0 los grupos organizados de la sociedad civil puedan convocar a los usuarios y de esta manera generar una red de activistas que la mayoría de veces es virtual y en pocas ocasiones se transfiere (en la misma cantidad de usuarios) a lo real.

En cuanto a la información que se coloca en la web, esta tiene que ver con proyectos, campañas y enlaces informativos hacia otras páginas de noticias o documentos que pueden ser relevantes para construir y fortalecer la red a través del aprendizaje. Este es el caso, por ejemplo, de la organización Acción Ecológica que utilizan Facebook cuando requieren apoyo de la ciudadanía en campañas específicas. Apoyo a Acción Ecológica es una de las causas que esta organización colocó en Facebook y recibió el apoyo de 54 usuarios. Esta tuvo el fin de conseguir apoyo para que el Gobierno de Rafael Correa le devuelva la personería jurídica a la organización, la misma que le había sido retirada en marzo de 2009. Otra de las causas colocadas por este grupo de la sociedad civil fue la campaña: Digamos no a la eliminación del Parque Nacional Yasuní, que tiene el apoyo de 205 fans en Facebook. Javier León, representante de Acción Ecológica, explica que el hecho de que cada vez más usuarios se unan a estas redes permite llegar a cada vez más personas con la información que quieren comunicar, especialmente respecto a la defensa al Yasuní. De esta manera, en la página de esta última causa se puede observar cierta información como enlaces a noticias publicadas en medios de comunicación, videos sobre el parque Nacional Yasuní y fotos de la fauna y flora del parque.

En el caso de Ciclópolis la información colocada tiene que ver con los proyectos que realiza la organización. El objetivo es promocionar los talleres de Todas en Bici y Guaguas al Pedal así como otras actividades que tienen como fin último motivar a más personas a usar la bicicleta en la ciudad. En el caso de Biciacción se prioriza la colocación de información acerca de los distintos eventos como los Ciclopaseos

patrimoniales.

Otra de las organizaciones que convoca a eventos a través de Facebook es Proanima, a través de su campaña Odio la Feria Jesús del Gran Poder, que ya tiene más de 12 500 adeptos. Desde noviembre de 2009 cuando fue creada se convocó a plantones y protestas para defender a los animales que son torturados antes de las corridas de toros. Sin embargo además de estas invitaciones la información, como en los casos anteriores, se complementa con noticias sobre la tauromaquia así como aquellas relacionadas con el maltrato a animales.

En resumen noticias propias o públicas en medios de comunicación, fotos, invitaciones, convocatorias y pedidos de solidaridad con campañas, son las informaciones que priorizan las organizaciones sociales en las redes sociales virtuales. El fin de ello es mantener informados a sus usuarios con quienes les une un tejido virtual, sin embargo a través de ello buscan cumplir con sus objetivos, que es provocar la reflexión en sus seguidores respecto a un tema en particular que sea el eje de sus acciones. Uno de los ejemplos de ello es la convocatoria que la campaña Odio la Feria Jesús del Gran Poder hace a sus usuarios a través de Facebook el 14 de abril de 2010, llamando a la movilización “Amigos de la vida, el día de hoy tenemos oportunidad de demostrar PACIFICAMENTE una vez más que Quito no quiere más corridas de toros, dejemos la pasividad y únete a nuestra lucha, te esperamos hoy a las 18:30 en los exteriores de la Plaza de Torturas para ser la voz de los que no la tienen. Contaremos con la presentación artística de nuestro talentoso y querido amigo Jaime Guevara. Los esperamos”. Los comentarios y resultados de este comentario colocado en el muro de Facebook se abordará en los siguientes apartados.

Otro de los casos en el que se eleva una voz de protesta a través de las redes sociales, es el de Ciclópolis. Esta organización publicó una nota el 25 de febrero acerca de una posible suspensión del Ciclopaseo -actividad a su cargo- debido a trabajos de reparación de los túneles. En un editorial escrito por Diego Puente, director de la Fundación, se hace un llamado a repensar el problema de la movilidad en Quito y que se deje de culpar

al Ciclopaseo por la congestión en Quito, a ello se debe su titular “Suspender el Ciclopaseo no es la solución”.

Estos temas coyunturales son los que también generan la necesidad de buscar un espacio en las redes sociales por parte de las organizaciones. En el caso de Biciacción, por ejemplo, a propósito de los posibles cambios de movilidad en Quito, con la introducción del sistema Pico y Placa, publicaron un editorial que deja ver y propone ciertos aspectos para avanzar hacia una verdadera movilidad inteligente; esto es educar en lo vial y ambiental a los ciudadanos, desde muy jóvenes y además considerar un sistema integral de enseñanza que no solo contemple los puntos básicos.

Otro de los usos que le dan las organizaciones a sus tejidos de usuarios es la publicación de enlaces a otros sitios web. La Hormiga, Biciacción y Ciclópolis se destacan en este aspecto con la publicación de noticias referentes a sus actividades y luchas. Aunque esta actividad según los entrevistados ocurre solo cuando existe alguna información pertinente que publicar mas no existe una frecuencia específica para realizarla.

En el caso de Youtube precisamente la dinámica misma del sitio hace que no exista una periodicidad concreta con la que se coloca la información. Así, por ejemplo en el caso de Acción Ecológica, los últimos tres videos fueron subidos hace un mes, sin embargo los anteriores a estos se colgaron hace once meses y un año de acuerdo a la información provista por el sitio web de videos. En total este movimiento ecologista tiene siete videos colocados en su canal de Youtube, todos relacionados al tema ecológico en el Ecuador.

II.1.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN REDES SOCIALES VIRTUALES

Las nuevas tecnologías se han convertido en una estrategia de comunicación para los movimientos sociales. De hecho según Manuel Castells las nuevas lógicas de conformación de estos grupos organizados giran en torno a la Red. Así, Castells habla

sobre cómo la Internet permite que los miembros de los movimientos sociales vayan tejiendo una red con todo lo que ello implica, es decir creando su identidad a partir de la misma dinámica de las nuevas tecnologías. Esta es una de las razones por las cuales las organizaciones sociales incluyen a las nuevas tecnologías y específicamente a las herramientas de Internet como parte de sus actividades de comunicación.

Facebook, por ejemplo, es un tema fundamental en las agendas de comunicación de las organizaciones consultadas. En efecto, según lo confirma Alain Touraine las nuevas tecnologías y la conformación de redes constituyen las nuevas plataformas de organización de los movimientos sociales. A través de estas redes se generan los flujos de información que a su vez logran un conglomerado de participantes que crean un modelo de comunicación más dinámico e interactivo. De todas maneras las redes sociales pueden generar un espacio de poca interacción entre usuarios y propietarios de perfiles cuando estos últimos no las utilizan de forma adecuada, es decir no actualizan constantemente la información, ni dan importancia a los mensajes que reciben. En efecto mientras menos mensajes coloquen en la red, menos *feed back* tendrán de los usuarios. Aunque esta última afirmación resulta obvia es importante tomarla en cuenta ya que la dinámica de las redes sociales, especialmente de Facebook es esa: el propietario del perfil deja un mensaje (foto, texto, video) que espera sea visto por todos los que están en su red y de ser posible por quienes no lo están. Luego los usuarios responden y para completar el círculo de la retroalimentación lo ideal es que los propietarios de los perfiles respondan y de esta manera se inicia una especie de foro virtual constante. Esta es entonces una de las formas de comunicación que se da en las redes sociales.

Así, a través de su participación en las redes virtuales, los movimientos sociales pueden practicar una comunicación más dinámica e interactiva con sus interlocutores en caso de seguir el procedimiento expresado en el párrafo anterior pero también es posible que este se convierta en un canal difusionista donde la comunicación que se practique sea lineal. Esto último puede suceder debido a la misma esencia de Facebook específicamente que permite compartir mensajes cortos de máximo 420 caracteres, aunque existe la opción de escribir notas de extensión mayor aunque su publicación no es igual a la de los

comentarios rápidos en los muros que además pueden ser vistos como noticias recientes, con una constante actualización de la información.

Esta se convierte en una forma ideal de comunicación, sin embargo, en general la mayor cantidad de mensajes, de acuerdo a lo observado en los últimos tres meses, sobre las organizaciones sociales que están en Facebook, muestran un modelo de comunicación difusionista debido a que se colocan mensajes, que en la mayoría de los casos responde a información y promoción de sus actividades, que si bien pueden generar un cambio de actitud en los usuarios (de acuerdo a los objetivos que como organización persiguen) pueden también no generar ninguna respuesta por parte de quien los lee. Esto sucede especialmente cuando son temas que no generan debate como en el caso precisamente de la publicación de algún evento o una actividad de la organización.

Una de las organizaciones que mayor actividad presentan, es La Hormiga, la misma que publica casi a diario enlaces, notas y mensajes en su perfil de Facebook, sin embargo no existe una retroalimentación “masiva” por parte de los 400 miembros de la red de esa organización.

Por otro lado, otro de los casos que se presentan en Facebook es la falta de interés de las organizaciones sociales por mantener actualizado el canal aunque conceptualmente existe esa predisposición. Por ejemplo Acción Ecológica, creó una página en Facebook que se llama Amigos de Acción Ecológica. Según Javier León, director de la organización existe todo un trabajo conceptual atrás de ello, es decir se planteó que sea en esa red virtual y no en otra debido a que esta llega a gente de un rango de edad de entre 20 y 40 años, que es el público adulto al que les interesa llegar. Por otro lado esta red social es una de las herramientas de la Web 2.0 que son parte de los elementos tecnológicos a las cuales se enfoca actualmente la organización. De hecho existe un área del departamento de comunicación que se enfoca esencialmente a este tipo de aplicaciones. Por otro lado esta organización entiende que los mensajes que deben llegar a su público deben ser sencillos y llegar rápidamente, reconocen las ventajas de las redes sociales, frente a un sitio web, específicamente debido a la posibilidad de

interacción con los usuarios. A pesar de ello el perfil de Acción Ecológica, que se abrió el 12 de marzo de 2009 tiene 54 miembros y solo 7 publicaciones, de las cuales apenas dos son de la organización. Este perfil quedó abandonado a pesar de que el último comentario fue publicado por un usuario el 13 de marzo de 2010, el mismo no tiene ninguna respuesta como los anteriores. La información de esta página es escasa y solo un comentario de un miembro de la red tiene que ver con la verdadera razón por la cual se creó aquel perfil, que es el apoyo para devolver la personería jurídica a la organización cuando en 2009, el gobierno del presidente Rafael Correa, les retiró por ciertos problemas legales.

Sin embargo, a pesar de sus prácticas, los movimientos sociales consultados definen a la comunicación como una actividad necesaria dentro de las metas que persiguen. En general consideran que uno de los temas trascendentales es el de las nuevas tecnologías así como de otros canales, es decir priorizan el cómo o el a través de qué medios se transmitirá la información desde la organización hacia la sociedad. En ello radica la importancia que le dan a los medios de comunicación alternativos y tradicionales. En el caso de La Hormiga por ejemplo, al preguntar sobre como perciben conceptualmente a la comunicación, la respuesta giró en torno a los canales de comunicación que manejan y a los cuales dan énfasis para transmitir el mensaje, que en este caso se relacionan básicamente con las redes sociales y una radio *on line*. Si bien los grupos organizados consultados entienden que el tema de la interacción es básico para lograr la eficacia del mensaje enviado, toman como punto de partida, en la forma como conciben la comunicación, la difusión de sus actividades, es decir que básicamente conciben a la comunicación como información, como la transmisión de un mensaje de manera rápida y eficaz.

II.2 RESULTADOS DE LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES

II.2.1 LAS REDES SOCIALES MÁS POPULARES

Como se explicó en el capítulo anterior las redes sociales constituyen un modelo de comunicación por si mismas, de acuerdo a su concepción; así van formando un tejido de

actores que se articulan a través de la información que por ellas se transmite. En este sentido marcan una nueva forma de organización social.

Las redes sociales virtuales encajan en esta lógica precisamente por cómo se constituyen, es decir una unión a partir de un punto inicial, desde donde se constituyen y partir de lo cual van incrementando en el número de miembros.

Según el ranking de páginas web Alexa, Facebook y Youtube se encuentran en el segundo y tercer lugar, respectivamente, con el mayor número de visitas a nivel mundial, ubicados después de Google que ocupa el primer sitio. En el Ecuador la situación es similar ya que ambas redes sociales se encuentran en el tercero y cuarto lugar respectivamente. ¿Pero qué las hace especiales?

II.2.1.1 FACEBOOK.-

En febrero de 2004 esta red social surgió de la idea de Mark Zuckerberg, quien lanzó esta iniciativa para unir a los estudiantes de la Universidad de Harvard. “Sin embargo, dos años después la red se volvió tan popular que se abrió a todo el público. En 2007 se lanzaron las versiones en alemán, francés y español”⁶³. Hasta enero de 2010 los usuarios de esta red social alcanzaban los 380 millones y su uso se extendió a 70 idiomas.

La idea de crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva. Ya David Bohnett, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Geocities tuvo éxito en los 1990, en 1998 fue el tercer sitio más visto en la Web, pero no logró consolidarse después de que fuera adquirido por Yahoo!.

Facebook en los últimos años se ha abierto espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, enfrentándose a grandes desafíos para lograr la gran acogida que tiene hoy en día. Una de las estrategias que le ha dado resultados a Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores por lo que se ha convertido en una

⁶³ WIKIPEDIA en <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

red social que una versatilidad de funciones muy amplia, por lo que casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales.

Gracias a esto es que la fortaleza de la red social Facebook radica en los 380 millones de usuarios que ha creado, basada en conexiones de gente real. Estas características, por otro lado, han hecho que Facebook en español se extienda a todos los países de Latinoamérica, siendo México, con 2,6%, y Argentina, con 1,4%, los países de la región con mayor porcentaje de usuarios.

Facebook comenzó a permitir que los estudiantes de universidades agregasen a estudiantes, cuyas escuelas no estaban incluidas en el sitio, debido a las peticiones de los usuarios. En mayo de 2006, la red de Facebook se extendió con éxito en la India, con apoyo de institutos de tecnología de aquel país.

En junio de 2006, hubo un acuerdo con iTunes Store para que iTunes conociera los gustos musicales de los usuarios y ofrecer así un enlace de descarga en su propio sitio. En agosto de 2006, Facebook agregó universidades en Alemania e Israel a su red.

También introdujo la importación de blogs de Xanga, LiveJournal o Blogger. Desde septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet, a pesar de protestas de gran parte de sus usuarios ya que perdería la base estudiantil sobre la cual se había mantenido.

En julio de 2007, Facebook anunció su primera adquisición, Parakey, Inc. de Blake Ross y de Joe Hewitt. En agosto del mismo año se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek; además de una integración con YouTube.

A fines de octubre de 2007 vendió una parte, el 1,6%, a Microsoft a cambio de \$240 millones, con la condición de que Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios, según los datos del

usuario y del perfil de éste. Esta adquisición valoró Facebook en \$15 mil millones, aunque el consenso de los analistas fuera que esta cifra superaba el valor real de la empresa, para Microsoft no se trataba sólo de una inversión financiera, sino también de un avance estratégico en Internet.

La más reciente inyección de capital a Facebook, de \$27,5 millones, fue liderada por Greylock Venture Capital (fondo de inversión con fuerte vínculo con la CIA). Uno de los socios de Greylock es Howard Cox, –según el diario The Guardian–, pertenece al fondo de inversión en capital de riesgo de la CIA.

En julio de 2009, Mark Zuckerberg, fundador de la empresa hizo público que Facebook había alcanzado los 250 millones de usuarios. El 15 de septiembre del mismo año anunció que superaba los 300 millones, y el 2 de diciembre que ya contaba con más de 350 millones, mostrando el gran crecimiento de esta red.

En la actualidad Facebook tiene más de 570 millones de usuarios registrados alrededor de todo el mundo. De acuerdo a Alexa.com, la página subió del lugar número 60 de las más visitadas, al número 7 en un año.

A pesar de que no se cuentan con muchos datos, en Ecuador, Facebook también ha ganado un buen número de adeptos desde su apareamiento, desplazando a la red Hi5, una de las de mayor acogida en Latinoamérica. Según la Superintendencia de Telecomunicaciones en el Ecuador existen 2 359 710 personas conectadas a Internet, y hasta el 10 de marzo del 2010, llegó a 1 027 200 el número de usuarios en la red social Facebook, es decir la mitad del total de usuarios conectados a la Web. El ecuatoriano que usa la red tiene en promedio entre 18 y 34 años. Guayaquil y Quito son las ciudades que acaparan casi todo el porcentaje, con más del 96% de gente conectada. Cuenca, Loja y Manta también tienen gran número de usuarios.

“Los temas a los que más concurren los ecuatorianos son los políticos, los que exaltan la nacionalidad y los de amor u odio hacia un equipo de fútbol. El fenómeno Facebook

puede ser explicado por su simplicidad, efectividad y oportunismo”⁶⁴. El mensaje elitista de los blogs cambió y la gente en esta red puede ser partícipe de una vida interactiva virtual, en la que no hay barreras raciales o socioeconómicas.

Este fenómeno de masas de hecho se volvió tan popular que se han escrito varios libros y dictados varios seminarios para comprender los alcances de esta herramienta de la web. Uno de ellos es Faceboom, escrito por Juan Faerman, en el cual el autor revela que la popularidad de Facebook se debe a varios factores: uno de ellos tiene que ver con el denominado mercado de la nostalgia, es decir que la red social permite definir a la persona, recuperar su pasado histórico y a partir de ello consolidar la identidad del individuo en relación con su círculo social ampliado. Según el autor, Facebook satisface ciertas necesidades humanas como aquellas de afiliación, de acuerdo a lo planteado por el psicólogo estadounidense Abraham Maslow, en 1943. Pero además de ello el autor recalca la posibilidad de Facebook de convertirse en una vitrina de aquello que las personas quieren se sepa de ellos, es parte de ser aceptado en el grupo, de la necesidad de pertenencia a algo.

Otra explicación al porqué esta red social virtual ha logrado tanta popularidad la da Peter Thiel. Aunque el creador de Facebook es Mark Zuckerberg, la persona detrás de este fenómeno es Peter Thiel, inversionista de capital. Este filósofo dice que el comportamiento humano funciona por deseo mimético, la gente se mueve como un rebaño y se copia, una teoría que parece explicar las redes sociales, el pensamiento colectivo y el periodismo ciudadano.

Lo criticable es que gran parte de esta información está relacionada con asuntos inútiles o de puro entretenimiento. Entre otros inconvenientes de Facebook también consta la ruptura de la privacidad. La red es un chismógrafo virtual y aunque se han puesto trabas al acceso de información, los números telefónicos o correos electrónicos son usados por hackers o delincuentes comunes para extorsionar a quien no configure bien su cuenta.

⁶⁴ GONZALEZ, Diana, “Facebook visto desde Ecuador”,
<http://www.eluniverso.com/2010/02/18/1/1431/facebook-visto-desde-ecuador.html>

Es, además, usado por las empresas para verificar los datos y entrar en detalles de la vida personal de los posibles empleados.

En el Ecuador, el tema de Facebook también ha sido analizado con el fin de comprender las dimensiones de este fenómeno. Uno de los puntos que se abordan para entender a este fenómeno es la política, ya que según lo manifiesta Iván Rodrigo, experto en comunicación, los ciudadanos han encontrado en este medio una forma eficaz de transmitir sus ideas y opiniones⁶¹. Según explica, las luchas de los ciudadanos pasaron a construirse desde las redes sociales hace aproximadamente dos años, a diferencia de tiempos anteriores cuando los medios de comunicación y las calles eran el punto de referencia para las manifestaciones. Esto se ve facilitado porque este tipo de herramientas virtuales permiten generar un activismo político y confrontar el poder establecido, así como revolucionar la forma cómo se practica la democracia.

Así es como, por ejemplo, se vio en la marcha por Guayaquil que se registró en una cita virtual realizada hace meses atrás, que se trasladó a un espacio físico, o en las campañas de Dalo Bucaram, Jaime Nebot o Rafael Correa.

II.2.2 MOTIVACIONES, CONVOCATORIA Y REACCIONES

Las redes sociales sirven como un canal para la convocatoria. El caso más palpable en estos meses de estudio es el del grupo de Facebook “Odio la Feria Jesús del Gran Poder” que luego se convirtió en la organización en defensa de los animales Proanima. De hecho este colectivo se formó por una casualidad, ya que nació de un grupo creado por el interés de una persona, sin pensar en la convocatoria que tendría. Nicolás Rubio, quien concibió la idea, comenta que a partir de la creación del grupo se convocó a una marcha en contra de las corridas de toros en Quito. De 11 mil miembros virtuales, a la marcha del 1 de diciembre de 2009, acudieron 1000 personas según cálculos de la

¹ 61 ONOFA, Luis, Vinculan en Ecuador popularidad de Facebook y Twitter con la política, 2010, http://noticias.terra.com/articulos/act2302769/vinculan_en_ecuador_popularidad_de_facebook_y_twitter_con_la_politica/

organización. Con esta experiencia, Proanima (Grupo “Odio la Feria Jesús del Gran Poder”) confirma que una de las características que tiene Facebook es el de la convocatoria en el mundo real.

Otra de las experiencias es con la Fundación Protección Animal Ecuador (PAE), que desde hace aproximadamente dos meses ha emprendido en una serie de campañas a través de la web que buscan encontrar casas para animales sin hogar. Las fotos de los animales se cuelgan en el Facebook y la idea es que los miembros de la red se sensibilicen y los adopten. De hecho la mayoría de animales se adoptan luego que la gente se entera que están en Facebook.

Sin embargo no en todos los casos este es un método efectivo para pasar de lo virtual a lo real. En el caso de Cilópolis, por ejemplo, se convocó a 1835 miembros todos los usuarios de la red a la celebración del Ciclopaseo, el 30 de mayo de 2010. De este número 93 confirmaron su asistencia al evento.

En general las organizaciones presentes en las redes sociales, a las cuales se entrevistó para realizar esta investigación afirman no haber hecho una evaluación formal del uso de las redes sociales y su incidencia. Lo único que conocen con certeza son el número de usuarios que tienen, lo que incide en el análisis del verdadero alcance que tienen estas herramientas web.

Por ello en el caso de Biciacción por ejemplo confirman que al crear eventos a través de Facebook e invitar a sus miembros a participar en ellos, han considerado un margen de error en las personas que confirman su asistencia en el mundo real.

En ese contexto, al preguntar a las organizaciones si sus luchas se quedan en el mundo virtual la mayoría asintió aunque ninguna hizo un *mea culpa* ya que para todos los entrevistados sus plataformas de lucha comenzaron en el mundo real y después han incursionado en el uso de las herramientas web, como complemento de sus métodos de difusión. Esto excepto en el caso de Proanima, cuyo caso se explicó en párrafos

anteriores.

II.2.3 PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN RED

La interactividad es una de los elementos que más resaltan las organizaciones sociales respecto a su uso. Según afirman de esta manera establecen una comunicación más dinámica con sus seguidores. Sin embargo al observar el uso que las organizaciones dan a las redes sociales, específicamente a Facebook, se concluye que en ciertos casos no existe la suficiente retroalimentación con los miembros de la red. Con el objetivo de sustentar esta afirmación se ha aplicado una encuesta en los usuarios de Facebook para conocer su percepción respecto al manejo de esta red social por parte de las organizaciones sociales a las cuales pertenecen.

En el Ecuador existen 1 027 200 usuarios de Facebook hasta mayo de 2010, según las estadísticas de Facebakers, recogidas por el sitio web Cobertura Digital⁶³. Esto quiere decir que el número de usuarios es la mitad del número de usuarios totales de Internet que existen en el país. De acuerdo a las estadísticas de la Superintendencia de Telecomunicaciones existen 2 359 710 usuarios de la Red hasta marzo de 2010, de lo cual se deduce que aproximadamente la mitad estaría presente en Facebook.

La encuesta que se ha aplicado a los usuarios de Facebook a través de esta red social. Usando las herramientas de las páginas y perfiles de las organizaciones sociales que están presentes en esta red social se envió un cuestionario de cinco preguntas. La encuesta tiene cuatro preguntas cerradas y una semiabierta. La muestra de cerca de 50 usuarios se seleccionó al azar, de un universo de más de 1 millón de usuarios en el Ecuador. Esta no es una muestra formal debido al gran volumen de usuarios existentes en Facebook y a que los alcances de esta investigación no permiten tomar un número considerable para su estudio. Sin embargo, con esta se pretende entender el

⁶³ ESPINOZA, Christian, "Facebook Ecuador: de 400 mil usuarios a un millón, en seis meses", www.coberturadigital.com

comportamiento y tomar las experiencias de un número de usuarios específico.

A continuación se apunta un breve análisis de las preguntas relevantes de la encuesta (ver anexos) acerca del estudio de este documento:

Pregunta 2

¿Por qué decidió ser amigo de esta organización?

En esta pregunta se dio a los encuestados tres opciones para escoger su respuesta:

1. Porque su círculo social es parte de este grupo: esta respuesta la escogieron 10 personas de 39 y fue la que menos acogida tuvo por lo que nos da una idea de que las personas deciden ser parte de una organización en Facebook, en un menor número, debido a que observan que el resto de sus amigos es parte de la agrupación.
2. Porque está interesad@ en conocer de cerca la organización: esta opción fue elegida por 16 encuestados y es la que mayor número tuvo. Esta elección refleja de que la mayoría de los usuarios que deciden hacerse amigos de una organización si están interesados en conocer con mayor profundidad su origen, actividades, motivaciones, etc., lo que puede motivar en algunos usuarios una mayor acción relacionada con el grupo.
3. Porque está interesad@ en participar de las actividades de la organización: esta opción fue escogida por 13 personas y muestra la intensidad que tienen los usuarios de Facebook por participar en las actividades de la organización de la que son amigos.

Pregunta 3

¿Ha asistido usted a alguna convocatoria de esta organización?

Las opciones de respuesta fueron Si o No y sirve para tener una referencia más clara de la participación (de lo virtual a lo real) de los miembros de alguna organización de

Facebook. De 39 personas que respondieron a esta pregunta, 15 manifestaron si haber asistido a alguna convocatoria de la organización, mientras que 24 respondieron que no. A pesar de las múltiples convocatorias a actividades que emiten varias organizaciones a través de Facebook, la asistencia continúa siendo baja en relación a la cantidad de amigos que tienen estas agrupaciones en la mencionada red virtual.

Pregunta 5

¿Con cuánta frecuencia visita el perfil de la organización?

Esta pregunta no sirve para tener una idea clara de la frecuencia con la que las personas visitan los perfiles de las organizaciones de las que son amigos en Facebook. Las opciones de respuesta fueron tres:

1. Mensualmente: esta fue la respuesta que mayor elección tuvo entre las personas que fueron encuestadas. De 39 encuestad@s, 22 dijeron que visitan la página de la organización de la que son amigos en Facebook.
2. Semanalmente: esta fue la segunda mayor opción escogida por los encuestad@s. De 39 personas, 12 dijeron visitar cada semana el perfil de cualquier organización de la que son amigos.
3. Diariamente: únicamente 5 personas visitan cada día el perfil de la agrupación de la que son amigos en la mencionada Red Social.

Pregunta 6

Interactividad

Esta pregunta tiene una relación directa con la percepción de interacción que tienen las personas que son miembros de una organización en Facebook. Las opciones de respuesta se dividieron entre Si y No y la elección de los encuestad@s estuvo bastante equilibrada. De 39 personas, 19 dijeron que existe comunicación interactiva con el perfil del cual son miembros, mientras que 20 dijeron que no.

CAPÍTULO III

Movimiento social ecologista ecuatoriano en Facebook

III.1 ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN LAS REDES SOCIALES VIRTUALES

Los procesos de comunicación implican una interacción de sujetos, es decir el reconocimiento de que existe un uno y un otro que están involucrados en la dinámica comunicacional y que a partir de ello crea y recrea el contexto en el que se encuentran. Esta dinámica se suscita entre los actores que no solo pueden interactuar entre personas sino con los medios de comunicación. Es a partir de ello que se deben entender las nuevas tecnologías, como parte de ese proceso de movimiento en el cual son participantes y a los cuales los sujetos median a través de sus interpretaciones. Es así como los actores se apropian de los “nuevos” medios de comunicación o las nuevas tecnologías.

En este contexto aparece por ejemplo la Internet y específicamente las redes sociales virtuales que son el foco de estudio de esta investigación. Precisamente si se entiende a la comunicación como un proceso dinámico se puede afirmar que los movimientos sociales que hacen uso de las redes virtuales están creando un nuevo modelo de interacción. Esto porque a través de las nuevas tecnologías van formando tejidos entre sus usuarios lo que además de implicar una nueva forma de organización también muestra un sistema de comunicaciones interactivas.

De todas maneras, la interacción se da cuando la comunicación es de ida y vuelta y a pesar de las ventajas que trae la Internet (rapidez, instantaneidad) puede también que esto suceda, es decir que la comunicación quede en un solo canal, quede solo en una idea difusionista, es decir que sea solo el emisor el que envíe un mensaje sin que haya retroalimentación o sin tomar en cuenta al receptor que es un sujeto, que en teoría debería apropiarse del mensaje que le llega.

Esta experiencia es repetitiva en el caso de Facebook. Las organizaciones sociales que

usan esta herramienta, en la mayoría de los casos subutilizan las aplicaciones que en esta red pueden encontrar. Esta afirmación tiene su sustento en la observación de la actividad que realizan las organizaciones sociales que generalmente implica el envío masivo de mensajes o publicaciones en el muro que en ciertos casos es contestado por un par de participantes de los cientos que tienen en su red y que a su vez no tiene retroalimentación por parte del dueño del perfil o quien inició el proceso de comunicación.

En este sentido la organización protectora de animales PAE hace la diferencia en cuanto su uso tiene una base conceptual que implica una construcción de política de uso y de creación de mensajes y un proceso de comunicación de ida y vuelta, como ya se detallará más adelante. Precisamente la idea de utilizar Facebook como una herramienta de comunicación debe implicar el conocimiento cabal de todas las herramientas que en esta red social existen.

A través de la red social se pueden utilizar ciertas aplicaciones como: invitaciones a eventos, las publicaciones en el muro, colocación de fotos y videos, envío de mensajes, foros, notas, además de cientos de aplicaciones creadas por usuarios que pueden variar de acuerdo al objetivo. Estas de hecho se han hecho tan populares que se replican en varios perfiles y se trata de cuestionarios cortos, tests que con un máximo de 10 preguntas dan resultados no científicos sobre distintos temas. Así también existen otras aplicaciones como consultas a especies de adivinadores de la fortuna y el destino que no tienen ningún sustento sino más bien funcionan al azar pero que sin embargo, son populares entre los usuarios de Facebook.

En el caso de los movimientos sociales, las herramientas más utilizadas de acuerdo a lo observado durante estos meses son el envío de mensajes, publicaciones de muro y fotos así como invitaciones a eventos. Esto denota un modelo de comunicación difusionista que al igual que en los medios tradicionales, se lanza un mensaje a un público en general, concebido como una masa uniforme y no se espera otra respuesta que no sea otra que la afirmación de que el mensaje llegó, el mensaje tal cual como lo entendió el

emisor. Es decir que no existe un reconocimiento de otro diferente, de un sujeto que está del otro lado del computador y que no es un simple perceptor del mensaje sino que se apropia de lo que le es transmitido a través de un contexto electrónico.

Una de las razones podría estar en que los usuarios no se sienten motivados a interactuar con un Otro desconocido que además, por la misma naturaleza de Facebook, envía mensajes masivos sin mayor contenido. Esto porque esta red virtual está concebida para enviar mensajes cortos.

De todas maneras, se observa que en el Ecuador son cada vez más organizaciones sociales las que quieren ser parte de esta red. En el caso del movimiento ecologista por ejemplo, según los representantes de las organizaciones esta es una herramienta ideal que segmenta el público al que quieren llegar.

Para Manuel Castells la Internet y las redes que se construyen a través de de ella marcan una nueva forma de lucha de las organizaciones sociales. Las nuevas tecnologías son usadas como una herramienta de protesta, por lo que las luchas están pasando de lo material a lo virtual. Esto es palpable en el país especialmente con una de las organizaciones entrevistadas: Proanima, que se creó de la intención personal de uno de sus fundadores de alzar su voz de protesta contra las corridas de toros. Según afirma lo que comenzó como la creación de un grupo se convirtió en una forma de lucha social en la vida real contra una actividad que se realiza tradicionalmente en Quito. De allí el grupo se constituyó como tal, luego de consolidarse una masa que además estuvo apoyada por otras organizaciones sociales en defensa de los animales que conocieron la lucha de este *facebooker*. Y es que precisamente esta es una de las nuevas características que Castells señala que tienen los nuevos movimientos sociales en las redes, la conexión con otras organizaciones sociales que permite ampliar el nivel de influencia de una causa y consolidar acciones en conjunto. En efecto, es a través de Facebook que Nicolás Rubio, fundador del Grupo Odio la Feria Jesús del Gran Poder (luego Proanima) tomó contacto con DiabloUma, organización interesada en la misma lucha y de ahí se fueron concretando acciones orientadas al pedido de la eliminación de las corridas de toros en

Quito y en otras ciudades del país. Este último aspecto ejemplifica además otro de los factores que Castells define como las nuevas formas de organización de los movimientos sociales a través de Internet que es el paso de lo local a lo global, a través de la generación de redes que fácilmente abren su espectro más allá de su punto de ubicación geográfica.

III.2 EXPERIENCIAS DEL MOVIMIENTO ECOLOGISTA

III.2.1 CICLÓPOLIS.-

Ciclópolis es una fundación sin fines de lucro creada en 2007 cuyo fin es promover el uso de la bicicleta en la ciudad. Con ello, la intención es generar mayor conciencia ambiental respecto al uso de los vehículos en la ciudad y aportar con una solución específica que refiere a la utilización de este medio de transporte no motorizado. Actualmente llevan a cabo seis proyectos: Ciclopaseo semanal de Quito, Copa Urbana, Todas en bici, Guaguas al pedal, Rutas + Ritos, Al Trabajo en bici, que en esencia todos responden al objetivo antes mencionado.

Las páginas que la Fundación Ciclópolis tiene en Facebook se abrieron hace aproximadamente un año aunque según Diego Puente, director ejecutivo, todavía no ha existido una discusión formal dentro de la organización respecto al uso de esta herramienta. Sin ningún objetivo determinado Ciclópolis empezó a usar el Facebook y poco a poco ambos perfiles (me gusta y amigos) han logrado congregarse a varios grupos sociales dentro de una misma red. Por un lado están aquellos que están interesados en la causa, es decir la promoción del ciclismo urbano, esto se observa básicamente en la página del “Me gusta” donde los usuarios han encontrado una manera de expresarse respecto al tema del uso de las vías exclusivas para bicicletas y el abuso de los automotores. Ejemplo de ello son las fotos de autos estacionados sobre la Ciclo- Q que colocan en el muro de esta página, sin embargo, por lo general, no existe respuesta por parte del administrador de la página, según lo investigado en estos meses que implique una acción concreta por parte de la organización, ni en el mundo real, ni en el virtual.

Por otro lado, en cuanto a los usuarios, existe un grupo de personas que están interesadas en conocer las actividades de la organización para participar en ellas. La interacción con ellos es más directa ya que se envían mensajes específicos (texto y fotos) que generalmente tienen retroalimentación de los usuarios quienes hacen preguntas específicas y son respondidas, en la mayoría de los casos, inmediatamente por Ciclópolis. Además este grupo hace propuestas de cómo podrían mejorar las actividades que lleva a cabo la Fundación.

Asimismo, está un público apático que no interactúa ni se interesa en las actividades y que de acuerdo a las encuestas se ha unido a la red por una especie de “presión de grupo”.

Si bien como se indicó en párrafos anteriores, no existe un objetivo claro respecto a la utilización del Facebook, el uso de esta herramienta implica, implícitamente, una forma de democratizar la comunicación, entendiendo este concepto como la forma que tienen todos los ciudadanos de tener un canal de expresión. De esta manera, Ciclópolis busca generar ese espacio en la gente en el perfil Me Gusta. De todas maneras, no existe un espacio en el cual se reconozca al Otro y se inicie una relación personalizada, generando una interacción como respuesta a este espacio democrático y con ello se aplique un modelo de comunicación integral.

El usuario al participar en las páginas de Ciclópolis busca pasar de ser un ente pasivo a ser un sujeto crítico. Así la comunicación funciona de la siguiente manera: Ciclópolis abre el canal de expresión que es Facebook, los usuarios aceptan que existe ese medio, se apropian de él y lo usan para dar a conocer sus pensamientos, ideas, sentires. Sin embargo en la mayoría de los casos no existe una comunicación circular ya que no hay acciones y ni respuesta por parte de la organización, tal y como se explicó en párrafos anteriores.

III.2.2 BICIACCIÓN.-

Biciacción es una organización no gubernamental fundada en 2003 que tiene como propósito fomentar y generar nuevos espacios y formas de movilidad en la ciudad a través del uso de la bicicleta en los distintos aspectos. Actualmente lleva a cabo siete proyectos: Ecotriciclos, Mejor en bici, A Clases en bici, Bicipaseos patrimoniales, Ecopaseos, Viernes de Pedales y Vías Activas del Ecuador.

El uso de Facebook en el caso de esta organización responde más a una intención empresarial en el sentido que lo que el objetivo primordial es promocionar las actividades que realizan. Roberto Vega, comunicador social, explica que el uso de las redes sociales se enmarcan en el plano de la estrategia de publicidad BTL (*Below The Line*) de la cual hacen uso para dar a conocer a un público en particular las ofertas ciclísticas que emprenden. Por ello según explica básicamente se utilizan las herramientas web como la creación de eventos para convocar a la participación en las distintas actividades que tienen fines comerciales.

De todas maneras, como objetivo final, Biciacción entiende al Facebook, como una herramienta que a la larga genera un cambio de actitud en la gente. Este instrumento web “ayuda a seguir tejiendo formas, actitudes y acciones de la gente. Esto ayuda a proponer algo y a que la gente se interese por ese algo. El interés por usar la bicicleta, por tener una ciudad mejor, un medio ambiente más sano, un estilo de vida saludable, por hacer deporte y recreación, son temas que trascienden... Para nosotros el tema de las redes implican un tejer de acciones, de actitudes y la gente ha reaccionado positivamente ante ello por lo que se ha logrado tener un voluntariado virtual. Así, los usuarios pueden sentirse a gusto con su bicicleta y decirlo, aportar con su voz, en este caso, con su texto y estas son acciones que sin duda mueven y siguen moviendo la causa y por ende siguen tejiendo. Este es nuestro fundamento y nuestro objetivo” explica Roberto Vega, con lo cual aclara el fin último del uso del Facebook.

De acuerdo a lo observado, Biciacción utiliza Facebook no solo para promocionar sus

actividades sino también para dar a conocer las acciones que como organización realizan para promover el uso de la bicicleta. En el muro de Biciacción se puede observar que existe interés en la causa que promueve por parte de los usuarios, sin embargo estos son solo mensajes de felicitación de usuarios que participan en las actividades de la organización, por ejemplo:



Cayetana Sevilla Que bien que sigan promoviendo los beneficios del ejercicio, si entendiera la gente lo bueno que es dejar el carro y caminar o ciclear, no solo el tráfico fluiría mejor, sino la paz en nuestro interior.

€,',€,',水,?,?'	Bf7nW	{	bb39e19c090eda
----------------	-------	---	----------------

[El 24 de julio a las 18:15](#) · Comentar · Me gustaYa no me gusta · [Ver muro a muro](#)

Con ello sin embargo se ratifica lo que Roberto Vega pretende crear a través de Facebook y que se explicó en el párrafo anterior. Es decir generar una conciencia colectiva que poco a poco vaya integrando a nuevos sujetos en una red que finalmente busca un mayor uso de la bicicleta en la ciudad.

III.2.3 LA HORMIGA.-

Esta es una organización creada hace más o menos un año con sede en Puyo que busca defender el ambiente y específicamente la selva Amazónica con el fin de promover este lugar como destino ecoturístico. Diego Escobar, uno de los fundadores, comenta que casi a la par de la conformación como grupo ingresaron a las redes sociales virtuales, entre estas Facebook con lo cual básicamente buscan convocar a la gente a las marchas y talleres que realizan para cumplir con los objetivos que persiguen.

Según Diego Escobar el perfil se actualiza por lo menos una vez por semana y se busca

priorizar información relacionada a las campañas que realizan, para lo cual usan básicamente fotos y textos y por otro lado sirve como una forma de documentar las actividades que realizan.

En general, la información que se coloca en la página de La Hormiga tiene relación con la lucha ambiental que emprende esta organización. El manejo de herramientas es variado, utilizando fotos y videos respecto al tema. La mayoría de publicaciones tienen que ver con enlaces a noticias (en video o texto) que tienen relación con lo que ideológicamente quiere compartir este movimiento social que no solo tiene que ver con lo ambiental sino también con lo político. Por ejemplo:



[La Hormiga](#)



[Bush y Obama: Imperialismo antes y ahora](#)

www.forocomunista.com

Gran imagen ¿Qué os parece? la imagen increíble hay gente k tiene unos manejos de photoshop impresionantes xD lo que representa tb yo crei y sigo creando aunque sea muuy poco en obama que si cierra Guantanamo k si proyecto de sanidad... ..

€, €, 水, ?, ?	Bf7nW	{	bb39e19c090eda
---------------	-------	---	----------------

[El 31 de julio a las 16:33](#) · [Comentar](#) · [Me gusta](#) · [Ya no me gusta](#) · [Compartir](#) · [Denunciar](#)

Publicaciones como la anterior se repiten semanalmente en el perfil de La Hormiga y tienen que ver con la política internacional y nacional. Sin embargo no existe ninguna retroalimentación por parte de los usuarios excepto un Me Gusta por parte de uno o dos usuarios.

De todas maneras, Diego Escobar explica que, con el fin de generar mayor participación

en la vida real de quienes son parte de su red en Facebook intentan cada vez que alguien se suscribe a la página enviar un e-mail con información más detallada de la organización así como un formulario en el cual se detallen los datos de usuario.

Las redes sociales y Facebook específicamente, para esta organización son una herramienta que da sentido al trabajo que realizan. Diego Escobar explica que la intención es llegar con un mensaje a los ciudadanos a través de los medios de comunicación con el fin de completar el trabajo que realizan.

III.2.4 PROANIMA.-

A diferencia de las anteriores organizaciones y de aquellas que se detallarán a continuación Proanima tuvo un comienzo distinto. Esto porque no surgió de una idea de un grupo de personas que buscaban luchar por una causa en particular, sino que nació a raíz de una actividad sin intención *a priori* de una persona. Esto porque Nicolás Rubio, un joven de 30 años decidió abrir un grupo en Facebook, herramienta que hasta ese entonces la había usado de manera personal. Una vez abierto este grupo denominado Odio la Feria Jesús del Gran Poder (en contra de las corridas de toros) se dio cuenta de la acogida que tuvo esta iniciativa. En cerca de dos meses logró congregarse en la red a 9 mil miembros que compartían la causa.

Según lo observado esta es la página que más interacción tiene por parte de los usuarios de la red. En este caso se da un fenómeno en especial ya que la comunicación sucede entre los usuarios de la red. Es decir el círculo inicia con los administradores del perfil pero termina con los comentarios de los usuarios. Cada vez que se publica un texto o un enlace en el perfil referente a la lucha antitaurina existe una contestación que va desde un mínimo de dos réplicas hasta más de 50 respuestas por parte de los miembros de la red.

Precisamente este hecho hizo que Nicolás Rubio, quien en un inicio simplemente quiso compartir un sentir con otras personas, decidiera abrir una organización llamada Proanima

que es apolítica y arreligiosa. Según cuenta en un inicio esta fue una lucha virtual hasta que fue convocado por otras organizaciones que defendían a los animales y se creó un colectivo social que el pasado 20 de noviembre y el 1 de diciembre logró reunir a unas 1 000 personas para protestar en contra de las corridas de toros.

Con este antecedente Nicolás Rubio defiende que el Facebook es un medio efectivo de comunicación que puede convocar gente y permitir que se exprese libremente respecto a cualquier actividad, sin embargo no deja de lado el hecho de que este llega a un público segmentado debido a que no toda la gente tiene acceso a un computador y sin este a Internet.

Debido a que este es un tema polémico la comunicación, como la entienden en Proanima, pasa primero por un tema de información y luego de argumentación. Es así que de acuerdo a lo observado y a la experiencia narrada lo comunicativo se entiende como un debate en el cual los miembros deben tener su argumentación respecto al tema para poder contrarrestar a los opositores. Sin embargo más allá de esa definición básica, según lo investigado esta organización busca siempre una interrelación e interacción con sus más de 18 mil miembros ya que además de abrir un espacio para que una red se articule y todos los usuarios tengan el mismo acceso a participar, también actualizan constantemente la información para generar opinión. Con ello, arman toda una estrategia de comunicación que además luego trasciende a las instancias gubernamentales con el fin de concretar la lucha. Un caso específico es el siguiente:



[Odio La Feria Jesus del Gran Poder](#) Amigos, hoy al medio día entregamos en las manos del Alcalde de Quito, una carta en la que expresamos nuestra posición respecto a las corridas, el malestar por lo sucedido con Corral y por no haber tenido respuesta al montón de cartas enviadas a sus correos electrónicos. Ojalá ahora nos responda...

€, €, 水, ?, ?	Bf7nW	{	bb39e19c090eda
---------------	-------	---	----------------

[El 02 de agosto a las 20:23](#) ·
Comentar · Me gustaYa no me gusta

III.2.5 ACCIÓN ECOLÓGICA.-

Acción Ecológica nace en 1986 con el objetivo de defender la tierra y la vida y oponerse a la violencia que se pueda generar hacia ambas. La intención es luchar contra la contaminación y con ello defender la naturaleza para generar un medio ambiente sano. Actualmente desarrollan programas de capacitación e investigación respecto a estos temas.

En el caso de esta organización, la presencia en Facebook es mínima. Quizás esto se deba a que no dan tanta importancia a esta red social como a su sitio web, según indica Xavier León, representante de esta organización.

Tal como se comentó en el capítulo anterior la única presencia que tiene este grupo ecologista es un grupo denominado Amigos de Acción Ecológica cuyo fin específico era buscar apoyo para presionar al Gobierno a devolver la personería jurídica a esta organización, en marzo del año pasado. Sin embargo la interacción entre los usuarios de la red es mínima y los comentarios suman nueve y no existen ninguna retroalimentación ni entre usuarios, ni con el administrador del perfil. Se podría decir que este es un canal muerto ya que el último enlace que se publicó fue el 3 de julio y no tiene nada que ver con la causa para la cual fue creado.

Según Xavier León, Facebook es usado solo con campañas específicas debido a que consideran que esta herramienta está más orientada a un uso comercial, empresarial que a un mecanismo para hacer una lucha social. Esto a pesar de que considera que las aplicaciones de la Web 2.0 y las redes sociales son positivas ya que son un canal de acceso inmediato e interacción directa con los usuarios.

Otra de las campañas que Acción Ecológica ha emprendido en Facebook es Digamos No a la Eliminación del Parque Nacional Yasuní. En ella se repite lo de la campaña anterior,

no existe una constancia por parte del administrador lo que hace que los 581 miembros no tengan realmente un sitio en el cual interactuar. El último mensaje fue publicado el 21 de abril y como en el caso anterior no tiene relación con la causa por la cual se está luchando sin embargo de acuerdo a las evaluaciones que hacen en la organización llegan a la conclusión que tienen un importante apoyo cuando realizan campañas.

III.2.6 PROTECCIÓN ANIMAL ECUADOR (PAE).-

En 1984 se crea la Asociación Ecuatoriana Defensora de Animales que era una organización sin fines de lucro apolítica y arreligiosa. Sin embargo, no tuvo mayor presencia hasta 2000 cuando la directiva asume un nuevo rumbo del grupo con políticas más claras a seguir y es cuando cambia su nombre a Protección Animal Ecuador (PAE). El objetivo es sensibilizar a las personas sobre la presencia y cuidado de los animales con el fin de convivir en un ambiente integral y armónico.

Facebook para PAE es una de las herramientas más utilizadas actualmente para estar en contacto con su público. Aproximadamente se dedican unas 4 horas diarias al uso de este medio aunque en un principio no era así. Esta organización estaba en Facebook desde hace dos años, sin embargo no había actualizaciones constantes, ni se consideraba un lugar donde las personas interesadas en el tema podían interactuar. Esta situación cambia aproximadamente hace cuatro meses cuando Alexandra Velasco, voluntaria de la Fundación se dedica exclusivamente al manejo de este canal con el fin de crear una comunicación de 360 grados, como ella la describe. Es decir que se envíe una información y que exista una retroalimentación por parte de quienes la reciben.

Por otro lado el PAE ha hecho una evaluación informal respecto al tema y llegaron a la conclusión de que debían migrar del perfil de amigos al perfil de Me gusta esto porque en dos meses pasaron de tener 5 mil amigos a tener 12 200 admiradores, con lo cual afirman que pueden llegar a más personas. Además en esta última opción tienen acceso a estadísticas de la página que muestran con qué tipo de público están interactuando lo que da un ejemplo más exacto de a quienes se dirigen y con ellos pueden personalizar los

mensajes.

Más allá de lo anterior el Facebook para PAE tiene una conceptualización clara, este es un espacio en el que la gente interesada en el tema puede dar a conocer su sentir por los animales desprotegidos y abandonados en las calles y a la vez ser parte de la campaña de adopciones que lleva a cabo la fundación. Esta participación y publicaciones en el muro llevan a la acción ya que la mayoría de comentarios son referentes a información requerida para tomar parte de alguna de las propuestas emprendidas por el PAE. Por ejemplo:



Edmor Suarez hola amigos me preocupan mucho los animales, tuve una leccion de vida con un animal y por eso ahorita mismo quisiera adoptar un perro de cualquier raza pero que no este muy grande todavia, si es un chachorro seria mejor aunque no importa la edad que tenga, cualquier cosa agreguenme como amigo y bueno ahi nos comunicamos.



El 23 de julio a las 16:25 ·

Comentar · Me gusta · Ya no me gusta · Ver comentarios (2) · Ocultar comentarios (2) · [Ver muro a muro](#)



[Pae Ecuador](#) Gracias, visita www.pae.ec/adopciones

El 26 de julio a las 19:23 · Me gusta

En el ejemplo anterior se especifica cómo funciona la comunicación en Facebook de PAE. La información se coloca en el muro y luego hay una respuesta por parte de algún interlocutor y a continuación una respuesta inmediata de PAE y en ciertos casos responde otra persona de la red.

En el caso de esta Fundación la información que su publica en el muro es la más relevante y la más urgente que por lo general son las campañas que llevan a cabo como organización y con ello pretenden que la información entre los directivos y los interesados, que antes tardaba meses en concretarse, se dé en el menor tiempo posible.

III.3 VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES PARA EL MOVIMIENTO SOCIAL ECOLOGISTA ECUATORIANO

Las organizaciones ecologistas consultadas coinciden en que las siguientes características determinan su presencia y uso de las redes sociales específicamente de Facebook.

III.3.1 INMEDIATEZ.-

El hecho de que las conversaciones puedan darse en “tiempo real” implica un ahorro de recursos además de la posibilidad de estar en contacto directo con los miembros de una organización.

Alexandra Velasco del PAE aclara justamente esta idea: “La información que antes tardaba tres meses en llegar a uno de los directivos hoy puede llegar en un máximo de tres horas”. Esto es precisamente lo que las organizaciones ecologistas consultadas destacan como importante a la hora de usar el Facebook. Sin embargo, esta es solo una percepción ya que la comunicación no se da en tiempo real sino de manera inmediata. Nicholas Negroponte explica que una conversación sincrónica se da por ejemplo cuando dos personas hablan cara a cara o por teléfono sin embargo cuando se transmite esta misma información vía e- mail o en este caso por las redes sociales la comunicación es asincrónica, es decir no se da en tiempo real. De todas maneras la capacidad de inmediatez del Facebook y la posibilidad de enviar y responder a los mensajes de forma personalizada, incluso un segundo después que se hayan enviado, da la sensación de que es una conversación en tiempo real lo que facilita las comunicaciones.

III.3.2 INTERACTIVIDAD.-

“Lo esencial no es el número de seguidores que se tenga, sino saber que responden a los comentarios, es decir que haya retroalimentación”⁶⁵. Esta es una de las definiciones que más se apega a la intención de las redes sociales y a las ventajas que encuentran las organizaciones ecologistas presentes en ellas.

Los grupos ecologistas consultados coinciden en que la presencia en Facebook sin duda mejora la interactividad con los usuarios de las distintas redes. La relación, el reconocimiento del otro y la posibilidad de tener una comunicación personalizada son algunas de las ventajas de estar presentes en una red social.

En efecto tener un *feedback*, una respuesta por parte del usuario es uno de los beneficios más valorados de acuerdo a lo especificado en las entrevistas realizadas. Sin duda este canal mejora la comunicación entre las organizaciones y sus adeptos (nuevos adeptos) frente a lo que lograban con los medios de comunicación tradicionales, cuya respuesta es nula considerando el tipo de presencia que tienen en estos.

Por otro lado los entrevistados coinciden en que el Facebook es un espacio de participación: “la ventaja es que todo el mundo puede opinar” dice Diego Puente, director de Ciclópolis, con lo cual define el sentido de apertura y democratización que implica un canal de expresión abierto.

III.3.3 AHORRO DE RECURSOS.-

El costo del uso de Facebook es mínimo en comparación por ejemplo al mantenimiento y puesta en marcha de un sitio web que puede superar los \$100 anuales como precio base. Al contrario el Facebook es un servicio gratuito y lo único que se necesita además

⁶⁵ LAVERDE, Jorge, “El `boom` en las relaciones humanas”, en LA HORA, Sección Explora, Quito, 2 de agosto de 2010, p. B12

del computador es acceso a Internet, cuyo costo puede arrancar desde \$13 mensuales.

La colocación de información, sean estos anuncios comerciales o no, es ilimitada y se puede llegar a públicos segmentados de acuerdo a la información que el mismo sitio provee y aún más allá es posible acceder a estas estadísticas de manera semanal cuando en la televisión, prensa o radio la medición del impacto puede tardar más de tres meses y se debe contratar un servicio especial que realice este trabajo.

Asimismo si se compara el costo de colocar un mensaje, ya sea un anuncio comercial o no, en Facebook frente a uno en los medios de comunicación tradicionales, la diferencia es del 100% ya que en la red social no tiene costo mientras que en medios sí.

III.4 DESVENTAJAS DEL USO DE FACEBOOK PARA EL MOVIMIENTO ECOLOGISTA ECUATORIANO

De acuerdo a lo consultado en las organizaciones no todo es positivo respecto al uso de las redes sociales y específicamente a Facebook. Por ello a continuación se detallan las desventajas que puede traer la utilización de las mismas.

III.4.1 FALTA DE ACCESO.-

Según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) son cerca de 2 millones de usuarios de Internet en el Ecuador (ver anexo), sin embargo la población del país supera los 14 millones de personas es decir que apenas el 14% aproximadamente tendría acceso a Internet. Estas cifras muestran que la posibilidad de ingresar a Internet y por ende de tener una cuenta en Facebook es marginal ya que ni la mitad de los ecuatorianos son parte de esta estadística. Según información publicada el 17 de mayo en Diario El Comercio esto podría ser a causa de la falta de dotación de infraestructura principalmente en el área rural aunque también se debe a los altos costos de Internet.

Actualmente el público específico de Facebook se ubica entre los 15 y los 50 años y aunque no existe un estudio específico respecto al tema se podría determinar que quienes

acceden a este sitio tienen una media de ingresos relativamente alta para pagar el costo del servicio de Internet.

III.4.2 SUBUTILIZACIÓN DE TECNOLOGÍA.-

Dos de cinco entrevistados reconocen que existen muchas herramientas, aplicaciones y conceptos que no comprenden en Facebook por lo que no han podido sacar todo el provecho de este sitio web.

Según estudios (Cfr. Supra) quienes no conocen el uso de las tecnologías son los nuevos pobres de las economías mundiales. “Los tiempos modernos siguen siendo los del rendimiento: doce mensajes electrónicos por hora y el despido para aquellos cuya productividad sea inferior a siete mensajes y medio”⁶⁶. En efecto, lo descrito en los dos párrafos anteriores da el contexto para entender un nuevo concepto que es analfabetismo digital que trata sobre el desconocimiento en el manejo de las herramientas de la *Web*. Al igual que el analfabetismo (incapacidad de leer y escribir) el ya nombrado tiene distintos grados por lo que la incapacidad de utilizar las herramientas de manera completa y correcta denota un analfabetismo digital.

El Ecuador es un país que importa tecnología, casi ningún software o hardware de los que se usan regularmente son producidos en el país lo que dificulta el contacto directo y cotidiano con la tecnología. Al ser artefactos producidos en diferentes realidades, culturalmente es más complicado entender de manera completa su funcionamiento.

La consecuencia de ello es una subutilización de la tecnología en general y en particular de Facebook. Es decir las organizaciones están presentes en Facebook pero desconocen a cabalidad como utilizar completamente las aplicaciones que están a disposición, lo que provoca un uso limitado de los recursos que como se explicó en párrafos anteriores denota un analfabetismo digital.

III.4.3 FILTROS DE EXPRESIÓN.-

A pesar de que los representantes de las organizaciones coinciden en que el Facebook es

⁶⁶ HALIMI, Serge, Los pobres del ciberespacio, Editorial Aún creemos en los sueños, Santiago de Chile, 2002, pg. 50.

un lugar abierto para interactuar entre usuarios que estén interesados en el mismo tema existe un filtro impuesto por los mismos administradores. Ellos tienen el control de aquello que se publica y lo que no ya que pueden borrar los comentarios que no estén acorde a las políticas de uso de cada dueño del perfil. Por ejemplo pueden borrar comentarios ofensivos pero también aquellos que estén en contra de la labor que realizan.

De esta manera, la libertad de expresión y el espacio abierto para todo tipo de público no es del todo real ya que hay una censura previa de acuerdo a los intereses de los creadores del perfil.

III.5 DEMOCRACIA Y SUBJETIVIDAD EN INTERNET

III.5.1 REVOLUCIÓN EN LA WEB

Las redes sociales y especialmente Facebook estarían revolucionado el concepto de democracia y dentro de esta de libertad de expresión y participación. A la facilidad de un click millones de personas conectadas pueden generar un tejido de información tan fuerte que incida en los procesos sociales.

De todas maneras, es necesario saber cómo manejar estas herramientas tecnológicas para generar verdaderos procesos de desarrollo. La fortaleza de estas redes está justamente en su estructura que va tejiendo, conectando a personas, sin importar las características socioeconómicas, geográficas, temporales en las que se encuentren. Sin embargo, el analfabetismo digital provoca que quienes hacen uso de estas tecnologías lo subutilicen generando flujos de información basura.

Esto distrae de lo verdaderamente importante, que son los procesos comunicativos, los mismos que se pueden generar desde Facebook u otra red social para activar la organización y acción social. Al generarse flujos de información relevante que puedan servir para que los sujetos tomen conciencia y se apropien de los medios de

comunicación y del mensaje y a su vez exista retroalimentación, entonces se estaría cambiando un paradigma difusionista para entender a la comunicación desde otro punto de vista. En efecto las redes sociales por su misma estructura pueden lograr sujetos participativos, que a través de la recepción de la mayor cantidad de información pueden democratizar el acceso a un medio de comunicación como es Internet.

Esto actualmente ya se está generando en el Ecuador y las organizaciones sociales han reparado en ello, por lo que buscan estar presentes en las redes virtuales conociendo el poder que estas tienen. Aunque este proceso se da aún de forma incipiente, se puede decir que la forma de participación está cambiando en relación a la necesidad que tienen los grupos sociales por apropiarse de estos canales e ir generando redes en las cuales su campo de influencia sea aún mayor que el que pueden tener el mundo real.

Aunque ciertas experiencias no sean muy exitosas aún por la falta de conocimiento se entiende que las organizaciones a través de las redes sociales quieren fortalecer la democracia a través de esta participación que Internet les permite. Esto va de la mano con la libertad de expresión ya que las publicaciones no tienen restricciones lo que a su vez también alimenta los procesos de desarrollo con base en la democracia.

Con este poder en manos de cualquier persona es necesario que los sujetos tomen conciencia de esa libertad que se les otorga y mucho más aún las organizaciones sociales presentes en Facebook. Como se ha analizado en este estudio la campaña generada sin mayor conciencia de acciones futuras puede generar una situación positiva al trasladar la lucha al plano de lo real y conseguir acciones pero asimismo, del otro lado, puede no generar ningún cambio social al transmitir mensajes superficiales o información basura.

Las redes sociales han devuelto el poder a la ciudadanía sin embargo mientras esta no tenga en cuenta las implicaciones de uso no se podrá generar procesos de verdadera democracia. La intención es que los sujetos tomen conciencia del uso de estas tecnologías, se apropien de ellas, las conozcan, las comprendan y así puedan usar para transmitir información, en primera instancia y luego para lograr tejidos que finalmente

incidan en la sociedad para generar cambios.

En efecto, con las redes virtuales, los movimientos sociales tienen en sus manos una herramienta útil que comulga con los procesos de democracia. Si desde su concepción entendemos a esta última como el poder del pueblo, entonces en un mundo ideal donde se practique este principio, en su correcta acepción, se vería un flujo de información con sentido que surja desde la ciudadanía. Esta información no sería solo un ir y venir de mensajes sino que al generarse en los sujetos se volvería un tejido comunicativo y en su misma estructura residiría su poder, es decir el poder del pueblo.

Con herramientas como Facebook queda evidenciado el poder de los medios de comunicación, sin embargo, a diferencia de los tradicionales, esta tiene acceso público y no tiene un filtro para la expresión de diversas ideas. Estas dos características hacen que se evidencie su sentido democrático. En caso de que se optimizará su uso y se entendiera este concepto a plenitud las organizaciones sociales o los sujetos no agrupados tendrían conciencia de la herramienta de impacto masivo que tienen en sus manos y como con mensaje de menos de 50 palabras pueden generar una movilización de gran alcance. Esto no es complicado de lograr dada la misma estructura en red que simula un proceso democrático. Es decir es una especie de contagio que comienza con uno y luego se va ampliando a otros actores, sin embargo en este punto es necesario aclarar que este proceso debe incluir participación de lo contrario solo sería una masa moviéndose bajo una tendencia en particular sin tomar conciencia.

Precisamente en la toma de conciencia radica la diferencia del uso de Facebook u otra red social. Esto quiere decir que para generar democracia y con ella participación, el proceso debería ser el siguiente: el sujeto u organización consciente del poder que tienen las redes sociales deben promover su uso con base en un análisis previo de por qué usarlas o no y cuáles deberían ser las luchas que en ella se generen. En segundo lugar y con base en un conocimiento previamente adquirido quienes usen estas herramientas de las Web 2.0 deben generar procesos de comunicación que aporten al desarrollo. La consecuencia de ello será un cambio social que se genere desde la ciudadanía y para ella.

Con el uso de las redes sociales se pasaría de una democracia representativa que es la que actualmente predomina a una democracia participativa. Esto porque todos los ciudadanos tendrían la posibilidad de expresarse, participar, generar ideas e incidir masivamente. Así, las luchas comenzarían desde un sujeto o una organización pero podrían ampliar su bandera a otros actores, esto con la particularidad de que no es necesario estar afiliado a un grupo en el mundo real para generar cambios sociales o para compartir un ideal en común.

Con ello, libertad es la palabra que caracterizaría a Facebook o a las redes sociales en general. En efecto, la libertad es el único camino que existe para lograr procesos de comunicación democráticos que en si mismo permitan a todos los actores, sujetos, grupos, acceder y participar en la misma medida y en conjunto incidir en los cambios que puedan darse para la sociedad de manera positiva y proactiva. Es decir, las distintas banderas de lucha que pueden darse en Facebook lograrían sus objetivos y su impacto si en un principio toman conciencia del poder que tiene la estructura en red y a partir de ella generan una comunicación integral cuya base sea el ser humano.

III.5.2 NUEVAS NOCIONES

Con el Internet y las Redes Social se configuran nuevas nociones de varios aspectos que moldean el entramado de las relaciones a través del ciberespacio, entre ellas de las subjetividades. Para entender cómo va cambiando el ser humano desde su interior al momento en que se enfrenta a las nuevas relaciones mediadas por las redes sociales, podemos identificar una clara diferenciación respecto a las generaciones que consumen la Web 2.0.

De acuerdo a datos del portal www.checkfacebook.com, que monitorea a los usuarios de esta Red en todas partes del mundo, el ecuatoriano promedio que usa la red tiene entre 18 y 34 años, con un millón doscientos mil usuarios de dos millones en total. Esto nos muestra que el grupo de personas comprendido en esta edad son los que usan mayormente Facebook. Pero no hay que dejar de lado la cifra creciente de adolescentes,

entre 14 y 17 años, que ya están familiarizados con este medio de socialización. Cerca de 450 mil en total.

Con estos datos nos damos cuenta que el grupo de personas que usan esta red es muy joven y se confirma que las nuevas generaciones tienen una mejor adaptabilidad e interacción en relación a las nuevas tecnologías. A partir de esto es que la subjetividad ahora se adapta al uso de la web y no es dado como con los anteriores medios de comunicación, el medio se adapta a la subjetividad.

Para tratar de entender cómo se va construyendo esta nueva noción, basta dar un vistazo de cuán fácil es navegar por este sitio, creando una atmósfera amigable e incluyente en un grupo social determinado. Bastan unos cinco minutos, poner datos personales y una cuenta de correo electrónica, para crear un avatar personalizado dentro de esta Red. En muy poco tiempo más se puede participar en juegos creados específicamente para esta red, socializar con personas que tengan intereses afines, compartir comentarios sobre la fiesta de la noche anterior o tan sólo “coquetear” con otras personas.

Los usuarios comprendidos entre los 25 y 34 años además de interactuar con las varias opciones señaladas anteriormente, también están interesados en temas de política y temas relacionados con el equipo de fútbol de su preferencia.

Precisamente a partir de estas preferencias, que en realidad son construidas y presentadas con un sinnúmero de detalles coloridos, animados, que puedan llamar la atención, por la Red, es que se van construyendo las subjetividades determinadas por la lógica de la Web, especialmente para las generaciones más recientes que la consumen. Es así que hoy en día, con la fácil asimilación de los más jóvenes por todas las opciones de la Red Social, de a poco van perdiendo la noción entre lo real y lo virtual, crean sus relaciones sociales mediadas casi con exclusividad por la Red.

Varias horas de su tiempo son dedicadas a navegar en las diferentes opciones de lo virtual y lo que realmente los motiva es lograr un estímulo físico – erótico virtual, con la

posibilidad latente de trasladarlo a la realidad, pero que generalmente permanece en el mundo de la Web, y, la socialización, que de igual forma se queda, cuando se establece un contacto inicial exclusivamente por la Red Social, en un mundo irreal.

Los temas que tratan son de puro entretenimiento determinados en gran medida por las marcas comerciales que están detrás de las aplicaciones que tienen Facebook. Así es como la Red va determinando los gustos, preferencias, visiones, opiniones, cosmovisiones, sentidos y necesidades de un creciente grupo de personas que van adquiriendo una subjetividad virtual.

Como resultado de esto podríamos estar rodeados en un futuro cercano, de sujetos con poca capacidad crítica y que como efecto de esto, no sabrían que hacer ante la ya avalancha de información que no solo es propia de las Redes Sociales Virtuales, sino de toda la Web.

Gracias al diseño cada vez más llamativo de todas las aplicaciones con las que cuenta Internet, los usuarios de Facebook o cualquier otra Red Social, cada vez más se quedan con lo explícito de lo mostrado, pero lo implícito, inclusive el mensaje que muestra entorno a estos diseños y animaciones, no es detectado y peor aún distinguido. En el corto plazo estaríamos rodeados de personas que consumen Internet, que mantienen un criterio pobre y superficial.

Quizás las organizaciones sociales puedan entrar dentro de las preferencias de las tiernas generaciones, algunas lo pueden lograr si hacen más llamativo y atractivo su perfil en Facebook, pero sin tan sólo se queda en la participación activa que nace desde una necesidad de generar un cambio en la sociedad, los temas que tratan las organizaciones, quedarán solamente para los usuarios de mayor edad, probablemente estancándose con ellos y dejando a un lado un proceso de renovación de ideas que puedan aportar los más jóvenes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.-

- Las organizaciones sociales ecologistas son parte de Facebook por una presión social que los lleva a estar en sintonía con la moda. Sin embargo no existe una evaluación formal respecto a su uso y a los resultados que existen respecto al tema.
- Facebook es una herramienta útil que permite una comunicación directa y en red con un público diverso. Los mensajes además pueden llegar de manera personalizada.
- Las estadísticas que arroja Facebook para cada uno de sus perfiles (Me gusta) es una herramienta útil para conocer características específicas de los públicos a los que las organizaciones sociales llegan. Sin embargo estas no son utilizadas en gran medida por sus representantes.
- El relativo bajo costo de uso de Facebook hace de esta una herramienta ideal para las organizaciones sociales que no tienen los recursos económicos para acceder a los medios de comunicación tradicionales. Además este es un canal donde existe libertad de publicación y de extensión a diferencia de los otros *media*.
- La posibilidad de generar un espacio de participación y generación de ideas es una de las ventajas que las organizaciones sociales destacan de Facebook.
- A través de las redes virtuales las organizaciones sociales intentan tejer acciones que involucren a cada vez más miembros con el fin de promover y cumplir sus objetivos como grupo.
- Las redes sociales virtuales tienen la capacidad de tejer lazos mucho más allá del ámbito de lo local y con ello interrelacionar las plataformas de lucha para volverlas globales.
- La comunicación para las organizaciones sociales, en el contexto de Facebook, se entiende como un conjunto de actividades de difusión cuyo fin es promocionar las acciones de cada grupo.
- En la mayoría de los casos consultados no existe retroalimentación a la

información que se transmite y esta al no existir no permite generar procesos de comunicación o interacción y con ello la red no se termina de tejar.

- No hay una conceptualización previa de la comunicación en redes sociales que vaya más allá de lo coyuntural.
- No existe una conceptualización clara de la comunicación por parte de las organizaciones sociales ecologistas. Esta se entiende como una estrategia operativa de difusión que se aplica de una manera técnica en cuestiones específicas.
- Facebook permite una comunicación en tiempo casi real entre usuarios lo que a diferencia de otras herramientas, como el correo electrónico, facilita el proceso de interacción.
- Cuando no existe una actualización constante de la información los usuarios dejan de interesarse por la actividad del grupo. Las informaciones constantes en el muro resultan eficaces para mantener presente el nombre y accionar de una institución, de lo contrario el perfil queda abandonado.
- Proanima es un ejemplo exitoso de un perfil en Facebook que refleja un proceso integral de de interacción comunicativa y participación.
- Proanima es el mejor ejemplo de cómo funciona la comunicación en red debido a que todos los usuarios se comunican entre ellos creando tejidos informativos y de interacción.
- Todas las organizaciones excepto Proanima se comunican de manera directa ya que intervienen el administrador y el usuario aunque hacen uso de un medio de comunicación que funciona como red.
- El uso del Facebook es subutilizado por la mayoría de organizaciones sociales. No se logra entender totalmente su alcance y la capacidad que tienen cada una de sus herramientas.
- La mayoría de aplicaciones utilizadas en Facebook por parte de las organizaciones sociales ecologistas son las más básicas. Es decir, comentarios en el muro, mensajes masivos a sus miembros, colocación de enlaces en los muros y fotos son los elementos más usados.
- El índice de penetración en el país y con ello a las nuevas tecnologías provoca

que Facebook sea una herramienta a la que pocos tienen acceso.

RECOMENDACIONES.-

- Las organizaciones sociales ecologistas deberían evaluar su ingreso a Facebook y considerarlo como una herramienta que se enmarque en sus estrategias de comunicación. Seguir la tendencia y no tener una visión clara de los resultados que se quieren obtener puede resultar contraproducente a la hora de generar un canal de comunicación con el público.
- Las estrategias de comunicación basadas en las redes sociales virtuales y especialmente en Facebook debe considerarse desde el amplio espectro del público que abarca sin dejar de lado la ventaja que implica la construcción de mensajes personalizados.
- Las organizaciones sociales ecologistas deberían potenciar el uso de Facebook debido a su capacidad de llegar masivamente a distintos públicos. Esta herramienta tiene la misma o quizás mucho más alcance que los medios tradicionales, pero su uso implica menor inversión económica.
- La libre publicación de información en Facebook la convierte en un mecanismo ideal si se quiere generar procesos de comunicación democráticos y con mayor participación. Este debería ser uno de los ejes primordiales en el análisis previo al ingreso a una red social.
- Las organizaciones sociales deben tomar conciencia de la utilización de las nuevas tecnologías, su alcance y la posibilidad que estas tienen de generar procesos de comunicación integrales que vayan más allá de una visión difusionista de entender a la comunicación.
- Las acciones de las organizaciones sociales deben estar orientadas a entender las estructuras de las redes y cómo estas tejen lazos que van más allá del contexto de Facebook. Toda la sociedad está influenciada por este modelo por lo cual el poder que tienen las redes está en el alcance que pueden lograr por su misma estructura. Es decir que con solo una persona que inicie en la red su capacidad de extensión e influencia puede llegar a millones de personas más. De esta manera

los límites están más allá de las fronteras de lo local y traspasan a lo global.

- La Sociedad de la Información permite que modelos como el de las redes se desarrollen con facilidad. Las fronteras desaparecen y el uso de tecnologías como Internet generan contactos entre las personas, sin importar su ubicación, que se dan de manera instantánea.
- Un perfil en una red social no puede quedar descuidado. Si una organización inició su uso en Facebook y logró tener una cantidad de amigos o seguidores es necesario que continúe alimentando en el canal, de lo contrario la imagen del grupo no genera ninguna motivación a sus usuarios.
- La actualización de la información debe ir acorde a las demandas de los usuarios, no en un sentido de consumo de mensajes sino en relación a la retroalimentación que debe existir para que realmente se generen procesos de comunicación. Considerar aspectos como el diálogo virtual entre los usuarios y administradores de perfiles es básico para dar sentido a esta herramienta de Internet.
- La información que se seleccione debe ser construida y seleccionada especialmente para Facebook. Se deben considerar las distintas herramientas que ahí existen para colocar la información de acuerdo a cada una de ellas. El muro sirve para publicar mensajes cortos que capten la atención del público en pocos segundos. Por otro lado existe la herramienta de foro que sirve para generar diálogos y debates entre los distintos usuarios.
- La interacción social y las redes virtuales van de la mano en un proceso de comunicación. La dinámica entre ambas genera espacios comunicacionales que si bien se dan en el plano de lo virtual y no de lo físico, van desarrollando nuevas formas integrales en las que los seres humanos generan conocimiento, toman conciencia y actúan ante una realidad específica.
- La forma de utilización de Facebook por parte de las organizaciones analizadas debe cambiar si lo que se busca es generar procesos de comunicación. El uso de esta red virtual debe entenderse dentro de lo que representa el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) y de las facilidades y posibilidades que estas presentan a las organizaciones sociales.
- El movimiento ecologista, por su misma bandera de lucha, tiene una amplia

recepción del público joven preocupado por el cuidado del medio ambiente. Por ello, se debe potenciar esta idea si lo que se busca es captar más seguidores para la causa. Facebook es una herramienta perfecta para ello si la estrategia va más allá de la difusión de actividades de las organizaciones. Lo que se debe hacer es proveer de la información necesaria para que con base en ella la red virtual sirva como un canal de debate que a su vez vaya formando conciencia ciudadana respecto al tema ecológico.

- Las luchas de las organizaciones sociales no deben mantenerse únicamente en lo virtual. Internet debe ser como una base para generar el conocimiento y transmitirlo, sin embargo las ideas deben trascender a la acción.
- Si bien el Ecuador no es un país productor de tecnología y eso dificulta el acceso a la misma, es necesario que los usuarios generen mayor interés por aprender y conocer sobre las herramientas informáticas extranjeras que se utilizan. El conocimiento pleno sobre estas herramientas facilitaría su uso y generaría procesos más integrales de comunicación.
- Facebook no debe ser una herramienta para difundir y promocionar las actividades de las organizaciones sociales debido a que esto no genera procesos dinámicos de comunicación sino que al contrario se queda en la máxima difusionista: quién, dice, qué, a quién y con qué efectos. Con ello se cae en la lógica del consumidor de la información, es decir en pensar al receptor como una caja vacía en la cual recaen los mensajes que se envían. Es necesario mirarlo como un sujeto dinámico con la opción de captar de una u otra manera o de no captar el mensaje que le ha sido enviado.
- La Internet y sus herramientas deben ser entendidas como un aspecto primordial en el desarrollo del país. Por ello el Estado debe procurar el incremento de los índices de penetración de este servicio y el acceso universal. La cantidad de información que genera a través de la Red hace que quienes no estén al tanto de ella se encuentren excluidos.
- Las organizaciones sociales deben estar al tanto de cómo aprovechar de mejor manera las Tecnologías de la Información y la Comunicación para no subutilizar las herramientas que se presentan al alcance de todos los usuarios de Internet.

Debe existir una selección con base en el análisis sobre qué se debe usar y que no antes de experimentar empíricamente sobre su utilización. Esto evitará fracasos y un corte de comunicación con el público debido a la pérdida de interés de este último.

- Los resultados del uso de Facebook no pueden ser medidos por el número de usuarios que visiten la página sino por la interactividad, niveles de debate y diálogo que se genere en el perfil entre administradores y usuarios. Tener una cantidad de usuarios no garantiza que los sujetos se apropien del tema de lucha o que sientan interés hacia él.

BIBLIOGRAFÍA.-

ALFARO, Rosa, Una comunicación para otro desarrollo, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, 1991

BARTOLI, Annie, “Comunicación y organización”, Ediciones Paidós. 1era, Edición , 1992

BELTRÁN, Ramiro. La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Documento presentado al III Congreso Panamericano de Comunicación Social.

BURCH, Sally y otros, “Se cayó el sistema”. Enredos de la sociedad de la información. Alai. Quito. 2003.

CARRILLO, Ricardo, “Movimientos sociales, políticas de seguridad y democracia”

CASTELLS, Manuel, “La era de la información. La sociedad Red”. Siglo XXI editores, Buenos Aires, 2002.

CHIHU, Aquiles. “Nuevos movimientos sociales e identidades colectivas”, en revista IXTAPALAPA.

ETKIN, Jorge, SCHVARSTEIN, Leonardo, Identidad de las organizaciones, Paidós, Buenos Aires, 2000

GUERRERO, Patricio, La Cultura, Ediciones Abya-Yala, Quito, 2002

KATZ DANIEL, KAHN ROBERT, “The social psychology of organizations” New York: Wiley, 1980

MARTÍN-BARBERO, Jesús, De los medios a las mediaciones, Convenio Andrés Bello, 2003.

MATTELART, Armand y Michele, “Historia de las teorías de la comunicación”, Ediciones Paidós, Barcelona, 1997

MENENDEZ, Sanz, Análisis de redes sociales, redc.revistas.csic.es

NEGROPONTE, Nicholas, Ser Digital, Editorial Atlantida, Buenos Aires, 1995

RIZO, Marta, El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto.
www.portalcomunicacion.com

SERRANO, Manuel Martín y otros, *Teoría de la comunicación*. A. Corazón editor, Madrid, 1982

SVAMPA, Maristella, “Cambio de época, movimientos sociales y poder político, Siglo

XXI Editores-Clacso. Argentina, 2008.

TOURAINÉ, Alain. De la Mañana de los Regímenes Nacionales Populares a la Víspera de los Movimientos Sociales.

VARIOS AUTORES, El Mito Internet, Editorial Aún creemos en los sueños, Santiago de Chile, 2002

VARIOS AUTORES. Comunicación y democracia en América Latina. Clacso-Desco. Lima. 1982.

VELARDE, Marisol, Los retos de las teorías de la Comunicación en el siglo XXI, Revista Digital Universitaria, 2006.

WALLACE, Patricia, “La Psicología de Internet”, Ediciones Paidós, Barcelona, 2001

ANEXOS

1. Entrevistas.....	104
2. Cuadros encuestas.....	122
3. Artículos de prensa.....	124

BICIACCIÓN

Roberto Vega, coordinador de comunicación.

Fecha: 20 de enero de 2010

1. ¿Desde hace cuánto tiempo están en las redes sociales y cuál es el objetivo por el cual están presentes en ellas?

En un principio Biciacción nace como un grupo de activistas, en este caso para promover el uso de la bicicleta y esto del activismo tiene mucho que ver con temas de las nuevas tecnologías. Por ello tratamos de hacer publicidad BTL y no convencional. El hecho es introducimos en sectores sociales donde no hay un margen o un tratamiento común de la comunicación, es por eso que las redes sociales incluidas en las tecnologías de la información son de gran importancia. Nosotros en Facebook específicamente estamos un año nada más y la página web la tenemos desde hace unos cinco años. Lo que hemos tratado de hacer a la par de la cuestión de Facebook es generar o fortalecer más la cuestión de los boletines informativos vía Internet que se manda a listas determinadas y a un público específico de ciclistas porque no a todos se les manda la misma información. Ese ha sido el fuerte en la fecha.

2. ¿Cuál ha sido la diferencia entre el uso del sitio web y el de Facebook, considerando que la primera es más estática frente al dinamismo de la segunda opción?

Facebook nos ha ayudado es a tener un feedback una respuesta inmediata. De todas las invitaciones, de todas las convocatorias que hemos hecho sabemos cuántas personas en promedio irán a un evento; entonces para nosotros es un gran aporte y con esa estadística, nosotros enviamos la logística necesaria. Escogimos el Facebook porque tenemos esa retroalimentación. Con el tiempo de todas maneras hemos ido generando cierto margen de error respecto a las invitaciones enviadas.

3. ¿Cómo se maneja el perfil de Facebook? Es decir ¿Quién está a cargo y qué tipo de información se selecciona para su publicación?

Yo (Roberto Vega) estoy a cargo del departamento de comunicación. Isabel Dávila es la persona que está al día con la actualización de datos, emisión de información, envío de invitaciones. Ella está a cargo de los bicipaseos patrimoniales y es asistente de comunicación. La información que se pone, por el público objetivo al que apunta la organización, son invitaciones a nuestros eventos ciclísticos, lo que incluye los paseos patrimoniales, los viernes de pedales, los eco paseos, la escuela de la bici y otros eventos anexos.

4. Existe la crítica de que las luchas del movimiento ecologista se quedan solo en lo virtual y que pocas veces se ven acciones en el mundo real. ¿Qué opinan ustedes respecto a este tema?

Los nuevos manejos tecnológicos son un aporte. Es notorio que se ha dejado de lado el activismo in situ para concienciar a la ciudadanía y lograr objetivos con eso. Ahora se utilizan otros medios de comunicación más eficientes y rápidos como las redes sociales. En todo caso los resultados son los que obviamente te muestran una actividad real o una cosa específica lograda. En nuestro caso, esta herramienta nos sirve solo como una forma de comunicación, de información mas no es un macro en el tema de cambio de

actitud, porque lo que se hace es informar para mantener conversaciones, sostener charlas, temas formativos ya en estamentos educativos. En principio la Fundación funcionó con ese tipo de activismo (en el mundo real) pero ahora la ciudad, Quito necesita un tema más educativo, más profundo, que tenga más fuerza en el tema educativo de los niños, de los jóvenes, no en las luchas ni en las quejas que no tienen en algunos casos ningún resultado. Entonces a nosotros esto nos sirve como una herramienta netamente informativa mas no la vemos como una herramienta de cambio de actitud social y mental de la gente. Entonces esa es la gran diferencia en saber para qué y cómo utilizar el medio.

5. De todas maneras, ¿se puede decir que la gente ya se empieza a interesar por el uso de la bicicleta a través de la creación de esta red social?

Por supuesto. Esto ayuda a seguir tejiendo formas, pensamientos, actitudes y acciones de la gente. Esto ayuda a proponer algo y a que la gente te interese en ese algo y el interesarse por usar la bicicleta para tener una ciudad mejor, para tener estilo de vida mejor, para hacer deporte, para hacer recreación, para mejorar el medio ambiente, son temas que trascienden. Y esto no solamente porque exista una red sino porque todos los medios de comunicación están aflorando este tipo de información ya que ya se siente el peso a nivel mundial del deterioro del medio ambiente. Para nosotros este tema de las redes es un tejer de acciones de actitudes y la gente ha tomado de buena manera esto, la gente ha accedido y se ha logrado que haya un voluntariado virtual en el cual nosotros podemos decir: chévere, yo estoy a gusto con la bicicleta, yo apporto con mi voz, con mi texto, en este caso, pero son acciones que sin duda mueven y siguen moviendo y tejer es el fundamento y el objetivo.

6. ¿Se ha realizado una evaluación formal del uso del Facebook?

No tenemos hecha una evaluación pero la pensamos hacer para mediados de este año, una vez que tengamos una nueva plataforma web y un sostenimiento para el tema de Facebook y otras redes sociales. Con la nueva plataforma tendremos una estadística real y con ello vamos a hacer números y ver que se puede hacer en el segundo semestre. Estamos pensando en ingresar a otras redes. Todavía estamos pensando a qué redes entrar. La idea principal del departamento de comunicación es que más que crear una red externa, tener nuestra propia red en la página web para fortalecer el acceso a la información a temas educativos, formativos. Hay muchas cosas de interés: video, audio, textos, entonces justamente en una misma plataforma queremos poder hacer ya un seguimiento y tener una red social propia.

7. ¿Cuáles son los criterios que se tomaron en cuenta para escoger Facebook y no otra red social?

Por el target que maneja. Hi5 tiene un target de edades más limitado. El Facebook está dirigido a gente de otra edad, a la gente a la cual apuntamos con nuestros proyectos. El Facebook es socialmente más grande y tiene un tinte hasta político, que es lo que a nosotros nos interesa. Esto porque queremos mostrar nuestro lado político nuestros criterios políticos y el Hi5 no tiene ningún interés, no le vemos ninguna fuerza. Facebook si la tiene porque en ella están movimientos, ONGs como la nuestra, entonces esa es la fortaleza del Facebook.

8. ¿Cómo perciben en la organización, la participación que se da por parte de los miembros de su red social?

Para los miembros existentes es simplemente una reafirmación del pensamiento, de las acciones, de las actitudes, para los miembros ya conocidos. En la gente que se entera del asunto y empieza a informarse se nota una gran fuerza, un gran interés en hacerlo, obviamente del escribir, del tipear en una computadora, al accionar social, hay una diferencia muy grande. Y se ve y se lee muchas cosas agradables pero si es interesante que haya un poco más de acción real ya que ahí se puede lograr y valorar algo. De todas maneras con los criterios, que se han soltado a través de la web durante estos meses, vemos que hay un pensamiento positivo agradable. A la gente le gusta, piensa que es algo chévere, ven a este tema en boga y eso nos alienta a nosotros, nos hace elaborar más proyectos y plantearnos nuevos objetivos.

9. ¿Cuántos usuarios tienen en Facebook?

Teníamos como 2000 hasta ayer que hicimos una evaluación

10. ¿Y en comparación con la red fuera de la organización?

La diferencia es grande porque si hay una persona X que está ahí la red no se teje tanto. Sin embargo Biciacción tiene un potencial grande porque esto atraviesa lo que es Ecuador ya que hay una red grande en Latinoamérica que se llama Sustanlac, que es una red social ciclista, entonces ahí están algunas organizaciones incluidas. Es interesante ver como se tejen las cosas también a nivel mundial, porque en Europa, en EEUU también hay grupos interesados en estas acciones, entonces fuera del ámbito local nosotros tenemos un apoyo internacional y eso se nota en nuestros boletines informativos que van también a todos nuestros contactos del mundo.

11. ¿Conceptualmente cómo perciben ustedes a la comunicación?

Es un punto súper importante. De hecho hemos conversado más de una vez y le vemos una importancia trascendental al tema comunicacional ahora nosotros estamos convencidos que el manejo de la comunicación debe ser súper limpio, honesto y dejando atrás mucha cuestión de palabrería. Lo que nosotros hemos visto a través del tiempo de trabajo, nos ha convencido que el tomar acciones fundamentales y el mostrar acciones reales y concretas de lo que se hace y de lo que se propone es lo mejor para conseguir una comunicación real con un coparticipante, con un colaborador. Entonces el tema de los medios de comunicación, el tema de las nuevas tecnologías, es súper amplio. Nosotros tenemos un plan de comunicación propuesto y esperamos que sea aprobado, con eso esperamos enviar planteamientos alternativos que puedan llegar mejor a la gente y empujar de una manera sincera el ámbito comunicacional de parte de nuestra organización hacia la sociedad.

12. Si comparamos la presencia que ustedes han tenido en los medios frente al acceso que tienen en redes sociales ¿qué podríamos decir?

Se ha dividido en dos partes fundamentales que ha tenido mucho que ver con la trascendencia de Biciacción. El tema económico y el tema creativo. En el tema económico hemos visto que para publicitar en medios se requiere la preproducción de un producto y ese producto hay que soltarlo en el medio y no todas las organizaciones tienen el afán de ayudar para esos fines a una organización sin fines de lucro como la

nuestra. Entonces lo económico está de por medio porque nosotros tendremos la creatividad necesaria para producir un spot televisivo, por ejemplo, pero para enlazarlo en los medios ahí si ya tenemos problemas. Entonces ahí va nuestra cuestión creativa: en la Web hacemos nuestra TV virtual, si es un spot, o usamos lo que es BTL en donde están nuestras biciculturas, nuestros triciclos ecológicos, que salen a publicitar vallas rodantes. Entonces hay distintos modos, medios, formas y épocas en las que podamos emplazar una publicidad específica en la sociedad.

Además si ha habido acceso a los medios masivos, de todas maneras no ha habido una predisposición inmediata, instantánea, ni un interés sin que nosotros llevemos a cabo la primera acción que es acercarse a ellos. Creo que los medios de comunicación deberían tomar acciones en principio, ellos deberían tener la iniciativa y tratar de impulsar este tipo de cosas. Nosotros hemos llamado, hemos intentando comunicarnos con los medios, algunas veces hemos tenido respuesta positiva pero no siempre. Todo depende cómo cale al asunto en la coyuntura actual. Por ejemplo, si hablamos de pico y placa de pronto les interesa, si hablamos de la muerte de un ciclista talvez les interese porque ese tipo de cosas llama la atención, pero si hablamos de un proyecto educativo alrededor de Quito, entonces no les parece muy interesante pero para eso tenemos la colaboración de las nuevas tecnologías y las herramientas web y esa es una ventaja.

13. Entonces ¿se podría decir que de parte de ustedes como organización si se ha incrementado la participación por el uso de las nuevas tecnologías?

Si. De hecho es una herramienta indispensable. En comunicación no podemos a veces tener tanta lucidez de las actividades si no tenemos la computadora prendida y conectada al Internet, a veces cuesta crear eso pero es una necesidad fundamental.

CICLÓPOLIS

Diego Puente, Director Ejecutivo

Fecha: 25 de enero de 2010

1. ¿Desde hace cuánto tiempo están en las redes sociales y cuál fue el objetivo de ingresar a ellas?

Fue una iniciativa de una de las personas que trabajaba en el Ciclopaseo, pero vimos la necesidad de aprovechar el espacio social que se genera con estas personas para que en las plataformas existentes (en ese tiempo Hi5) podamos subir fotos intercambiar y dar un toque más lúdico. Entonces es la cosa social. Lo que hacíamos es subir fotos, comentábamos, generábamos la parte de integración con la gente. Pero a partir de esto, luego de un uso personal de Facebook, le sugerí al comunicador que abra un perfil en Facebook. Ahí tuvimos problemas porque todavía discutimos si debemos generar una causa para que la gente se haga fan o si debemos crear un perfil y tener y aceptar amigos. Al momento tenemos ambas porque no tenemos un conocimiento previo y una discusión de que es mejor. En esas cosas uno entra por inercia. Yo estaba en Facebook desde hace unos cuatro años y después ví como se fue popularizando en Quito y me pareció interesante utilizar este canal para difundir las cosas que hacemos en Ciclópolis. Este es un canal barato, es en tiempo real, te ahorra recursos informáticos no necesitas tener un dominio, un hosting, una página web, de todas maneras también tenemos esto, pero es como cubrir otro canal de información. Ahora estamos en el dilema de si hacemos una causa. Hay cosas que todavía no entiendo como se usan.

Al momento estamos un poco desactualizados en ese tema porque no tenemos una persona de comunicación que coordine el tema. Tenemos como 1100 amigos y la gente, interactúa, sube fotos, comenta y se entera de nuestras actividades. Pero no nos fiamos cuando hay un evento sobre las personas que confirman su asistencia por Facebook. Por otro lado, también depende del tema que se maneje que haya o no interacción. Esto también sucede cuando mandamos el boletín electrónico con el tema de opinión, donde recibimos hasta 60 e-mails con respuesta de gente dando también su opinión.

2. ¿Qué tipo de información se prioriza en Facebook?

Lo que quiero tener en Facebook es todo lo que saco en mi boletín pero como no puedo tener una cosa grande entonces cada parte de mi boletín es una parte que se pone en Facebook. Pero la idea es generar tráfico hacia nuestra página, que la gente vea el link y vaya a nuestra página.

3. ¿Desde hace cuánto tiempo están en Facebook?

Estamos desde abril de 2009 y hemos tenido unos picos de producción.

4. ¿Se ha hecho ya una evaluación formal sobre este tema?

No he evaluado todavía porque no tenemos el perfil al ritmo que esperaríamos y para poder evaluar necesito que la persona de comunicación tome en cuenta que el trabajo de comunicación es cíclico. Al evaluar el Facebook debo evaluar que es lo que a la gente le gusta, que es lo que comenta, incluso hay mucha gente que publicita sus actividades, entonces es más democrático.

5. Entonces, ¿si podríamos decir que la interacción es el resultado más palpable del uso de las redes sociales?

En algunos temas si hay interacción. La gente además no sé cómo se entera de que existe la página y como por inercia se hace fan entonces ahí tenemos 1080 usuarios y ni siquiera hemos puesto en algún canal de comunicación que estamos en Facebook.

6. Hay una crítica al movimiento ecologista que sus luchas solo se quedan en lo virtual y no se trasladan al mundo real. ¿Qué opina respecto a este tema?

En términos generales tal vez podría concordar, porque con el acceso indiscriminado a la tecnología todo el mundo puede tener acceso y muchas veces las luchas quedan solo ahí ya ni siquiera son palabras al viento. De todas maneras estas son herramientas que tienen ventajas y desventajas y eso ya dependerá de cada organización, de sus estrategias complementarias de intervención, de impacto, de como puedan ayudar a cerrar un círculo para que la gente cambie de actitud. En nuestro caso específico lo que tenemos es, a través de las redes sociales, es la posibilidad de mostrar un mundo real que está en construcción, es lo que hacemos nosotros, nosotros estamos interviniendo la ciudad con 60 mil 70 mil personas todos los domingos saliendo en bicicleta, un proyecto que lo hemos promovido, trabajado y soñado desde hace muchos años y que desde hace siete ha tomado fuerza. Entonces ahora podemos mostrar lo que hacemos, no decimos que lindo sería que la gente ande en bicicleta sino que mostramos que la gente anda en bicicleta, entonces eso es lo que estamos enseñando. Además somos reales, tenemos una oficina e invitamos a que la gente venga y eso es interesante porque de todas maneras es gente que no te conoce que no tienes un afecto particular sino que está recibiendo un mensaje y en función de cómo recibe ese mensaje, actúa, se moviliza, hace, escribe o reproduce un mensaje o produce otro mensaje. Pero el domingo la gente sale al Ciclopaseo y esta es otra forma de intervenir, es otra forma de llegar a la gente que virtualmente recibe mucha información y que ojala lo pueda traducir en una práctica real y no solo virtual. Hay muchas luchas y organizaciones de papel y se puede aparentar cosas que no son. Solo si le educamos a la gente para comprobar lo real podemos evitar estos cuestionamientos que las luchas se quedan solo en lo virtual.

7. ¿Cómo perciben el acceso que han tenido a los medios de comunicación tradicionales frente a aquel que tienen a través de los medios basados en las nuevas tecnologías?

Cuando hay Ciclopaseo los medios se empiezan a interesar. Especialmente los periodistas de ciudad o deportes. Además se empieza a pensar en la ciudad como el problema, con la contaminación, el tráfico, los accidentes y por el otro lado las bicis. Entonces este es un tema de ciudad, de la agenda pública y para nosotros también cambia la situación porque nos convertimos en generadores de opinión sobre temas de la ciudad; así nos convertimos en actores sociales, somos ciudadanía informada que está pensando, no solo su trinchera sino que son parte de una movida. Por la actividad real, nos hemos convertido en voceros de una actividad ciudadana que ha cambiado. Sin embargo, hemos decidido que nosotros debemos manejar nuestro propio canal de información porque no todo lo que decimos nosotros los medios lo acogen o a veces se descoyuntaliza el tema y eso es una amenaza para el sostenimiento de las ideas en el largo plazo, por eso estos mecanismos de comunicación propios han venido a reforzar o suplir esa falta de acceso a los medios. Pero la idea es seguir manteniendo, una voz, unas

ideas e ir estableciendo un contacto directo con la gente, a través del e- mail, que se recoge en el Ciclopaseo.

8. ¿Ven en Facebook una posibilidad de generar mayor niveles de participación por parte de la ciudadanía?

La ventaja de Facebook es que todo el mundo puede opinar en algunos espacios. Hay otras opiniones que pasan por algunos filtros. Sin embargo, a veces también el exceso de apertura se puede convertir en conversaciones desorganizadas donde difícilmente se pueden sacar conclusiones, sacar acuerdos o ir consolidando ideas homogéneas más comunes, entonces se puede disparatar el tema. Al Facebook hay que darle su espacio, como puede ser peligrosa es también una herramienta muy poderosa, muy potente que muchas cosas positivas pueden pasar ahí.

9. ¿Conceptualmente cómo perciben a la comunicación?

Es muy importante el tema de comunicación. La relevancia de tener una imagen corporativa es básica y eso lo tenemos en todos nuestros productos comunicativos. Hay que generar esa cultura interna de la comunicación y no solo pasa por la imagen, por el logo sino también por la forma de decir las cosas, por eso aquí tratamos que los editoriales que se hagan no agredan a nadie, que tengan un lenguaje incluyente, además del correcto uso del lenguaje. También intentamos la interacción con la gente, responder a los e- mails que nos envían.

LA HORMIGA

Diego Escobar, presidente

Fecha: 5 de febrero de 2010

1. ¿Por qué decidieron estar en las redes sociales?

Estamos en varias redes sociales. Decidimos entrar a Facebook porque es una oportunidad para dar a conocer el trabajo que estamos haciendo y para ganarnos adeptos a nuestra organización. Nuestra organización tiene como finalidad conformar activistas ecológicos que puedan trabajar en beneficio de nuestra Amazonía.

2. ¿Han hecho una evaluación de su presencia en las redes sociales. Qué resultados creen haber obtenido de su participación en ellas?

A través de las redes sociales tenemos más gente ligada a nuestra organización y hemos podido convocar a nuestras marchas o a los talleres que hacemos. Las redes sociales son una herramienta muy importante, básicamente nos ha servido para eso, para poder convocar a la gente.

3. ¿De acuerdo a su uso y presencia en las redes sociales podríamos decir que ustedes mejoraron su nivel de participación ciudadana?

Si ha mejorado considerablemente incluso en lo económico. En lo financiero nos ha servido porque hemos visto a gente de otros países que se ha enamorado del proyecto y de lo que estamos haciendo y aportan económicamente.

4. ¿Cómo está administrado el perfil en Facebook?

Son tres personas que están actualizando todo el tiempo la información. Principalmente lo que hacemos es priorizar la información de las campañas que estamos haciendo y también los problemas ambientales que tenemos. Entonces lo que buscamos es tener una galería de imágenes actualizada o tener los videos actualizados de lo que estamos haciendo.

5. ¿En el caso de Youtube cuál ha sido la experiencia?

En Youtube ha sido un poco más complejo. Aunque no somos expertos en informática nos ha ayudado muchísimo y ya están unos 50 videos subidos y eso es muy importante porque como nuestra organización está en el Puyo y hay mucha gente que está fuera del país, en Youtube puede enterarse y actualizarse de que es lo que está pasando y ellos también están aportando.

6. ¿Desde hace cuánto tiempo está la organización está en marcha?

La organización está en marcha desde hace un año más o menos. Desde que empezamos a trabajar y a buscar la manera de socializar a través de estas redes para lo que estamos haciendo.

7. Hay una crítica hacia el movimiento ecologista que sus luchas se quedan solo en lo virtual, ¿qué opinan ustedes al respecto?

Esto es verdad, es como Greenpeace que se queda solo en lo visual en la calidad de las fotografías pero no están en el mundo real. Nosotros somos una organización que se ha juntado espontáneamente por la necesidad de trabajar para evitar la contaminación y

contra la actividad petrolera y después fuimos viendo que los problemas son más graves aún que solo el tema petrolero. Pero nosotros planteamos, por ejemplo, que las fotografías que usemos sean la muestra del trabajo vivo, que se muestre el trabajo que se hace para no caer solo en lo virtual.

8. ¿De acuerdo a su experiencia en las redes sociales se podría decir que se ha generado mayor interacción con la gente que comparte su causa?

Definitivamente si, nos ha ayudado bastante porque los pelados, ya desde los 15 años, están al día en el uso de las redes sociales. En la organización el promedio de edad del público es de 26 años y no sabíamos como atraer a los chicos menores y por eso el Hi5 y Facebook son herramientas muy buenas porque hemos tenido la participación de la gente. Y cuando la gente se une intentamos que no solo se quede ahí sino que enviamos un correo electrónico explicando de que se trata, haciendo una ficha personal con sus datos para nosotros poder llamarle y hacer efectivo el trabajo de la red social.

9. ¿Cada cuánto actualizan los contenidos en las redes sociales?

En Facebook se actualiza por lo menos cada semana de acuerdo a nuestra agenda de trabajo. En cambio es cada mes en Youtube y lo que trabajamos en las producciones de video va para Youtube.

10. ¿Cómo perciben ustedes el acceso que tienen a los medios tradicionales frente a aquel que tienen a través de los medios que usan las nuevas tecnologías?

Hay una gran diferencia con los grandes medios de comunicación e Internet y es que con la segunda podemos estar comunicados de una manera más íntima, más personal, más directa, más rápida y con mayor acceso. Aunque no sé cuál es el índice de acceso a Internet que tiene la gente, pero es mucho más fácil porque la información llega pronto y es más que todo por la velocidad a la que podemos transmitir la información. Los medios tradicionales si nos han hecho algunas entrevistas, no muchas como quisiéramos pero si ha habido ese trabajo.

11. ¿Cómo perciben conceptualmente a la comunicación?

Para nosotros es una de las grandes estrategias. Esta no solo sucede en las redes sociales sino en otros medios de comunicación ya que manejamos un programa de radio todos los días. Además tenemos un programa de televisión que sale los fines de semana en el Puyo. Las redes sociales han sido fundamentales, incluso como objetivo mismo de la organización ha sido el de llegar con el mensaje a los ciudadanos a través de los medios de comunicación, sin eso creemos que no hay ningún sentido en el trabajo que hacemos, es decir sin la habilidad para comunicar.

PROANIMA

Nicolás Rubio, presidente

Fecha: 25 de febrero de 2010

1. ¿Qué les motivó a ingresar a las redes sociales?

De la página en Facebook: Odio la Feria Jesús del Gran Poder, nació Proanima. A mediados de noviembre (de 2009) cree la página de “Odio la Feria” para que haya un espacio donde la gente pueda opinar pero nunca creí la acogida que iba a tener la página. De hecho, al momento existen unos 11 mil miembros, entonces aprovechando eso decidimos citar a la gente para formar un movimiento y de ahí nace Proanima. A finales de noviembre se crea Proanima que es una organización apolítica, arreligiosa, que lo único que busca es el buen trato a los animales. Entonces a raíz que nos reunimos decidimos lanzar nuestra primera campaña que se llama Quito no es taurino, así estuvimos el 20 de noviembre en un plantón con PAE, el mismo que organizaron ellos y estuvieron alrededor de 1000 personas, pero fue algo muy mediático porque si bien no se consiguió salvar a los toros en este diciembre, sin embargo se vio que la gente se está manifestando mucho más acerca de este tema. Luego, el 1 de diciembre, junto con Diablouma, organizamos una marcha donde igual estuvieron unas 1000 personas, marchamos desde el Arbolito hasta la Gaspar de Villaroel, pidiendo que se eliminen las corridas de toros en el país. Somos 10 personas en la organización pero cuando organizamos algo hay unas 500 personas que se nos unen.

2. ¿Es decir que no pensaban en crear una organización sino que nació por casualidad?

No lo pensábamos pero aprovechando el espacio de difusión que tenemos, convocamos a las personas y ahora si ya tenemos un colectivo que trabaja en la protección de los animales, específicamente ahora nos centramos en los toros.

3. En general y dada la respuesta favorable que ustedes tuvieron ¿podríamos decir que si es posible generar participación ciudadana en las redes sociales?

Claro, totalmente, es un espacio donde se puede aprovechar estos medios para convocar a las personas que quieran manifestarse en cualquier tipo de actividad. De pronto es un poco segmentado el público al que se llega porque este debe tener acceso a Internet, a las computadoras, entonces no se está abarcando todo el espectro que se debería, sin embargo, es un muy espacio para convocar a las personas.

4. ¿Cómo manejan los comentarios negativos que llegan a la página de Facebook?

Nosotros desde el inicio planteamos que nuestra lucha es pacífica, que luchamos en contra de la violencia y sería irónico que luchemos contra la violencia generando más violencia. Ha sido difícil algunas veces porque no hay un filtro para retirar comentarios groseros o que tengan un contenido peligroso pero si hemos llamado a la gente a que se manifieste de la manera más sencilla más pacífica, sin agredir a nadie.

5. Este tema de los toros fue coyuntural, después de eso ¿se ha hecho alguna actualización en Facebook?

Lo que nosotros colocamos en la página son las cosas que hacemos como organización.

Las reuniones que tenemos. Nos reunimos cada miércoles y estoy seguro que esta semana después de esa reunión actualizaremos la página dando a conocer las actividades que tenemos planeadas porque no es solo la Feria Jesús del Gran Poder, ya se viene la Feria de Ambato, se viene el festejo en Mira donde hay un maltrato psicológico al animal. En Facebook también estamos como Proanima y como Odio a la Feria.

6. ¿Hay una crítica a los movimientos sociales respecto a que las luchas se quedan solo en lo virtual. Qué opina al respecto?

Por esa misma razón nosotros creamos la organización para no quedarnos en un espacio de difusión o para poder expresarse. Ahora estamos trabajando con PAE y con Diablouma para lograr una consulta popular en Quito para que las personas puedan manifestarse a favor o en contra de las corridas. PAE hace un año contrató a Cedatos, en donde se determinó que 74% de la población quiteña está en contra de las corridas de toros. Del porcentaje restante apenas el 1% está a favor de las corridas, el resto son gente que va por el ambiente u otros factores. Entonces estamos también trabajando por lo legal, queremos llegar a hablar de este tema en la Asamblea y aparte hemos tenido la oportunidad de ir a colegios. Nuestra lucha se va por esos dos frentes, la educación a los niños, que son los potenciales consumidores de estos espectáculos y también por lo legal. En lo legal, tenemos abogados voluntarios que están trabajando en el tema para lograr esa consulta popular para ya eliminar este tipo de actividades.

7. ¿Cómo se relacionaron con Diablouma y PAE?

Por Facebook, ellos llamaron. PAE nos llamaron inicialmente. Por ahí hemos hecho los contactos pertinentes incluso tenemos ya contacto con Perú Antitaurino, con una organización en Venezuela, en Chile, así que hemos tenido la posibilidad de tener, por medio de ese espacio el poder de contactarnos con esas organizaciones y también con personas públicas, hay varias personas como cantantes, animadores de televisión que también están unidos a nuestra causa, a través Facebook.

8. ¿Por qué decidieron entrar en Facebook y no en otra red social?

El Facebook tiene en este momento más acogida. De cierta manera vemos que Hi5 ya está obsoleto. Ahí también existen páginas a favor de los animales pero con menor cantidad de personas. Facebook, es en este caso, la red social que tiene más acogida. Todavía no hemos pensado ingresar en otras redes sociales pero cuando creamos que Facebook ya quedó obsoleto debemos entrar en la que le siga. Además tenemos un blog.

9. ¿Cómo perciben ustedes el acceso que tienen a los medios masivos frente a aquel que tienen en Internet?

La lucha es súper difícil porque nosotros tenemos claro que estamos luchando contra un poder económico tremendo. Citotusa es una empresa que tiene un poder económico grande por ende eso hace que los medios muchas veces nos cierren las puertas porque son sus auspiciantes. Es muy difícil el acceso a los medios tradicionales. Sin embargo, en 2009 se dio un hecho particular debido a que logramos que nos den más espacio. Estuvimos en radio La Luna, Tarqui, Canela, en Diario La Hora, El Comercio, en el Telégrafo, en RTS, en Canal 8 (Ecuavisa). Si ha habido acceso pero no es el que nosotros quisiéramos, por ejemplo en Teleamazonas es negado. Los canales que están conectados con Citotusa nos cierran las puertas porque no les interesa que la gente sepa

que ya existen muchas organizaciones que están en contra de este tipo de actividades. De todas maneras si ha mejorado la apertura de los medios a este tipo de movimientos.

10. ¿Cómo manejan la interacción con los miembros del grupo en Facebook?

Comunicamos de nuestras actividades para que ellos se involucren con la causa, si bien lo hemos hecho no tuvimos la acogida que queríamos. Por ejemplo, en la marcha, el año pasado, de 9000 miembros que teníamos ese entonces en Facebook apenas fueron 1000. Entonces sí falta más de compromiso con las personas que se hacen miembros de la página. Por ejemplo, siempre intentamos incluir a las personas. Incluso hay un foro donde cualquier persona puede plantear un tema y van desarrollando y esto ha sido interesante porque en nuestra página no solo hemos tenido gente antitaurina sino gente que está a favor de las corridas, entonces ha habido debates hasta un poco acalorados, pero se ha generado buena interacción. Además otras personas si bien no han ido a la marcha han aportado con información, con fotografías, con datos que nos han servido.

11. ¿Cómo perciben ustedes conceptualmente a la comunicación?

Nosotros creemos que la comunicación es súper importante porque estamos manejando un tema muy complejo y desconocido, entonces esta es importante porque tenemos que informarnos acerca de lo que estamos trabajando para tener los argumentos necesarios y poder debatir y argumentar nuestra lucha.

ACCIÓN ECOLÓGICA

Javier León

Fecha: 14 de marzo de 2010

1. ¿En qué redes sociales están presentes y cuál ha sido el objetivo?

Estamos en Facebook donde hemos dividido en varias cosas. Tenemos Solidaridad con Acción Ecológica, Campaña Yasuní. Estamos también en Youtube, que no es exactamente una red social, pero es un método de la Web 2.0, que son los lugares por donde difundimos nuestras campañas. De ahí tenemos un sitio web que tiene elementos interactivos que permite a la gente que nos pueda enviar sus mails, su opinión.

2. ¿Cuál ha sido la respuesta, cómo han evaluado ustedes su presencia en las redes sociales?

No hemos hecho una evaluación profunda como lo hemos hecho con nuestra página web porque las hemos usado básicamente para campañas pero hemos tenido un muy buen impacto de las campañas que hemos hecho. Por ejemplo, para la campaña del Yasuní tuvimos cerca de 3000 adhesiones en una semana, solamente para la campaña y eso fue para nosotros bien importante. Y ahora la mayoría de jóvenes tienen Facebook entonces pueden acceder fácilmente a la información que nosotros enviamos o que denunciamos a través de nuestro trabajo como Acción Ecológica.

3. ¿Por qué decidieron ingresar a Facebook y no otras redes sociales?

Porque básicamente están destinadas al público al que nosotros queremos llegar. Hi5 por ejemplo, está destinado a un público más adolescente, es gente que nos puede apoyar y que es importante que se mantenga informada, pero nos interesa llegar a un público de un rango de mayor edad. Y la verdad que mucha gente también está cambiándose de Hi5 a Facebook, entonces no hay mucho sentido en invertir en la primera red social.

4. ¿Por qué decidieron manejarse en Facebook solo por campañas y no tienen un perfil como en el caso de otras organizaciones?

Porque nosotros no vendemos cosas, a diferencia de alguna empresa, nosotros usamos Facebook cuando necesitamos tener cartas de adhesión para determinada campaña. Para lo que es Acción Ecológica como tal tenemos nuestra página web, entonces no hemos visto la necesidad de tener un perfil en Facebook de Acción Ecológica. Talvés en el futuro lo hagamos, pero por el momento no lo vemos como necesario. La verdad que tal como está nos ha dado mucho resultado y además nuestra página web es una de las más visitadas de las ONG's entonces no tenemos la necesidad de partirle en más.

5. ¿Cuáles son las ventajas de estar presentes en las redes sociales?

Básicamente que la gente puede acceder muy rápida y fácilmente a estas causas y también que lo pueden resumir, porque a la gente en las redes sociales no le interesa un documento de 20, 30 páginas sino una cosa muy resumida de dos párrafos y eso te permite mandar información concreta a gente que quizás no tiene mucho tiempo para leerse un documento de 20, 30 páginas. La otra es que a través de Youtube nosotros subimos todos nuestros videos y eso nos ayuda a tener una biblioteca digital en línea.

Así, la gente cuando nos llama o quiere consultar algo simplemente va a nuestro Youtube y puede descargar cualquier video y lo puede ver.

6. ¿Se podría decir que con las redes sociales se están cambiando los procesos de comunicación?

En la medida que tengas más herramientas de la Web 2.0 es indudable que tienes mayores potencialidades. Uno es que puedes tener la interacción que antes no tenías a través de una página web ya que era un poco más difícil interactuar con una persona o con un usuario que quería emitir determinada opinión o enviarte determinada documentación. Ahora puedes interactuar en vivo, puedes hacer video conferencias, aparte de las redes sociales que complementan nuestro trabajo.

7. Hay críticas al movimiento ecologista de que sus luchas se quedan muchas veces solo en lo virtual y que no trascienden al mundo real. ¿Cuál es su opinión respecto a este tema?

Creo que es un mito. Acción ecológica es una organización bastante conocida a nivel nacional e internacional y nuestro fuerte es el trabajo de campo, no el virtual. Esto talvés eso se aplique a organizaciones del norte o a organizaciones virtuales que si las hay pero nuestro trabajo es básicamente de campo, nosotros trabajamos con comunidades indígenas, campesinas en la Amazonía ecuatoriana, en el sur del Ecuador, entonces nosotros usamos la Web o el Facebook para difundir las cosas que hacemos en el trabajo de campo. Me imagino que debe haber organizaciones virtuales pero creo que básicamente es un mito porque la mayoría que conozco tienen trabajo de campo.

8. ¿Quién se encarga del trabajo en las redes sociales?

Nosotros tenemos un equipo de TICS. Somos tres o cuatro personas que nos encargamos de eso desde distintos ámbitos. Hay un compañero que se dedica a subir a la web los boletines de prensa, otro que se dedica al software libre, otro que se dedica a actualizar la página web principal. Entonces tenemos un equipo y un consejo editorial.

9. ¿Cuáles son los parámetros de decisión para que cierta información vaya en Facebook o en Youtube?

Esas decisiones se toman en colectivo, dependiendo de lo que creemos que es lo más prioritario y lo que más solidaridad necesita en determinado momento, entonces implica una discusión entre nuestro consejo editorial, entre nuestro colectivo de trabajo para ver qué es lo que nos conviene más. Esto porque nosotros partimos de la premisa de que no queremos saturar de información en la Internet a la gente sino que le llegue lo más importante del trabajo que nosotros hacemos.

10. ¿Las redes sociales generarían mayor participación ciudadana?

Si y no. Porque de los análisis que hemos hecho son herramientas que son importantes y te pueden ayudar también pueden implicar una desconexión del trabajo real o de salir a la calle. Mientras más redes sociales tienes mientras más se va consolidando, la gente va saliendo menos a los espacios públicos a interactuar en un parque o a una reunión y eso puede ser un peligro. Todavía eso en el Ecuador no es algo que se ha visto o algo que es grave, en países como Japón por ejemplo, la situación es un poco más compleja, la gente ya casi no sale a la calle porque prefiere estar en redes sociales o en juegos de rol. Por

eso pensamos que se debe manejar con cuidado teniendo en cuenta que eso es uno de los principales peligros.

11. ¿Conceptualmente como perciben a la comunicación?

Nosotros intentamos llegar con información lo más sencilla posible para que sea fácil de entender para el público en general y también tenemos información más amplia que la colgamos en documentos más grandes en nuestra página web. Pero tratamos de hacer ese tipo de diferenciación somos conscientes que hay cierto público que busca información más profunda que va a nuestra página web y gente que busca información más concreta que puede acceder a ella a través de las redes sociales o de nuestro boletín electrónico. Para nosotros la comunicación básicamente implica eso, que la gente pueda obtener información que sea fácil de entender que le pueda llegar a su correo electrónico o a cualquier medio y que pueda actuar con esa información que tiene, que pueda enviar una carta, participar en una de nuestras campañas, pueda incluso formar otro grupo para defender determinadas causas.

12. ¿Cómo perciben ustedes el acceso que tienen a los medios tradicionales frente al que adquieren con las nuevas tecnologías?

Nosotros tenemos una buena cobertura dentro de los medios tradicionales también. Lo que nosotros hacemos por suerte es un trabajo que interesa mucho a los medios de comunicación pero para el público para el que no lee mucho los medios tradicionales también es importante la información que enviamos. Y se ven resultados concretos, cuando hacemos campañas de solidaridad se ve que tenemos muy buen apoyo de la gente a través de la comunidad virtual.

PROTECCIÓN ANIMAL ECUADOR (PAE)

Alexandra Velasco

Fecha: 3 de junio de 2010

1.- ¿Cómo comenzó el uso de Facebook en PAE?

Empezó hace poco. El trabajo es duro en redes sociales. Al principio todo el mundo dice que es parte de una red social pero no se da cuenta de la cantidad de trabajo y horas que debes poner en estas redes sociales. Al principio el PAE entró pero no hacían actualizaciones, la gente no podía interactuar no era un espacio de encuentro entre las personas que les gustan los animales. Solo era la presencia, la cara pero nadie les contestaban. Entonces el problema se origina porque el PAE siendo una fundación privada, sin fines de lucro que no tiene apoyo del Municipio, del Gobierno, la gente que lo maneja son tres administrativos, el resto son operativos y voluntarios entonces no habían tenido el tiempo de revisar o darse cuenta de la importancia que tienen ahora las redes sociales. Fernando Arroyo, que es quien se encarga de comunicación en PAE no tiene suficiente tiempo para ver que cuenta la gente. Por eso, yo entré de voluntaria y me hice cargo del Facebook. Yo lo manejo, todo el tiempo estoy revisándolo y a ellos les costó un poco de entender la importancia.

2.- ¿Desde hace cuánto tiempo está PAE en Facebook?

Desde hace unos dos años, está como persona. Ahora lo manejo como Fundación y como el lugar donde la gente se puede encontrar y eso es apenas hace dos meses que yo estoy a cargo de la página.

3.- ¿Cuáles son las ventajas de estar en Facebook?

Es una comunidad. Es el espacio donde la gente que tiene un gusto, una afinidad común y una esperanza puede encontrarse. Antes era muy difícil tener una comunidad. Antes las comunidades se creaban a partir de las páginas web de las organizaciones ahora es diferente con esta herramienta que es el Facebook. Ahora todo el mundo se asocia con la gente por gustos personales. Entonces simplemente lo que más le beneficia al PAE es que hay la gente y no había donde encontrarse antes. Nos gustaría estar en otras redes sociales pero ahora estamos planificando el manejo, porque se debe invertir mucho tiempo en el uso de las redes sociales. La cantidad de horas que debes estar en Facebook es excesiva. Lo ideal es que sea 360, es decir que tú das una información y que regresa porque así como cualquier otra herramienta o medio de comunicación quieres ver si esa herramienta está dando resultado. Entonces yo digo: “esta semana voy a tener la campaña del perro de la semana aquí en el PAE”, y al final de esa semana quiero ver si dio resultado y si ese perro se fue a la casa, entonces así como cualquier otra herramienta yo quiero ver resultados. Así es un 360 yo doy información y quiero que esa información regrese y me diga si funcionó o no.

4. ¿Hacen una evaluación de estos resultados que obtienen?

Ahorita estamos todo aprendiendo. Vemos que da mucho resultado. Una de las cosas buenas de “Hazte fan” (o Me Gusta) es que la herramienta te da estadísticas, te dice

cuántas interacciones has tenido a la semana. Para mí, son las mujeres de 18 a 25 años, a tales horas, tales días, entonces yo trato de poner mis anuncios a esa horas y no me cobran nada. Entonces es una herramienta fantástica. Los hombres es mucho menos, las mujeres son más apasionadas por el tema. En dos meses tenemos 12 200 personas que le gusta lo que hacemos antes solo podíamos tener 5 mil amigos, esa fue una de las cosas que dijimos no. Por eso dijimos vamos a hacer una página para que todas las personas que quieran pertenecer puedan hacerlo entonces eso es lo bueno que puedas hacer una página de fans y esa es la que te arroja todos esos datos. Estos son datos estadísticos por los cuales tendrías que pagar muchísimo en TV, radio o prensa para que te den esos datos, aquí todos los días tienes esos datos, por ejemplo veo que la gente que está hablando en mi pared no es mucha entonces trato de poner más anuncios. Esto también incluye cada vez más trabajo porque como quiero que más gente visite, cada vez más gente escribe y hay que dar respuesta a todas.

5. ¿Las respuestas son solo en el muro o va más allá?

Al momento como está hecho la idea es que yo te dirijo a la persona que tienes que hablar en el PAE. Porque por la cantidad de personas que trabajan en el PAE o por la cantidad de capital, capacidad y financiamiento todavía no tenemos para trabajar 24 horas en el PAE. Todavía no hay un grupo de rescate grande.

Yo trato de dar toda la información para que todos puedan acceder al PAE y tengan respuesta a todas las preguntas. A mí lo que me pasa es que como estamos explorando todo lo que podemos hacer, a veces me queda corta toda la información que yo pueda dar. Ahorita soy un punto de información que subo las fotos de los perros y la gente presiona un montón porque espera mucho de una fundación, entonces me dicen: “no le tomes fotos entre las rejas a los animales”.

6. ¿Qué tipo de contenido se prioriza para colocar en Facebook?

Las cosas urgentes. Al momento, lo más urgente son las adopciones en Tanda y bueno no solo eso pero eso es lo urgente generalmente, que la gente no compre sino adopte, esa es la campaña permanente. Entonces tomamos las fotos y subimos todas las semanas los álbumes para que la gente vea que hay perritos que necesitan ser adoptados. Y la otra cosa es poder hacer la casa de adopciones en Alangasí, por ello siempre estamos pidiendo que nos ayuden con material para construir. Y además en lo que se ha ido convirtiendo más allá de las urgencias que tenemos es informar cosas buenas que se hacen, entonces recién se hizo un campaña de esterilización y la gente respondió muy bien llevó sus animales, tomamos fotos entonces es informativo pero a la vez se ha convertido en una pared donde la gente simplemente se expresa, donde es un alivio para todos. Además de ser información estamos tratando de ser un apoyo para toda esa gente que se sentía sola en la lucha por los animales en las calles. Ahora el PAE va a tener que agilizar sus cosas porque lo que antes tardaban tres meses que llegue a las personas ahora tarda tres horas.

7. Muchas veces critican que los movimientos ecologistas sus luchas se quedan solo en lo virtual y no trascienden a lo real ¿Qué opina respecto a este tema?

Yo creo que dependiendo en donde empezó. Digamos que yo hago una página en el Facebook y pido a la gente que se una, la gente te va a unir, porque hay gente que le importa pero yo no estaba haciendo nada al respecto solo era reflejar mis sentimientos

en una red social, ahí es cuando se queda solo en palabras. Pero si es una Fundación que ya ha estado diez años en el Ecuador y de repente se dan cuenta que existe esta herramienta para juntar a estas personas que cada una hacía su grupo, ahí tiene resultados porque ya se estaba haciendo algo y ahora se tiene más soporte o más participación de estas personas. Es una herramienta, ahí no nace.

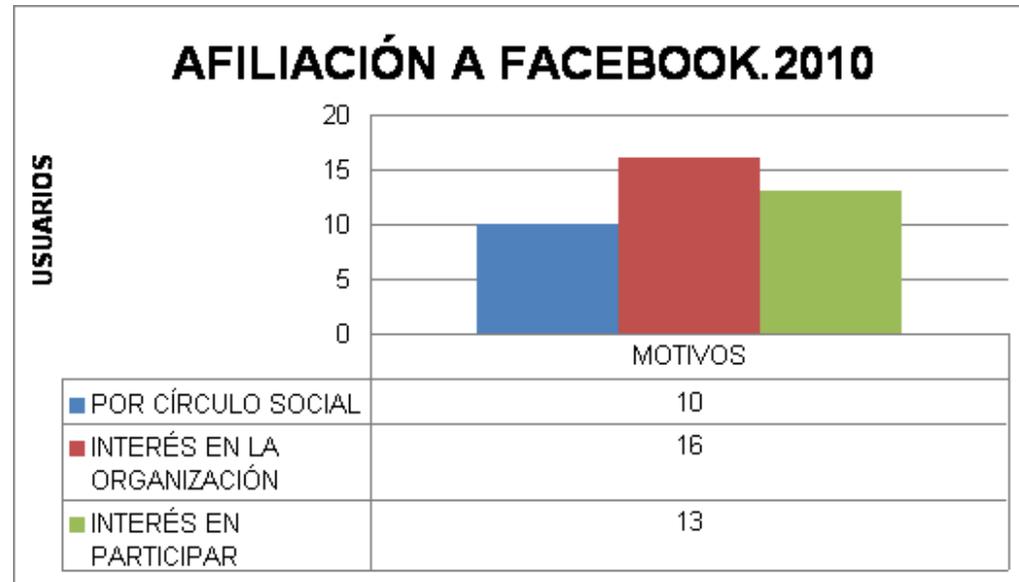
8. ¿Cuál es la oportunidad que tienen frente a las redes sociales de difundir su información frente a la que tienen en los medios tradicionales?

Aquí en el Ecuador todavía ves pobreza en las calles y eso es un problema que va antes que los perros en las calles, entonces la cantidad de noticias de un perro que ves en los diarios o noticieros, es mínima. En los EEUU en los noticieros locales si se da espacio a los animales. La gente que quiere escuchar la noticia puede entrar a Facebook es la herramienta que junta a todas las personas que les importan. La diferencia es que antes les importaban pero talvés de estas 12 500 personas, hay 400 mil personas que sus prioridades son el agua, la luz, los niños en la calle, salud. En cambio ahora damos noticias a todas las personas que están interesados pero que en la sociedad, las otras noticias tienen una importancia más grande. Ha cambiado muchísimo porque ahora tenemos más exposición antes no la teníamos.

9. ¿Las redes sociales mejoran la interactividad con el usuario?

Si porque los medios de comunicación solo informan pero no sabes que opina la gente sobre esa noticia y además de eso ¿cómo recibes información? Pero en Facebook tenemos todo el tiempo. Mucha gente dice comentarios respecto a nuestra labor y preguntan sobre nuestro accionar. Y es maravilloso porque ahora la gente puede comentar de vuelta y encontrar en este medio, que antes era solo para información, un espacio donde ellos también pueden expresarse y eso a mí me parece súper importante porque no todo el mundo tiene algo que decir que sea de interés público pero todo mundo sigue entrando para tener esperanza. Esto es igual de importante que cuando descubrieron las computadoras o cuando descubrió Internet. El Facebook está rompiendo esquemas y aquí en el Ecuador deberán comenzar a contratar gente que se dedique a medios sociales.

ASISTENCIA
 10
 16
 13
TOTAL 39



ASISTENCIA
 SI 15
 NO 24



	USUARIOS
DIARIA	5
SEMANAL	12
MENSUAL	22



	INTERACCIÓN
SI	19
NO	20



martes 14 de diciembre del 2010

Columnistas 1



Iván Sandoval Carrión
ivsanc@yahoo.com

Facebook o 'False-look'

La actual sociedad de consumo nos ofrece una variedad de mercancías del tipo "X sin X", es decir, privadas de sustancia, dice Slavoj Zizek, filósofo y psicoanalista esloveno. Así tenemos: "café sin cafeína, endulzante sin azúcar, cerveza sin alcohol, cigarrillos sin nicotina, etcétera". A ello podríamos añadir que, gracias al internet, tenemos la opción del "sexo (virtual) sin sexo", relaciones de pareja sin encuentro físico y "redes sociales" sin verdadera amistad. Es la reflexión a la que nos conduce la reciente y bien lograda película de David Fincher, La red social (The social network), que describe la historia del origen de la red social Facebook, un origen que no está desligado de la personalidad de su creador, Mark Zuckerberg, tal como lo presenta la película.

En la cinta, el personaje Zuckerberg es retratado como un joven genial, creativo, ambicioso, arrogante, más o menos amoral y sobre todo afectado por una seria limitación en su empatía y en su capacidad para establecer vínculos amistosos y afectivos duraderos y significativos. Resultaría incomprensible que alguien así diseñe una "red social", de no ser porque inicialmente esa página se concibió como un lugar para espiar y/o exhibir las diversas disponibilidades de universitarios norteamericanos ricos, para intercambios amorosos y sexuales. Facebook surge como una alternativa de legitimidad para el voyeurismo y el exhibicionismo de diferentes intensidades. Con Facebook, Twitter y afines, el impudor narcisista ya es de todos y las opciones son variadas: solo mirar, mirar y ser mirado, o lo que a uno se le ocurra. Es "la cultura de la mirada".

Pero, retomando el razonamiento de Zizek, la "red social" es una mercancía y no solamente un servicio público. Los beneficios que presta como instrumento de convocatorias sociales

Pero, retomando el razonamiento de Zizek, la "red social" es una mercancía y no solamente un servicio público. Los beneficios que presta como instrumento de convocatorias sociales o para localizar antiguos amigos, son relativamente insignificantes al lado de la cantidad de dinero que produce y que ha hecho de Zuckerberg el billonario más joven de la historia. La "red social" te vende la ilusión de la "amistad exclusiva", mediante el dispositivo de la invitación a ponerte en contacto y la opción de bloquear el ingreso de sujetos no deseados. Además, te permite sentirte popular, importante y te ayuda a controlar la distancia con tus contactos como te convenga, lo cual es muy difícil en las relaciones cara a cara. Por otro lado, manteniendo el objetivo inicial de los universitarios norteamericanos, la "red social" te sirve para hacer saber a potenciales interesados/as sobre tu disponibilidad amorosa y para torturar a tus ex parejas.

Yendo más allá de Zizek, podríamos decir que la "red social" es un síntoma del mundo actual. Un mundo "desustancializado" en el que los políticos se permiten hacer política sin sentirse obligados a sostener propuestas, ideología ni discurso. Un mundo en el que podemos tener "un millón de amigos por internet" y ningún amigo verdadero. Un mundo en el que podemos hacer pareja con alguien de Ucrania o Nueva Zelanda, para ocultar nuestra soledad e inhibiciones amorosas, aunque jamás vayamos a la cama con nuestro supuesto amor. El mundo del personaje Zuckerberg, aquel que en la brillante escena final de la cinta se queda "colgado" suplicando que la ex novia a la que inicialmente despreció, lo acepte como amigo en Facebook.

Imprimir Enviar Reportar errores Compartir:

Columnistas

Otros Columnistas



¿Recapitular soluciones aceptadas?
Por Nicolás Parducci



Qué bella que es la vida
Por David Samaniego Torres



Año viejo-año nuevo
Por Nelsa Curbelo



Recortar aquí, invertir allá
Por Thomas L. Friedman



¿Para qué tenemos un Banco Central?
Por Gabriela Calderón de Burgos

Ahora en Opinión

EDITORIAL

Contra los gremios

El Gobierno avanza en su plan de controlar a las organizaciones no gubernamentales y a los gremios. A ambos se les quiere prohibir que actúen políticamente.

Si con eso se quisiese decir que ninguna organización sindical o cámara de la producción

Si con eso se quisiese decir que ninguna organización sindical o cámara de la producción debería hacer proselitismo político (apoyar a un partido político o a un candidato), sin duda que todo el país estaría de acuerdo. Aunque claro, implicaría revisar la conducta de Alianza PAIS, que llegó al poder porque la Conaie, la UNE y las ...

Ver más...

Bonil bonil@andinanet.net | Blog

Trabajadores no aceptan 260 de salario



Domingo 18 de julio del 2010

Tecnología

Facebook fatiga

Por Francis Pisani
» Web 3.0

El número de usuarios de Facebook gira ya alrededor de los 500 millones y, según Mark Zuckerberg, su fundador y mandamás, "está casi garantizado" que llegará a los mil millones. No obstante, en tan vertiginosa ascensión choca con obstáculos que podrían alejarlo de tal meta.

Facebook es el primer sitio de redes sociales en el mundo, a excepción en aquellos países -en la mayoría de los casos- que emplean distintos sistemas de escritura y cuyos regímenes políticos mantienen relaciones espinosas con Estados Unidos (China, Rusia, Irán, Siria). Aliado de Washington a Japón solo lo diferencia su grafía.

A Brasil se debe la confirmación de la regla: en su territorio domina Orkut. Pero FB gana terreno en países donde le ha costado imponerse: India, Turquía e Indonesia, por ejemplo.

Sin embargo, el ritmo de crecimiento puede desacelerarse. Después de haber conquistado cerca de ocho millones de nuevos usuarios en EE.UU. durante mayo, apenas sumó 320.000 en junio. Es más, la cantidad de usuarios en el grupo de 18 a 44 años descendió durante ese periodo. Europa occidental sufrió una merma comparable.

Semejante caída requiere explicaciones. Podría tratarse de un "accidente estadístico", pero la razón más obvia, dada las diferencias entre zonas geográficas, es atribuible a que algunos mercados están alcanzando su tope de saturación. Tal fenómeno explica los excepcionales esfuerzos de Facebook por penetrar en Asia, por ejemplo.

Zuckerberg mismo reconoció la existencia del problema, que atribuyó, en parte al hecho de que, obsesionado por el crecimiento de Twitter, descuidó el propio.

La segunda elucidación sonaría más sugerente. En mayo aludimos al escaso interés de los dirigentes de Facebook por proteger los datos personales de los usuarios.

Tal vez la actitud de Zuckerberg, el desprecio contenido en su "no me importa", desencadenó una ola de preocupación entre los usuarios.

El 31 de mayo fue declarado por algunos "un día sin Facebook". Otros más decidieron "suicidarse": eliminaron su perfil el 6 de julio. Pese a que el número de participantes no fue muy elevado en ninguno de ambos casos, no podemos descartar que tales acciones colectivas, y la publicidad que merecieron, hayan contribuido a difundir inquietud entre los usuarios, en particular entre los potenciales.

Un estudio de roiworld.com, sitio de juegos y de moda, completa el cuadro permitiendo una mejor comprensión del vínculo de los adolescentes estadounidenses con Facebook: pasan 2 horas al día on-line, 80% de ellos en sitios de redes sociales.

Sin embargo, uno de cada cinco ya no entra a Facebook o lo utiliza cada vez menos.

Las razones invocadas van desde la pérdida de interés (45%) hasta el fastidio que despierta la presencia de los mayores, incluyendo la de sus padres (28%), y el temor a la divulgación de sus datos personales (13%, cifra impresionante para este grupo).

Facebook sigue siendo entre ellos la mayor red social (78% cuentan con un perfil), seguido por YouTube (64%) y MySpace (41%). Por último: los que se quedan dedican la mitad del tiempo a los juegos que ahí encuentran. Nada de esto significa que Facebook vaya a dejar de crecer.

Juegan a su favor los "efectos de red" basados en la llamada "ley de Metcalfe": el valor de una red es proporcional al cuadrado del número de sus nodos (en el caso de una red social, su valor crece a mayor velocidad de lo que podría indicar el crecimiento del número de personas conectadas).

No sirve de mucho enlazarse a una red pequeña, siempre nos inclinaremos por aquella que nos ofrezca la perspectiva de conectarnos con el mayor número de gente posible.

Dicho de manera más brutal: la diferencia entre una carretera y una red reside en que, en la primera, el exceso de usuarios acarrea embotellamientos, mientras que la segunda funciona mejor entre más gente la transite.

Pero tal suceso podría provocar un serio problema, de mayor envergadura que los

por su calibre que por sus acciones... discutibles -que no faltan.

El caso podría resultar más grave para Facebook dados sus intentos por centralizar toda la información posible y por su carencia de respeto al derecho de privacidad de sus usuarios. Las razones que preocupan a FB son a toda luz mayores.

Un motivo de particular inquietud para Zuckerberg proviene de que la luna de miel con sus nuevas conquistas es cada vez más corta. Recordemos que el tamaño de Microsoft empezó a intranquilizar tiempo después de que hubiera logrado una posición dominante.

Los artículos críticos a Google aparecieron cuando apenas se imponía. Resulta ahora que, más allá de lo que los analistas opinen, Facebook nos incomoda cuando se encuentra en pleno auge. El malestar podría contribuir a que perdiera velocidad. Lo bueno sería que impulsara nuestra conciencia digital crítica.

Fotos



Ampliar imagen

Ahora en Vida



SALUD

Proliferan equipos médicos 'huérfanos' de operadores

Alex Vazquez

- » Facebook fatiga
- » Árboles de antaño que cedieron su...
- » La biodiversidad, factor que regula la...

Ahora en portada



Victor Serrano

Militarización de las invasiones anuncia Correa en Guayaquil

POLÍTICA

Los militares darán protección en varios asentamientos del norte de la ciudad.

Imágenes

Últimas Noticias

- 15:50 | El Levante regresó a los entrenamientos junto con 'Felipao'
- 15:40 | Presidente inauguró represa Mazar
- 15:27 | Amplia afluencia de usuarios en las oficinas de la CTG
- 15:15 | Harb detalló la situación de Barcelona
- 15:08 | Muere temido narcotraficante colombiano 'Cuchillo'
- 13:52 | Heat, Celtics y Magic continuaron calientes en la NBA
- 13:40 | Europa contará a partir del 1 de enero con su nueva supervisión financiera
- 13:37 | Hombre fue rescatado en la

Publicidad

Anuncios Google

Rafael Correa:

¿Qué pasó en realidad en Ecuador? Vea la entrevista. [Actualidad.RT.com](#)

Viaje a Buenos Aires

Disfrute de los Mejores Hoteles de Buenos Aires con Ofertas Increíbles. [HayHoteles.com/BuenosAires](#)

Turismo en Ecuador?

Encuentra Aquí Hotel, Pasaje, Autos Y Todo Para Planificar Tu Viaje! [www.Travelocity.com/la](#)

Miércoles 21 de julio del 2010 | 16:31

Tecnología

Facebook supera los 500 millones de usuarios, y presenta problemas

AFP | NUEVA YORK, EE.UU.

Facebook, el sitio de socialización en internet, anunció este miércoles que había superado los 500 millones de usuarios activos, lo que ya había sido confirmado por varios estudios, y agradeció a sus usuarios que participen de su difusión en el mundo.

Sin embargo, algunos usuarios se quejaron en sus cuentas en Twitter porque durante las últimas horas han tenido problemas con sus cuentas. Nosotros también experimentamos este contratiempo al intentar entrar a la página de **El Universo en Facebook**, para compartir nuevas noticias.

Preguntamos a nuestros seguidores en Twitter, y algunos compartieron los problemas que han tenido con Facebook en las últimas horas. Uno de ellos fue **@geovanny_correa**, quien señaló que ha tenido problemas para entrar.

@LunaAzulEc también dijo tener contratiempos con los grupos y fanpages.

Por su parte, **@Evecristi** escribió que solo puede ver el perfil de otros "pero no el mio!! iiiAUXILIO!!! En mi Blackberry sí puedo ver.

Desde Perú, **@Marcial Soto** bromeó sobre la situación, y escribió: "No puedo ver mi wall (muro) en Facebook. Eso es peor que cuando mi novia me dejó a los 3 días de estar... No, en serio, el Facebook no funciona hoy :S". Su compatriota **@Lore_chauca** dijo que no puede "entrar a #facebook :-/".

Sin embargo, no todos los usuarios han experimentado este problema. Así lo corroboraron **@sebdel**, **@migaceya**, **@juanlynx** y **@angelop87**

Agradecimiento a usuarios

"Es un umbral importante para todos ustedes, que han ayudado a expandir Facebook en todo el mundo; ahora muchas más personas tienen la posibilidad de mantenerse en contacto con quienes son importantes para ellos", señala el cofundador y máximo responsable de la joven compañía, Mark Zuckerberg, en el blog del grupo y en un video realizado para la ocasión.

"Quinientos millones es una bella cifra, pero no son las cifras las que realmente cuentan. Lo que cuenta son todas las historias que ustedes nos relatan sobre el impacto que tienen sus conexiones en vuestras vidas", destacó Zuckerberg, de 26 años.

Facebook fue creada en febrero del 2004 por tres jóvenes estadounidenses. Mark Zuckerberg, entonces de 19 años, y otros dos estudiantes de la prestigiosa universidad de Harvard (Massachusetts), Dustin Moscovitz y Chris Hughes, querían crear una red para mantenerse en contacto con sus camaradas.

La red social, con sede en Palo Alto (California), cuenta hoy con centenares de empleados. La empresa privada tiene por lema "Hacemos cosas revolucionarias".



Fotos

Facebook fue creada en febrero del 2004.

Ahora en Vida



FAMILIA

Los difuntos chinos pueden regresar a su orígenes en urnas biodegradables

- » Alemania y países nórdicos encabezan...
- » Eloísa dice

Ahora en portada



Militarización de las invasiones anuncia Correa en Guayaquil

POLÍTICA

Los militares darán protección en varios asentamientos del norte de la ciudad.

En Imágenes

Últimas Noticias

- 15:50 | El Levante regresó a los entrenamientos junto con 'Felipao'
- 15:40 | Presidente inauguró represa Mazar
- 15:27 | Amplia afluencia de usuarios en las oficinas de la CTG
- 15:15 | Harb detalló la situación de Barcelona
- 15:08 | Muere temido narcotraficante colombiano 'Cuchillo'
- 13:52 | Heat, Celtics y Magic continuaron calientes en la NBA
- 13:40 | Europa contará a partir del 1 de enero con su nueva supervisión financiera
- 13:37 | Hombre fue encontrado en la

Jueves 18 de febrero del 2010

Tecnología

Facebook, visto desde Ecuador

Diana González

Para muchos es imposible no estar conectado. Y es que Facebook tiene 400 millones de usuarios y su crecimiento no se detiene. Si fuera un país sería el tercero más grande del mundo, y es la red social más usada.

Facebook, que hace dos semanas cumplió seis años, basa su éxito en contactar gente en tiempo real e impartir servicios y aplicaciones gratuitas. Y aunque comenzó siendo un proyecto para aumentar la calidad en una universidad, de ese primer objetivo lo único que queda es la conectividad.

Con ventajas y desventajas ha desbancado a redes como Hi5, Myspace, Wayn, entre otras. Crece tres veces más rápido que Twitter, la red de microblogging. Es tan grande su poder, que Google, el buscador más importante que existe, decidió luchar contra ella y recientemente lanzó Google Buzz, una red social controlada a través de las cuentas de Gmail.

Dentro de estas estadísticas, también aparece Ecuador. El país, que según Supertel (Superintendencia de Telecomunicaciones) tiene casi dos millones de personas conectadas, llegó hasta el domingo anterior a 548.120 usuarios en la red social Facebook.

El ecuatoriano medio que usa la red tiene entre 18 y 34 años. Guayaquil y Quito son las ciudades que acaparan casi todo el porcentaje, con más del 96% de gente conectada. Cuenca, Loja y Manta también tienen gran número de usuarios.

Bastan unos 5 minutos, poner datos personales y una cuenta de correo electrónica, para crear un perfil en Facebook y abrir una vida virtual.

En una sola hora conectado se puede pasar de temas tan diversos como tener una granja en Farmville, encontrar amigos de la infancia, debatir sobre política, el último capítulo de una telenovela, el partido de fútbol del fin de semana o convertirse en un gánster en el juego Mafia Wars, una de las más de 300.00 aplicaciones de Facebook.

Los temas a los que más concurren los ecuatorianos son los políticos, los que ensalzan la nacionalidad y los de amor u odio hacia un equipo de fútbol.

El fenómeno Facebook puede ser explicado por su simplicidad, efectividad y oportunismo. El mensaje elitista de los blogs cambió y la gente en esta red puede ser partícipe de una vida interactiva virtual, en la que no hay barreras raciales o socioeconómicas.

Aunque el creador de Facebook es Mark Zuckerberg, la persona detrás de este fenómeno es Peter Thiel, inversor de capital, a su vez pupilo de René Girard. Este filósofo dice que el comportamiento humano funciona por deseo mimético, la gente se mueve como un rebaño y se copia, una teoría que parece explicar las redes sociales, el pensamiento colectivo y el periodismo ciudadano.

Lo criticable es que gran parte de esta información está relacionada con asuntos inútiles o de puro entretenimiento.

Entre los inconvenientes de Facebook también consta la ruptura de la privacidad. La red es un chismógrafo virtual y aunque se han puesto trabas al acceso de información, los números telefónicos o correos electrónicos son usados por hackers o delincuentes comunes para extorsionar a quien no configure bien su cuenta. Es, además, usado por las empresas para verificar los datos y entrar en detalles de la vida personal de los posibles empleados.

Otro de los usos que se le da al Facebook es la publicidad. Juegos, consejos y promociones son algunos ofrecimientos de las agencias para que un producto sea interesante en las redes sociales. Según Adrián Bajaña, director de marketing de la empresa Geeks, este es uno de los principales nichos para todo tipo de campañas -incluidas las políticas-, porque llega a personas de 16 a 35 años que pasan hasta 7 horas conectadas y el mensaje se multiplica; es altamente efectivo. Muchas empresas se han dado cuenta de eso, porque "el que no está en la red no está en nada", explica.

El resultado, por ejemplo, se vio en la marcha por Guayaquil que se registró la semana pasada, en la que la cita virtual se trasladó a un espacio físico, o en las campañas de Dalo Bucaram, Jaime Nebot o Rafael Correa.

Fotos



Ampliar imagen

Ahora en Vida



SALUD

Se crea leche contra la diabetes y el...

ARCHIVO

- » Eruditos católicos solicitan dilatar la...
- » Tutankamón 'falleció por malaria'

Ahora en portada



Victor Serrano

Militarización de las invasiones anuncia Correa en Guayaquil

POLÍTICA

Los militares darán protección en varios asentamientos del norte de la ciudad.

Imágenes

Últimas Noticias

- 15:50 | El Levante regresó a los entrenamientos junto con 'Felipao'
- 15:40 | Presidente inauguró represa Mazar
- 15:27 | Amplia afluencia de usuarios en las oficinas de la CTG
- 15:15 | Harb detalló la situación de Barcelona
- 15:08 | Muere temido narcotraficante colombiano 'Cuchillo'
- 13:52 | Heat, Celtics y Magic continuaron calientes en la NBA
- 13:40 | Europa contará a partir del 1 de enero con su nueva supervisión financiera
- 13:37 | Hombre fue rescatado en la

Publicidad

Facebook convoca a marcha a favor del PAP

Red rechaza medida del gobierno de cerrarlo

51 lecturas | 0 comentarios | Calificación: ★★★★★

Me gusta

Twitter 0



Foto: Expreso

Servicio. Centros médicos particulares forman la red de atención del PAP

La vida del Programa de Aseguramiento Popular (PAP) se decide hoy, en la reunión que a partir de las 09:00, mantendrán el directorio de la institución con delegados del Gobierno central y del Municipio de Guayaquil.

Y mientras se realice ese encuentro, mostrarán su apoyo al PAP decenas de ciudadanos en un plantón que se convocaron por la red social Facebook para mostrar su rechazo al anuncio del presidente de la República, Rafael Correa, de que el programa pasará a ser administrado por el Estado desde el 1 de febrero.

"Acudamos a protestar de manera cívica y pacífica en contra de esta medida autoritaria", dice el llamado, que fue convocado por César Coronel Garcés, estudiante de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

Además del plantón, se realizará una casa abierta en la que mostrará los servicios que se ofrece a los aproximadamente 400.000 beneficiarios del PAP, que incluye a los familiares de quienes reciben el Bono de Desarrollo Humano. Esta se realizará en un local ubicado detrás del antiguo Expoplaza.

Según el Gobierno central, el servicio de salud debe ofrecerse de manera gratuita y rechaza además que se cobre un dólar mensual a los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, que son los usuarios del PAP, del subsidio para financiar el programa de salud.

MULTIMEDIA

Fotogalería | Video



Fotogalería

Rescate de los 33 mineros en Chile



RANKING +

Últimas | Leídas

1. Al menos 7.000 víctimas fueron enterradas...
2. Gobierno garantiza protestas sociales "dentro del..."
3. El ecuatoriano Caicedo, apto para debutar...
4. 15 muertos y 25 heridos por...
5. Proponen una comisión del Municipio de...

MICROBLOG



Desde el escritorio del Editor

Siga a nuestra redacción en Twitter



Domingo, 03 de Enero de 2010 - 21:42

El País

El 63% de jóvenes entre 10 y 18 años prefiere la Internet a la TV

Un Estudio revela el avance de la red en España

110 lecturas | 0 comentarios | Calificación: ★★★★★

Me gusta

Twitter 0



Foto: LINUXCUBA.COM / Expreso

LA RED. En 10 años el uso de la Internet ha incrementado de 2,9% a 34,3%. Su sistema es preferido por jóvenes que combinan el uso de las pantallas para divertirse.

David Muñoz, de 18 años, domina las pantallas sin problemas. Con una mano agarra el control de la televisión para ver Física o Química y de reojo echa un vistazo a la pantalla del computador, actualiza su perfil en la red Facebook.

Este joven no es experto informático; estudia Administración y trabaja en una tienda de artículos de motociclismo en Barcelona. Sencillamente, ha crecido entre pantallas; es un aborigen digital.

"Los padres ya no amenazan a sus hijos con castigarlos sin televisión, sino con cerrarles el ordenador", ironiza Muñoz.

Su generación es adicta a las pantallas; la del televisor, la del ordenador, la del móvil y la de la videoconsola. Aunque un 63% de los jóvenes entre 10 y 18 años prefiere Internet al televisor, según un informe del Foro de la Generación Interactiva en España.

En Internet lo tienen todo, sus programas y series de televisión favoritos, las cadenas de radio, los periódicos, juegos, los últimos estrenos de cine en streaming y su grupo de amigos en las redes sociales.

Ya son muchos los que al llegar a casa ignoran la parrilla televisiva y buscan entre su archivo de películas y series descargadas de Internet. Así se programan su propia sesión en alta definición, sin interrupciones y sin anuncios.

Las cifras confirman este panorama. El 90,3% de los españoles entre 16 y 24 años han accedido a la red en los últimos tres meses, según el estudio "La Sociedad en Red 2008". En 10 años, su penetración se ha incrementado de 2,9% a 34,3%.

Los grandes fabricantes de electrónica, como Sony, LG, Samsung o Toshiba, preparan televisores con conexión a la red (Ethernet o WiFi) que permitirían acceder a Facebook con el mando a distancia o ver vídeos de YouTube.

MULTIMEDIA ▶

Fotogalería | Video



Fotogalería

Rescate de los 33 mineros en Chile



RANKING + ▶

Últimas | Leídas

1. Sandro, el Elvis Presley argentino que...
2. Murió el popular cantautor argentino Sandro...
3. Confirman que un tercer invitado se...
4. Cuatro heridos en el Dakar tras...
5. China niega maltrato a Ecuador para...

WIDGETS

Desde el escritorio del Editor
Siga a nuestra redacción en Twitter



