



# BLOG POR UNA CAUSA!

*La Guía de Global Voices para el Activismo Blog*

**BY MARY JOYCE**

Traducción: María Florencia Puente

## Tabla de Contenidos

### ¿Qué es el Activismo Blog?

- Qué es el Activismo Blog?
- Por qué debería usar un Blog de Activismo?
- Quiero crear un Blog de Activismo Pero No Tengo las Habilidades Técnicas
- Quien debería Iniciar un Blog de Activismo?

### ¿Cuáles son los diferentes tipos de Blogs de Activismo?

- Blogs de Crisis
- Blogs de Asunto
- Cuando un blog de CRISIS se convierte en un Blog de ASUNTO?

### ¿Qué necesita todo Blog de Activismo?

- Información de Fondo
- Actualizaciones frecuentes
- Un objetivo claro
- Una "Página de Participación"
- Un correo electrónico de contacto

### Creando un Blog de Activismo

- Elija un Objetivo
- Forme un Equipo
- Construya un Blog
- Promueva su Causa

### Haga de su Blog un Centro para la Acción

- Usted es el líder de una comunidad
- Conozca su Comunidad
- Seleccione una Acción
- Movilice su Comunidad

### Manténgase a Salvo

#### Reconocimientos

Quiero agradecer a Sami Ben Gharbia, Ethan Zuckerman, Carol Darr, Michael Anti, David Sasaki, y Georgia Popplewell por ayudarme en la redacción de esta guía.

Puede encontrar más sobre la autora Mary Joyce en su sitio web, [www.ZapBoom.com](http://www.ZapBoom.com)

Publicado por Global Voices Advocacy



# 1.

Estas 2 guías son útiles



**Una Guía Introductoria a los Medios Ciudadanos Globales**

<<http://rising.globalvoicesonline.org/library/Introduction-to-Citizen-Media-EN.pdf>>



**El Manual para Blogueros y Cyber-Disidentes**

<[http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook\\_bloggers\\_cyberdissidents-GB.pdf](http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf)>

## ¿Qué es el Activismo Blog (Blog Advocacy)?

El Activismo Blog es el uso de un blog para pelear contra una injusticia. La gente usa blogs para enfrentar un amplio rango de injusticias, tales como apresamientos ilícitos, corrupción gubernamental, degradación ambiental, y abuso de los derechos humanos.

### ¿Porque debería usar un Blog de Activismo?

Muchas personas inician un Blog de Activismo porque es una manera económica y fácil de crear un sitio web para tratar un tema en particular. Los blogs tienen plantillas preexistentes que dan al sitio un aspecto profesional. Su personalización es bastante sencilla con su propio encabezado gráfico, colores y fuentes. También, la mayoría de las plataformas de blogs (por ejemplo Blogger y Wordpress) son gratuitas<sup>1</sup>. (La siguiente sección incluye enlaces a videos que muestran como iniciar un blog en Blogger o Wordpress.)

Sin embargo, el hecho de ser gratuitos y fáciles de iniciar son solo algunos de los beneficios de lanzar su causa en un blog. Los blogs son altamente interactivos. Cada publicación (post) o artículo, tiene una sección donde los visitantes del sitio pueden dejar comentarios, permitiéndoles convertirse en parte de la comunidad del sitio y sentirse así mas involucrados con su causa. Adicionalmente, los blogs facilitan el modo de trabajo con múltiples autores, permitiendo compartir la labor de actualización del blog. Finalmente, usted puede ‘embeber’ contenido multimedia – como fotos, video, y audio – en sus publicaciones. Este tipo de material que atrae la atención es importante para hacer que el blog atraiga y capte a los usuarios.

Finalmente, un blog es una gran herramienta de apoyo porque permite a cualquier individuo con una conexión a Internet lanzar una campaña para el cambio social con un alcance potencial global. Esto brinda a los ciudadanos ordinarios un increíble poder para cuestionar la autoridad, actúa como fuente alternativa de información, organiza a los seguidores, y hace lobby con quienes están en el poder. Los medios para el cambio social están en la punta de sus dedos, solo comience a hacer clic.

### Quiero crear un Blog de Activismo pero no tengo las habilidades técnicas. ¿Qué debo hacer?

La mejor manera de iniciar es probando algún software de blogs. Recuerde que las plataformas de blogs en línea están diseñadas de modo que sean sencillas para los usuarios no-expertos. Yo fui capaz de darme cuenta como personalizar un blog en Blogger (incluso [aprendiendo un poquito de HTML](#)) dedicando una tarde de trabajo con el software y buscando los términos que no comprendía en Google. Usted también puede probar los siguientes videos instructivos. Adicionalmente, El *Handbook for Bloggers and Cyber-Dissidents* (Manual para Blogueros y Cyber-Disidentes) tiene información muy útil sobre como iniciar y promover su blog.

Tanto Blogger como Wordpress son buenas plataformas porque están disponibles en varios lenguajes, de modo que usted puede crear el Blog de Activismo en su propio lenguaje, en lugar de tener que trabajarlo en Inglés. Aunque la traducción al inglés será importante si está tratando de lanzar una campaña internacional, debería iniciar su blog en su lengua nativa porque le será más fácil su mantenimiento.

<sup>1</sup> Mientras que Wordpress ofrece las mejores optimizaciones en términos de apariencia y estructura, los demás servicios de blogs mencionados, particularmente Blogger, son mucho más sencillos en su configuración inicial. Elija la plataforma que mejor se ajusta al nivel de habilidad técnica de su equipo.

**Estos videos demostrativos son también muy útiles**



**Crear un Blog en Blogger**  
<<http://tinyurl.com/339xxr>>



**Crear un Blog en WordPress**  
<<http://tinyurl.com/2actbj>>

## ¿Quién debería iniciar un Blog de Activismo?

La palabra “advocacy” (apoyo, defensa) implica que usted esta hablando para alguien más. Pero, ¿usted tiene el derecho o el permiso para hablar a esa persona o grupo? Esta es una pregunta importante para hacerse antes de iniciar un Blog de Activismo.

Si usted está íntimamente involucrado con la causa por la que está abogando, si la causa lo afecta personalmente o la injusticia ocurrió en el pueblo o ciudad en la que vive, entonces seguramente no necesitará preocuparse sobre si tiene derecho o no a iniciar un Blog de Activismo. Pero si la cuestión está ocurriendo en otro país o afecta alguien a quien no conoce personalmente, es recomendable hacer averiguaciones antes de iniciar su blog.

Primero, necesita entrar en contacto con la gente que esté mas directamente conectada con la cuestión para asegurarse que su blog realmente los ayudará. Si está abogando a favor de un individuo, debe contactar los amigos cercanos a esa persona o, idealmente, a algún miembro directo de su familia. Necesitará estar seguro que su blog no replicará algo que ellos ya estén haciendo. También, en algunos casos, iniciar un Blog de Activismo podría realmente *dañar* a la persona o la causa que está tratando de ayudar y querrá asegurarse que esto no ocurrirá.

Un ejemplo de cómo *no* iniciar un Blog de Activismo es el blog Free Alaa<sup>2</sup> (liberen a Alaa), que abogaba por la libertad del bloguero egipcio encarcelado Alaa Abd El Fattah en 2006. Yo, junto a otro bloguero internacional, iniciamos el blog Free Alaa sin coordinar bien con la esposa y amigos de Alaa en Egipto. Esto fue contraproducente debido a que la esposa de Alaa, Manal, estaba tratando de organizar toda la información sobre su marido a través de su blog compartido, Alaa and Manal's Bit Bucket [www.manalaa.net](http://www.manalaa.net). Adicionalmente, Alaa reveló luego que la presencia de nuestro blog, el cual ya había sido desactivado, realmente ocasionó que permanezca en prisión por más tiempo debido a que el gobierno lo consideró de alto perfil y así representaba una amenaza mayor.

Un ejemplo más positivo es la reciente campaña Liberen a Fouad <http://en.feefouad.com>. Aunque el bloguero Saudí Fouad Alfarhan fue mantenido bajo custodia el 11 de diciembre del 2007, el Director de Global Voice Advocacy Sami Ben Gharbia estuvo en contacto con su esposa y no inició una campaña formal para liberarlo antes que ella de su consentimiento, casi dos semana después de su arresto.

Originalmente, la esposa de Fouad sentía que el tema podría resolverse en forma reservada y que publicitar el arresto podría lastimar a su marido causando que las autoridades lo vieran como un generador de problemas con intención de organizar oposición al gobierno. Sin embargo, como la situación de su marido permanecía sin cambios, la esposa de Fouad decidió que una campaña pública podría ayudar a liberarlo.

Estos dos ejemplos ilustran la complejidad del uso de Blogs de Activismo. Esta es la razón por la cual es tan importante coordinar con la gente directamente involucrada en la cuestión por la que usted se preocupa. La clave es el *consentimiento*. Si usted está abogando por alguien, es de su incumbencia intentar conseguir su consentimiento de modo de poder abogar en su favor.

<sup>2</sup> El blog Free Alaa fue creado en la plataforma Blogger. Sin embargo, unos meses atrás fue hackeado y su contenido borrado. El blog no existe más.

## ¿Cuáles son los diferentes tipos de Blogs de Activismo?

Hay muchos tipos diferentes de Blogs de Activismo, y esta guía está llena de ejemplos de ellos. Sin embargo, puede serle provechoso pensar en los Blogs de Activismo clasificados en dos categorías distintas: blogs de crisis y blogs de asunto.

Categorizar los blogs de esta manera puede ayudar a los blogueros de apoyo a definir su estrategia, aunque si esta categorización no es útil para usted, siéntase con libertad para ignorarla.

### 1. Blog de CRISIS

Un Blog de Crisis trata sobre una injusticia que puede ser resuelta rápidamente. Tiene un marco de duración corto. Los blogs de Crisis

usualmente tienen un objetivo directo a seguir. La mayoría de los blogs que reclaman la liberación de blogueros apresados, como Liberen a Monem [www.freemonem.cyberversion.org](http://www.freemonem.cyberversion.org), Liberen a Fouad <http://en.freefouad.com>, y Liberen Kareem [www.freekareem.org](http://www.freekareem.org), comienzan siendo blogs de crisis. No Bloqueen el Blog, el cual buscaba levantar el bloqueo temporal de los blogs en Blogger en Pakistan en el 2006 <http://help-pakistan.com/main/dont-block-the-blog>, es otro buen ejemplo de blog de crisis.

### 2. Blog de ASUNTO

Un Blog de Asunto trata sobre una situación de injusticia en curso que no tiene una respuesta rápida o sencilla. Tiene un marco temporal

largo y frecuentemente varias demandas complejas. Ejemplos de Blogs de Asunto incluyen al Righth Action Group T&T, que trata sobre cuestiones ambientales en Trinidad y Tobago [www.rightsactiongroup.blogspot.com](http://www.rightsactiongroup.blogspot.com), Motoc, el cual se opone al filtrado de Internet en Marruecos <http://motoc.blogspot.com> y Fact Thai, que se opone a la censura en Internet en Tailandia <http://factthai.wordpress.com>. Otros Blogs de Asunto notables incluyen Kubatana, que promueve el uso de Internet por parte de activistas de derechos humanos de Zimbabwe [www.kubatana.net](http://www.kubatana.net), y Don't Forget Burma (No olviden Birmania), un fotolog dedicado a llamar la atención sobre la situación política en dicho país [www.dontforgetburma.org](http://www.dontforgetburma.org).

<<http://censorship.cybversion.org>>

**Tipo:** Blog de Crisis a Blog de Asunto  
**Causa:** Para llamar la atención pública sobre la censura agresiva prevaleciente en el país  
**País:** Túnez  
**Lengua:** Francés, Inglés y Árabe



**Unblock Dailymotion in Tunisia**

2.



### SEA-EAT

<<http://tsunamihelp.blogspot.com>>

**Tipo:** Blog de Crisis  
**Causa:** Brindar noticias e información sobre recursos, ayuda, donaciones y esfuerzos voluntarios luego del tsunami del 2004.  
**País:** Internacional  
**Lengua:** Inglés



### Kubatana

<<http://www.kubatana.net>>

**Tipo:** Blog de Asunto  
**Causa:** Promover el uso de Internet por parte de las organizaciones civiles en Zimbabwe  
**País:** Zimbabwe  
**Lengua:** Inglés

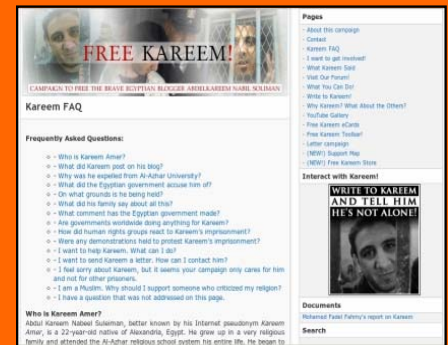
### 3. Cuando un blog de CRISIS se convierte en un Blog

Algunas veces un blog que inicia como un blog de crisis se convierte en un blog de asunto cuando la situación de injusticia no se resuelve en un período breve de tiempo. Un buen ejemplo de esta tendencia es el blog Free Kareem (Liberen a Kareem), el cual comenzó como un blog de crisis en Noviembre del 2006 demandando la libertad del bloguero egipcio detenido Abdel Kareem Nabil Suliman. Subsecuentemente, Kareem fue sentenciado a cuatro años en prisión por desprecio a la religión y difamación del presidente. En este punto, el marco temporal breve de un blog de crisis se transformó en un período prolongado mientras quedaba claro que, aún cuando Kareem sería liberado, la campaña para liberarlo sería larga.

Otro ejemplo de un blog de crisis transformándose en un blog de asunto es el blog de Ayuda por el Tsunami (también llamado blog SEA-EAT) [www.tsunamihelp.blogspot.com](http://www.tsunamihelp.blogspot.com), el cual actuó como centro orientador de información y ayuda luego del día en que golpeó el tsunami en el 2004, y entonces comenzó a utilizarse ante otros desastres naturales.

Cuando un blog de crisis se transforma en un blog de asunto, mantener la atención de la gente puede transformarse en un desafío, los voluntarios tienden a fatigarse en campañas largas. Desarrollar acciones innovadoras es importante para mantener el interés de los voluntarios. Es importante también mantener la organización funcional a lo largo del tiempo con el fin de tomar ventaja de eventos clave (como las elecciones) los cuales crean oportunidades para afirmar su causa. La habilidad para tomar ventaja de estos momentos de apertura política es esencial para el logro de victorias en campañas por cuestiones a largo plazo.

### Ejemplos de Blogs de Activismo



#### Free Kareem

<<http://www.freekareem.org>>

**Tipo:** Blog de Crisis a Blog de Asunto  
**Causa:** Presionar por la liberación del bloguero egipcio encarcelado Abdel Kareem Nabil Suliman  
**País:** Internacional  
**Lengua:** Ingles

<<http://netzpolitik.org>>

**Tipo:** Blog de Asunto  
**Causa:** Promover temas de fuente abierta, derechos de usuarios de Internet y libre expresión en el ciberespacio.  
**País:** Alemania  
**Lengua:** Ingles y Alemán



#### Netzpolitik

<<http://beyondthestars.wordpress.com>>

**Tipo:** Blog de Asunto  
**Causa:** Promover la preservación del medio ambiente en Hong Kong  
**País:** China  
**Lengua:** Chino



#### Rights Action Group T&T

<<http://rightsactiongroup.blogspot.com>>  
**Tipo:** Blog de Asunto  
**Causa:** Promover el buen gobierno y el desarrollo limpio y sustentable  
**País:** Trinidad y Tobago  
**Lengua:** Ingles



#### Beyond the Stars

*Si lee solo una página ...lea esta!*

## Lo Que Todo Blog de Activismo Necesita

### Información de Fondo

1. **Cuál** es la causa que apoya?
2. **Porqué** apoya la causa (porque la situación actual es injusta)?
3. **Quién** es la víctima de esta injusticia y quién está perpetrando la injusticia?
4. Si está protestando por un evento injusto (como un arresto), **Cuándo** y **Dónde** ocurrió?

**Ejemplo:** página “About” (Sobre) en el blog Free Monem (Liberen a Monem)  
<http://freemonem.cyberversion.org/about/>

La gente debe poder acceder a información actualizada sobre la causa en el blog.

### Actualización Permanente

La gente debe poder acceder a información actualizada sobre su causa en el blog.

### Un objetivo claro

Cómo piensa que podría ser la mejor manera de resolver la injusticia contra la que pelea? Objetivos claros y simples son lo mejor porque son fáciles de comunicar y sirven como una motivación mas efectiva para los seguidores. Su objetivo es la misión de su Blog de Activismo, y debe ser capaz de enunciarlo en una oración.

**Ejemplo:** “SASOD es un grupo con base en Guyana el cual está abocado a erradicar la discriminación en los ámbitos de orientación sexual.”  
<http://sasod.blogspot.com>

### Una “Página de Participación”

La gente que visita el blog debe encontrar una lista de acciones que pueden llevar a cabo para involucrarse en su causa (encuentre ejemplos de acciones en la página 16).

#### Ejemplos:

→ Página “What You Can Do!” (“Qué puedes hacer!”) en el Blog Free Kareem (Liberen a Kareem)  
[www.freekareem.org/what-you-can-do](http://www.freekareem.org/what-you-can-do)

→ Página “Activist Resources” (“Recursos para Activistas”) en el Blog Save Darfur (Salven a Darfur)  
<http://savedarfur.org/pages/activist-resources>

### Un e-mail de contacto

Miembros de prensa y seguidores potenciales necesitan poder entrar en contacto con usted, el autor del blog. Asegúrese de mostrar claramente un e-mail donde usted pueda ser contactado.

**Ejemplo:** YourCause@gmail.com

## Creando un Blog de Activismo

# 3.

### 1. Elegir un Objetivo

Es muy importante elegir el objetivo antes de iniciar su Blog de Activismo. ¿Solo quiere brindar información sobre su causa? ¿Desea impulsar un cambio político?

¿Tiene una propuesta de cambio específica en mente o simplemente busca una reforma generalizada? Su objetivo no será importante solo para definir su estrategia. También será importante en la motivación de sus voluntarios y la definición del éxito. (¿Cómo puede tener éxito alcanzando su objetivo sin tener un objetivo a alcanzar en primer lugar?) Teniendo un objetivo claro, como “dar a conocer X” u “oponerse a la ley X”, le será muy útil también en el próximo paso del proceso de creación de un Blog de Activismo: formación de un equipo. Diciendo: “Quiero crear un blog como centro de campaña para la liberación de Kareem de prisión, proveer información sobre su condición y sugerir formas en las que la gente puede ayudarlo” es un pedido mucho más poderoso que decir “Kareem está en prisión y pienso que debemos hacer algo”. Conociendo el objetivo que busca alcanzar desde el principio será un beneficio a lo largo de la vida de la campaña.

### 2. Formar un Equipo

Es posible que usted mismo cree un Blog de Activismo, pero para hacerlo exitoso necesitará una red de amigos y aliados.

Aquí hay una lista de tipos de personas que precisará para ayudarlo a generar un Blog de Activismo de primera. Piense en amigos y otras personas que conozca que puedan cubrir cada rol. Puede acceder a comunidades en línea como Global Voices, para encontrar gente que cubra estos roles. No se preocupe si no puede encontrar alguien para cubrir cada tarea. Solo trate de encontrar la mayor cantidad de hábiles colaboradores que pueda.

→ **Escritor(es):** La escritura de artículos frecuentes con las últimas noticias sobre su causa es su tarea más importante como bloguero de apoyo. Idealmente, debería escribir un nuevo artículo al menos día por medio (lo mejor es diariamente). Trate de encontrar co-autores para asistirlo en la escritura de contenido.

→ **Programador:** Dependiendo de cuán elaborado desea que sea su blog, podría necesitar alguien que sea capaz de editar el código. Seguramente necesitará alguien que entienda HTML, el cual se utiliza para cambiar el estilo de su blog (fuentes, colores de fondo, etc.) e inclusive pueda enseñarle a usted a hacerlo. Otros lenguajes de computación, como PHP y Javascript, son útiles para crear widgets<sup>3</sup> así como distintivos (badges) animados para blogs, pero estos códigos son más difíciles de aprender.

<sup>3</sup> Nota del traductor: **widget** es una pequeña aplicación o programa, usualmente presentado en archivos o ficheros pequeños que son ejecutados por un motor de widgets o Widget Engine. Entre sus objetivos están los de dar fácil acceso a funciones frecuentemente usadas y proveer de información visual. (fuente wikipedia, <http://es.wikipedia.org/wiki/Widget>).

### Ejemplos de Blog de Activismo



#### Free Fouad (Liberen a Fouad)

<<http://en.freefouad.com>>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Oposición al encarcelamiento ilegal del bloguero Saudi Fouad Alfarhan

**País:** Internacional

**Lengua:** Ingles, Árabe



#### SASOD Guyana

<<http://sasod.blogspot.com>>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Oposición a la discriminación por la orientación sexual en Guyana

**País:** Guyana

**Lengua:** Ingles

→ **Diseñador:** Si desea que su blog tenga un aspecto profesional, necesitará alguien bueno en diseño, o quizás esto sea algo que pueda resolver usted mismo. (A mi me gusta utilizar un programa gráfico gratis denominado GIMP para hacer carteles y distintivos).

→ **Networker:** (gestor de redes de contacto): Cuando promueva su campaña, es muy importante tener un gran número de buenos contactos. Necesitará alguien que conozca otros blogueros e (idealmente) tenga contacto con ONGs<sup>4</sup> y periodistas.

→ **Traductor:** Esta persona lo ayudará a traducir su blog. Como se mencionó en la sección introductoria, necesitará traducir alguna información básica al inglés si desea crear una campaña internacional. También necesitará traducir a otros lenguajes, dependiendo de su audiencia objetivo.

### 3. Build the Blog

La construcción del blog es el paso mas obvio en el blogueo de apoyo, pero frecuentemente toma el menor tiempo. De hecho, uno de los beneficios de utilizar Blogs de Activismo es la posibilidad de lanzar un sitio web completamente funcional en 24 horas o menos. Si no tiene las habilidades necesarias para construir el blog usted mismo, es una gran oportunidad para hacer uso del equipo que ha formado.

Aquí hay algo del contenido que usted debería incluir en el blog:

→ **Los Básicos:** Como se mencionó en la página 7, todo Blog de Activismo necesita:

- ⊙ **Información de Fondo** sobre su causa (qué, dónde, cuándo, quién, porqué y cómo)
- ⊙ **Actualizaciones frecuentes** sobre la causa
- ⊙ **Un objetivo** de cómo usted desea que esta injusticia sea resuelta (por ejemplo: Liberen a Kareem!)
- ⊙ **Una página “participa”** (acciones que la gente puede llevar a cabo por la causa)
- ⊙ **Una dirección de e-mail de contacto** de modo que los seguidores y miembros de los medios puedan entrar en contacto con usted.

→ **Imágenes:** Idealmente, cada post o publicación debería tener una imagen. Esto hace que su blog luzca más atrayente a los visitantes. Si está abogando por una persona, incluir fotos del individuo en el blog es importante para generar una carga emocional. El Flickr Zeitgeist es un distintivo (badge) animado que le permite presentar fotos desde su cuenta Flickr en la barra lateral de su blog. Idealmente, cada post debería tener una imagen.

<<http://flickr.com/fun/zeitgeist>>.

<sup>4</sup> Organizaciones No Gubernamentales

### Ejemplos de Blog de Activismo



#### **Don't Forget Burma** **(No Olviden Birmania)**

<<http://www.dontforgetburma.org>>

**Tipo:** Blog de Crisis

**Causa:** Ejercer presión para la liberación de prisión del bloguero egipcio Abdel-Monem Mahmoud

**País:** Internacional (Egipto, Túnez, Marruecos, USA, Siria)

**Lengua:** Inglés, Francés, Árabe



#### **Motic**

<<http://motic.blogspot.com>>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Documentar la censura en Internet en Marruecos

**País:** Marruecos

**Lengua:** Francés



→ **Video:** Si tiene un integrante del equipo que sepa realizar producciones de video, considere crear un video que explique su causa. Luego publíquelo en los sitios donde se comparten videos como [www.YouTube.com](http://www.YouTube.com) y [www.DailyMotion.com](http://www.DailyMotion.com) así alcanzará una exposición mayor y otros blogueros podrán embeber el video en sus propios blogs apoyando su causa. (Aquí hay algunos buenos ejemplos de videos de apoyo: [http://freemonem.cyberversion.org/video\\_multimedia](http://freemonem.cyberversion.org/video_multimedia)).

→ **Distintivos (badges):** Esta es otra tarea para su diseñador. Un distintivo o badge es un gráfico pequeño que otros blogueros pueden embeber en sus propios blogs para demostrar su apoyo a su campaña. Puede crear un distintivo para su campaña que sea simplemente una imagen o, si su diseñador tiene mayor habilidad, puede también crear distintivos animados. (Aquí hay un buen ejemplo de un badge animado de Liberen a Fouad: <http://www.alfarhan.org/archives/175>)

→ **Enlaces a Otras Acciones:** Si está trabajando en una causa famosa, seguramente habrá otros individuos y grupos también creando acciones y contenido en apoyo a la causa. Es muy importante entrar en contacto con el resto de la gente involucrada con su causa de modo de asegurarse de coordinar sus acciones y promoverse mutuamente. Si otro grupo crea una acción efectiva, promuévala en su blog y enlázelos en su barra lateral pidiéndole a ellos hacer lo mismo.

→ **Etiquetas (tags):** Las etiquetas son palabras clave que puede agregar a sus artículos para ayudar a la gente a encontrar el contenido. El sitio [www.technorati.com](http://www.technorati.com) es uno de los más populares motores de búsqueda de blogs y tiene su propio sistema de etiquetado. Embebiendo un segmento de código del sitio web Technorati en cada uno de sus artículos, luego la gente puede encontrar sus artículos en el sitio Technorati buscando a través de dichos términos.

## 4. Promueva su Blog

Tiene un equipo y ha creado un blog. ¡Felicitaciones! Ahora comienza el trabajo real. Necesita promover su causa para tratar de corregir la injusticia por la cual usted está peleando. Como cualquier otra campaña de apoyo, necesita determinar su blanco: la persona o grupo que tiene el poder para corregir la injusticia por la cual su blog está peleando. Luego precisa presionar esa persona o grupo con el fin de lograr su objetivo.

Por ejemplo, la injusticia por la que estaba peleando el blog Free Monem (Liberen a Monem) <http://freemonem.cyberversion.org> era el apresamiento ilegal del bloguero Abdel Monem Mahmoud. Su objetivo era que Monem sea liberado de prisión y su blanco era el gobierno Egipcio. Finalmente tuvieron éxito porque el gobierno Egipcio revisó su demanda y Monem fue liberado el 2 de Junio del 2007.

Como en el caso de Liberen a Monem, el blanco de muchas campañas de apoyo es el gobierno. Se busca que el blog influya directamente en el gobierno, pero no puede conseguirse solo enviando un e-mail al presidente y esperando que él lo escuche. Influenciar al gobierno es un poco más complicado que eso. Pero no se preocupe. Todo será explicado.

La gráfica en la página siguiente muestra cuatro caminos diferentes para influenciar al gobierno y explica las formas de trabajar y como usar estos métodos. Si usted encuentra que el gráfico luce un poco complejo, lea la explicación y le aclarará.

## Ejemplos de Blog de Activismo



**OurKingdom (Nuestro Reino)**  
<http://ourkingdom.opendemocracy.net>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Para abogar por una constitución democrática en el Reino Unido.

**País:** Reino Unido

**Lengua:** Ingles



**Free Monem (Liberen a Monem)**

<http://freemonem.cybversion.org>

**Tipo:** Blog de Crisis

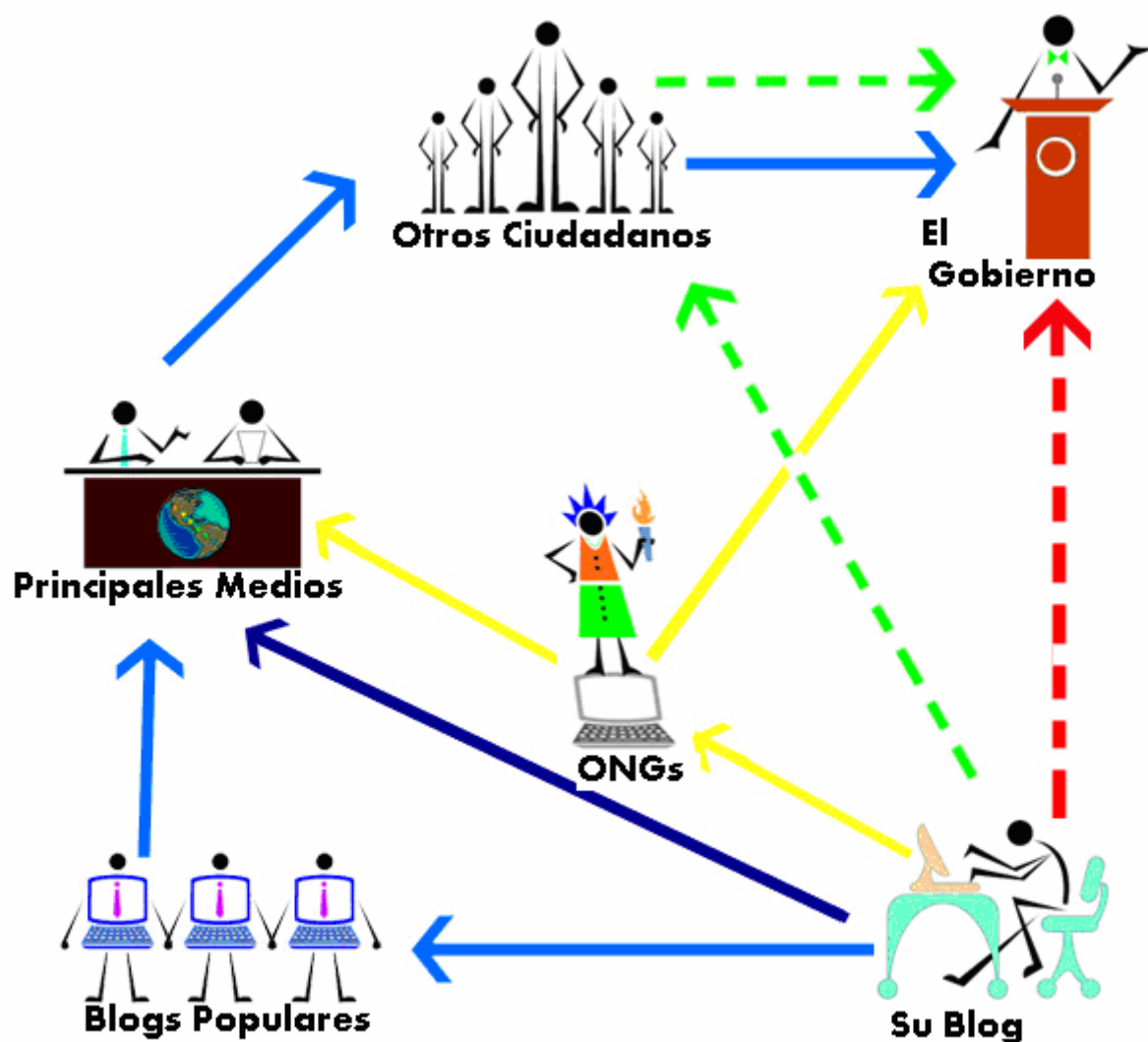
**Causa:** Ejercer presión para la liberación de prisión del bloguero egipcio Abdel-Monem Mahmoud

**País:** Internacional (Egipto, Túnez, Marruecos, USA, Siria)

**Lengua:** Inglés, Francés, Árabe

## Figura 1: Cómo su Blog Puede Influenciar al Gobierno

Esta gráfica muestra cinco vías para influenciar al gobierno



1. Contactar al **Gobierno**
2. Contactar **Otros Ciudadanos**
3. Contactar los **Principales Medios**
4. Contactar los **Blogueros Populares**
5. Contactar las **ONGs**

Discutiremos todos estos caminos y explicaremos los métodos de presión de gobierno que mejor resultan. También puede utilizar esta estrategia para ejercer presión sobre otros blancos poderosos, como corporaciones internacionales.

## 1. Contacte al Gobierno

Si usted es un activista político, su objetivo final es influenciar al gobierno, de modo que parecería que su mejor curso de acción sería contactar al gobierno directamente y exigir que ellos lo escuchen.

Desafortunadamente, esta estrategia es poco probable que funcione. Aún si usted es un bloguero famoso conocido por todos los funcionarios del gobierno, esto no garantiza que ellos lo escuchen. Intentar presionar en forma directa al gobierno pocas veces funciona porque el gobierno no tiene un incentivo para escucharlo a usted, un bloguero solitario (esta es la razón por la cual la **línea roja** en el diagrama está punteada y no sólida)

Si usted es una sola persona el gobierno puede sencillamente ignorarlo y no experimentar consecuencias negativas. Lo que necesita hacer es convencer al gobierno que es de sumo interés que lo escuchen. Para conseguir esto requerirá de otras personas para que lo ayuden a ejercer presión sobre el gobierno.

## 2. Contacte otros Ciudadanos

Ahora se ha dado cuenta que necesitará de otras personas que lo ayuden a presionar al gobierno. Esto significa que su objetivo es convencer otros ciudadanos del valor de su causa, de modo que ellos lo ayuden a ejercer presión sobre el gobierno **[línea verde]**.

Desgraciadamente, como puede ver de la gráfica en la página anterior, la línea verde es punteada en lugar de sólida, lo que significa que no es una opción efectiva para promover su causa. La razón de que esta sea una opción menos efectiva se debe a que la mayoría de las personas desconocen la existencia de su blog. Entonces, ¿cómo informará a todas esas personas sobre su blog y su campaña?

## 3. Contacte los Medios

La mayoría de las personas se informan a partir de los principales medios (TV, radio, periódicos, y revistas). Una estrategia para publicar su blog y su causa es hacérselo

saber a los principales medios de modo que ellos puedan informar a los ciudadanos **[línea azul oscura]**. Si los miembros de los medios creen que su causa es importante, podrán escribir un artículo sobre esto en un periódico o revista o mencionarlo en una emisión de noticias. Las personas que escuchen sobre su causa en los medios pueden luego ir al blog para acceder a información actualizada sobre su causa e informarse de como pueden involucrarse. Haciéndose partícipes, ellos lo ayudarán a presionar al gobierno.

Entonces, ¿con que medios debería contactar? En la decisión de a quien contactar



### FACT Thai

<<http://factthai.wordpress.com>>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Oposición a la censura en Internet en Tailandia.

**País:** Tailandia

**Lengua:** Ingles, Tailandés



### Free Keyboard (Liberen el teclado)

<<http://www.freekeyboard.net>>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Ayudar a la gente a navegar por la red libremente y publicando claves para evadir el filtrado y noticias sobre censura digital

**País:** Irán

**Lengua:** Farsi

podrá ser guiado por estas dos preguntas:<sup>5</sup>

## 1. ¿Quién desea que esté al tanto de sus noticias?

Si su tema es local, algo de lo que deba estar al tanto solo la gente de su localidad? Entonces debe contactarse únicamente con los periódicos, radios y TV locales. Si considera que su cuestión es digna de la atención internacional, entonces debería contactar agencias de noticias internacionales, como The Associated Press, Agence France-Presse, o Reuters. Muchos periódicos alrededor del mundo toman sus historias de estas agencias.

Sin embargo, debe tener en mente que la exposición y la facilidad de acceso son inversamente proporcionales. Los medios internacionales pueden dar a su causa mayor exposición pero es difícil ponerlos en conocimiento debido a que hay muchas historias compitiendo por su atención. Inversamente, es mas fácil acceder a periódicos o estaciones de TV locales pero el nivel de exposición que pueden proveer a su causa es también menor debido a que tienen solo alcance local.

## 2. ¿Quién tiene la libertad suficiente como para informar sobre su caso?

El segundo factor que debe tener en cuenta es qué medios tienen la libertad suficiente como para informar sobre su causa? Muchos países tienen medios que son estrictamente controlados por el gobierno. En ese caso, el medio local podría no informar sobre su historia, especialmente si critica al gobierno, y deberá pensar en alcanzar los medios internacionales.

Sin embargo, como en el primer escenario, la libertad y la facilidad de acceso también son inversamente proporcionales. Los medios internacionales generalmente son libres de distribuir una historial que critica al gobierno nacional de un país diferente, pero es difícil ser tenido en cuenta por los medios internacionales porque hay muchas historias compitiendo por su atención. Inversamente, es más fácil acceder a los periódicos y estaciones de TV locales pero ellos podrían no tener la libertad suficiente para publicar su noticia.



### World Bank President (Presidente del Banco Mundial)

<[www.worldbankpresident.org](http://www.worldbankpresident.org)>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Echar luz sobre la "cobertura temática, chismes internos, reacciones oficiales y actividad de la sociedad civil en el presidencia del Banco Mundial.

**País:** USA

**Lengua:** Inglés



### Save Darfur (Salven Darfur)

<<http://savedarfur.org/blog/>>

**Tipo:** Blog de Asunto

**Causa:** Recaudar fondos y poner en conocimiento sobre la crisis humanitaria en Darfur

**País:** USA

**Lengua:** Inglés



### Don't Block the Blog (No bloqueen el Blog)

<<http://help-pakistan.com/main/dont-block-the-blog/>>

**Tipo:** Blog de Crisis a Blog de Asunto

**Causa:** Oposición a la Censura en Internet en Paquistán

**País:** Paquistán

**Lengua:** Ingles

<sup>5</sup> Agradezco al periodista y bloguero Michael Anti por brindar este marco de referencia.

Una vez que ya ha tomado la decisión local versus internacional, ¿cómo encontrar a los periodistas a contactar con su noticia? Primero, dialogue con los miembros de su equipo y vea si alguno tiene contactos en los medios (este es en realidad un trabajo para el encargado de las redes de contacto (networker)). Luego escriba un comunicado de prensa y envíelo al contacto de los medios seleccionado. (Los comunicados de prensa también son extremadamente útiles para contactar ONGs.) Recuerde que si desea contactar la prensa internacional, podría necesitar escribir su comunicado de prensa en inglés, un trabajo para su traductor. Aquí está el formato de un comunicado de prensa<sup>6</sup> :

### [Título]

Para Distribución Inmediata

[Su Nombre, número de Teléfono Celular, E-mail]

### [Cuerpo del Comunicado de Prensa]

El primer párrafo del comunicado de prensa debe incluir el quién, qué, cuándo, dónde y cómo de su historia. Si un periodista lee solo el primer párrafo, deberá tener todo lo que necesita para proponer la historia al editor. Los siguientes dos o tres párrafos pueden incluir citas (suyas), detalles, e historias específicas, o una explicación de importancia.

Luego de enviar el comunicado de prensa, esté preparado para el periodista que lo llamará y le hará preguntas. Recuerde que los periodistas trabajan con plazos, de modo que si lo llama, devuélvale el llamado inmediatamente y esté preparado con una lista de puntos a tratar de modo de crear buenas citas. Cuando hable con reporteros deberá tener todos los hechos clave del caso a mano de manera de poder responder las preguntas rápidamente y en forma precisa. Si tiene la suficiente suerte de conseguir una mención de su causa en los medios, asegúrese de enlazarlo en su Blog de Activismo. Estar siendo mencionado en los medios brinda a su causa credibilidad, así que muéstrelo prominentemente en su sitio.

## 4. Contacte Blogueros Populares

Si no tiene contacto directo con los medios, puede usar otros, los blogs más populares para incrementar su visibilidad. En la mayoría de los países con blogósferas activas, los periodistas ponen el ojo en algunos blogs clave para tomar ideas de nuevas historias. Lo que necesita hacer es escribir a alguno de estos blogs populares solicitando escriban sobre su causa (**línea celeste**). Con algo de suerte, un reportero verá su historia en el blog popular y escribirá sobre ésta. (En algunos países, como China, los periodistas también revisan los foros en línea más populares, entonces trate de encontrar los recursos en línea más populares para los periodistas de su país).

## 5. Contacte una ONG

Hay otra manera importante de promover su causa e incrementar la presión al gobierno, y es contactando una ONG. (ONGs significa Organización No Gubernamental.) Las ONGs representan los intereses de grupos de ciudadanos. Algunas ONGs son apolíticas, como los grupos de la comunidad y grupos religiosos, pero muchas ONGs promueven causas. Seguramente habrá alguna ONG en el mundo que pueda estar interesada en ayudarlo a promover su causa.

<sup>6</sup> Agradezco a Zephyr Teachout por brindar la información de cómo escribir un comunicado de prensa (press release).

Las ONGs pueden ayudarlo de varias maneras. Muchas ONGs tiene conexiones cercanas con los principales medios, de modo que pueden ayudarlo a tener cobertura de prensa para su causa **(línea recta amarilla)**. Adicionalmente, algunas ONGs tienen conexiones con miembros del gobierno. Esto significa que pueden hacer lobby directamente con el gobierno a su favor **(línea curva amarilla)**. Esto puede ser inmensamente provechoso para su causa. También las ONGs tienen mucha experiencia en abogar, de modo que pueden darle muchos consejos útiles sobre como crear campañas exitosas.

Debería considerar tanto ONGs locales como internacionales para ver quien puede ayudarlo. Es una buena idea iniciar con las ONGs locales. Encontrar una ONG y una persona para contactar en ella es una tarea de su encargado de red de contactos (networker). Frecuentemente las ONGs locales tienen contacto con las ONGs internacionales, las cuales usualmente son efectivas para ejercer presión internacional sobre el gobierno de su país<sup>7</sup>.

En un ejemplo reciente de utilización de una ONG para promover una causa, el Blog Free Fouad (Liberen a Fouad) <<http://en.freefouad.com>>, el cual fue creado en oposición al apresamiento en Diciembre del 2007 del bloguero saudí Fouad Alfarhan, trabajó con una ONG llamada [Committee to Protect Journalists](#) (CPJ) (Comité para la Protección de Periodistas) para promover su causa.

Un bloguero involucrado en la campaña Free Fouad, [Sami Ben Gharbia](#), tenía un amigo en el CPJ y lo contactó para comentarle sobre el apresamiento de Fouad. Luego el CPJ utilizó su habilidad para hacer lobby con gobiernos extranjeros enviando una carta a King Abdullah de Arabia Saudita demandando la liberación de Fouad. El CPJ también utilizó sus conexiones con los media outlets y otras ONGs para promover el caso de Fouad.

La semana en que el CPJ envió su carta, muchos periódicos y redes de TV alrededor del mundo comenzaron a divulgar el caso de Fouad, incluyendo The New York Times, BBC, y CNN. Mientras se escribe esta guía, Gen Manssur al-Turki, vocero del Ministro del Interior, dijo que Fouad sería liberado pronto.

Trabajar con ONGs puede incrementar la influencia de su campaña dramáticamente.

---

<sup>7</sup> Para mayor información sobre campañas de apoyo internacional vea el libro “Activists Beyond Borders” (Activistas Sin Fronteras) (Cornell University Press, 1998) de Margaret Keck y Kathryn Sikkink.

# 4.

## Haga de su Blog un Centro de Acción

Aquí hay algunos consejos para hacer de su blog no solo un centro de información, sino también un centro para la acción.

### Usted es el Líder de una Comunidad

Tenga presente que usted es el líder y organizador de una comunidad y la gente que accede a su blog está interesada en el tema y quieren ayudarlo. Déles una misión clara para motivarlos, muéstreles como pueden encajar en dicha misión, y dígales lo que pueden hacer para ayudar.

→ Asegúrese que la gente de su comunidad parezca ser “influyente”<sup>9</sup>

Influientes son las personas que están cívica y políticamente activas, tienen muchos amigos y conocidos, son capaces de influenciar a sus amigos y convencerlos para participar de su campaña, y gustan de leer las últimas noticias. Si usted hace feliz a los influyentes y los usa efectivamente, su campaña prosperará.

### Conozca su Comunidad

→ Una vez que tiene una comunidad, necesita sacar lo mejor de los miembros de esa comunidad. Pregúnteles en que son expertos y pídale ayuda.

→ Pídale ideas sobre como mejorar la campaña y luego escuche seriamente sus sugerencias. La sección de comentarios de sus post son buenas para esto.

→ La próxima vez que considere una acción o una nueva característica, sería buena idea consultar a los miembros de la comunidad su opinión. Recuerde, si usted propone una acción y nadie toma parte en la misma, no tendrá éxito. (Puede crear una encuesta gratis [www.freepolls.com](http://www.freepolls.com) o [www.pollhost.com](http://www.pollhost.com) y embeberla en su blog)

→ Haga el seguimiento de la cantidad de accesos que tiene por día y desde que países acceden los visitantes. ClustrMaps <[www.clustrmaps.com](http://www.clustrmaps.com)> le permite mostrar esa información en forma visual.

### Elija una Acción

→ Ahora usted tiene una comunidad. Es el momento de darles una acción para tomar parte. El propósito de una acción es poner presión sobre su “blanco” – la persona que tiene el poder de corregir la injusticia contra la cual está luchando. Si la injusticia es política, su blanco podría ser un político. Si su causa es sobre malas acciones de corporaciones, su blanco podría ser una

corporación.

→ Frecuentemente no está claro quien tiene exactamente el poder de corregir la injusticia. Muchas jerarquías políticas no revelan quien es el responsable de una acción con el fin de evitar ser hallado responsable. Ante la duda, apunte alto. Si usted es un activista político, busque al Presidente o a un miembro de la legislatura nacional que represente el área donde ocurrió la injusticia. Si la injusticia fue cometida por una corporación, apunte al CEO.

→ Su página “participa” debe incluir varias acciones que las personas pueden realizar para apoyar su causa. Idealmente, las acciones deben contemplar diferentes niveles de compromiso de tiempo para atraer a diferentes tipos de seguidores.

Aquí hay una lista de acciones posibles para llevar a cabo en apoyo a su causa. Puede crear sus propias acciones

<sup>8</sup> Esta sección fue escrita en cooperación con Carol Darr, Directora de formación del Instituto de Políticas, Democracia y la Internet en la Universidad George Washington.

<sup>9</sup> “Poli-fluentials: The New Political Kingmakers”, disponible en [www.ipdi.org/Publications/default.aspx](http://www.ipdi.org/Publications/default.aspx)

también. Creando acciones nuevas y originales es el modo de mantener gente dedicada a su causa y capturar la atención de los medios y del blanco que está tratando de presionar.

→ **Firme una e-Petición:** Una e-petición en línea es uno de los tipos de acciones más rápidas y sencillas dado que un seguidor puede firmar una petición en unos pocos minutos.

- ⊙ Puede crear una petición gratuita en [www.thepetitionsite.com/create-online-petition](http://www.thepetitionsite.com/create-online-petition) o [www.ipetitions.com](http://www.ipetitions.com), luego cree un enlace a la petición desde su Blog de Activismo.
- ⊙ La organización internacional de activismo digital Avaaz <[www.avaaz.org](http://www.avaaz.org)> frecuentemente usa peticiones en sus apoyos. Puede acceder a su sitio web para ver algunos ejemplos de las frases que utilizan.
- ⊙ Una vez que considera que hay suficientes firmas en su petición, imprímala y preséntela a la persona que tiene como blanco de la petición.
- ⊙ Si cree que es seguro, podría aún crear un video suyo presentando la petición al blanco oficial (o tratar de hacerlo) y luego publique dicho video en su Blog de Activismo.

→ **Escriba a su Representante Político:** La firma de una petición es una forma para la gente de mostrar que apoyan su causa. Sin embargo, frecuentemente tiene mayor impacto si solicita a las personas que escriban una carta al blanco oficial, en lugar de solo firmar con su nombre en una petición.

- ⊙ Esta acción requiere mas tiempo, entonces será mas probable que logre el éxito si le solicita realizar esta acción a los Voluntarios Núcleo (ver sección siguiente).
- ⊙ Para una campaña de escritura de cartas, necesita publicar información en su sitio que ayude a la gente a identificar quien es el representante local. También debe proveer información de contacto de dónde pueden ser enviadas las cartas (idealmente, los seguidores deberían ser capaces de enviar sus cartas por correo electrónico, dado que es mas sencillo pedirles esto a que lo hagan vía correo).
- ⊙ En la escritura de cartas, es importante darle a las personas un formato de carta a personalizar o una lista de puntos principales a incluir en sus cartas para hacer el proceso de escritura de la carta más rápido y sencillo.
- ⊙ En general, las cartas originales basadas en listas de puntos principales son más efectivas que cuando todas las cartas de los partidarios son iguales. Esto se debe a que una carta original toma más tiempo para ser escrita y así es una muestra más efectiva de un mayor compromiso con la causa. Sin embargo, es más probable que los seguidores prefieran enviar un formato de carta dado que les toma menos tiempo. Es conveniente entonces darles la opción de enviar un formato de carta, pero con lista de puntos principales que pueden utilizar para personalizarla.
- ⊙ También puede realizar campañas “Telefonee a su Representante Político” si tiene acceso a los números telefónicos de los políticos. Si sus voluntarios saben como utilizar Skype, puede hasta realizar esta acción internacionalmente.

→ **Boicot al Producto X:** Si su blanco es una corporación, considere boicotear uno de sus productos. Puede anunciar el boicot al producto en su Blog de Activismo.

- ⊙ Una forma de promover el boicot es creando distintivos para blogs sentenciando “Yo boicoteo X” que otros blogueros que forman parte del boicot puedan publicar en sus blogs para mostrar su participación y promover el boicot hacia sus lectores.

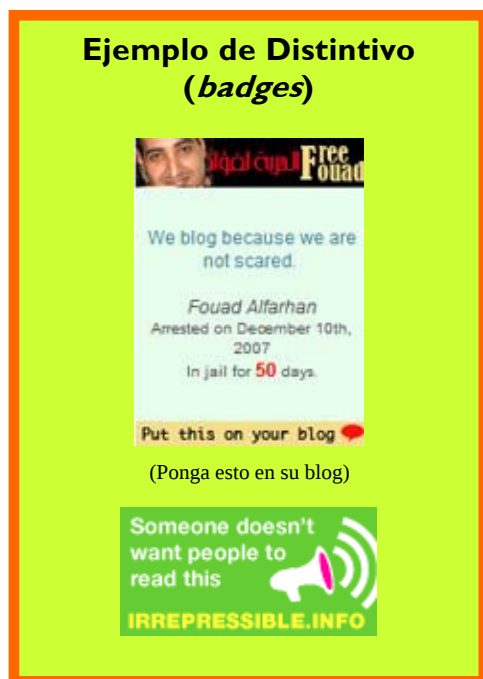
→ **Firme un Compromiso:** para animar a las personas comprometerse honorablemente con su campaña, frecuentemente es buena idea hacerlos firmar un pacto o contrato estableciendo que han asumido el compromiso.

- ⊙ El sitio web [www.PledgeBank.org](http://www.PledgeBank.org) tiene muchos compromisos que puede ver para buscar algunos ejemplos.
- ⊙ La firma de un compromiso sirve para dos propósitos:
  - Primero, es más probable que esa gente haga realmente honor a su compromiso, dado que han hecho una declaración formal del compromiso.
  - Segundo, usted puede recopilar los nombres de todas las personas que tomaron el compromiso (con su permiso, por supuesto) y realizar un listado para ser presentado al blanco de su acción, similar a cuando presenta una petición.

→ **Organice una Acción fuera de línea:** Los Blogs de Activismo son buenas formas de organizar acciones fuera de línea, como reuniones de protesta o teach-ins (eventos donde los miembros del público asisten para aprender sobre su causa).

- ⊙ Puede promover una acción fuera de línea publicándola en su blog y enviando la convocatoria a su lista de correos electrónicos.
- ⊙ La mayoría de las acciones fuera de línea son locales. Por ejemplo, los estudiantes de Chile en el 2006 utilizaron fotoblogs para promover la divulgación de las protestas masivas demandando una educación de mejor calidad.
- ⊙ También puede promover acciones internacionales fuera de línea, como ha hecho la campaña Free Kareem (Liberen a Kareem), organizando reuniones en las embajadas Egipcias alrededor del mundo para dar a conocer el apresamiento del bloguero egipcio Andel Kareem Nabil Suliman.

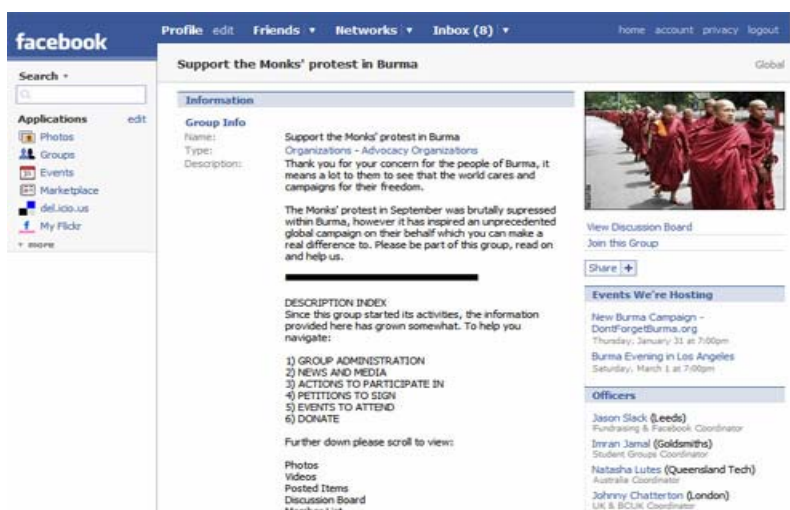
→ **Amplifique el Discurso Silenciado:** las acciones de “Amplificación” implican la diseminación del discurso que ha sido silenciado, siendo algún contenido removido de Internet o por apresamiento de un activista.



- ⊙ Hay algunas acciones que calzan especialmente bien para grupos particulares de voluntarios y causas particulares. Por ejemplo, la amplificación va mejor con los blogueros y es mejor usada en apoyo a casos de censura y apremios.
- ⊙ Una organización líder utilizando amplificación como técnica de activismo digital fue Amnesty Internacional (Amnistía Internacional), cuya campaña Irrepressible <<http://irrepressible.info>> pedía a los blogueros publicar badges en sus blogs con desplegables (scrolled) con citas de contenidos en línea que habían sido censurado.
- ⊙ Subsecuentemente, la campaña Free Monem (Liberen a Monem) creó un badge que desplegaba las citas del bloguero encarcelado Abdel Monem Mahmoud. La campaña Free Fouad (Liberen a Fouad) tiene un badge similar <[www.alfarhan.org/archives/175](http://www.alfarhan.org/archives/175)>..
- ⊙ El mensaje de la amplificación es claro: apresar un activista no silencia el discurso activista, lo amplifica.

→ **Haga una Muestra:** Ya he mencionado muestras en el contexto de otras acciones, pero me gustaría tratarlo con un poco mas de detalle. Una muestra es un signo visible que refleja su lealtad a una causa.

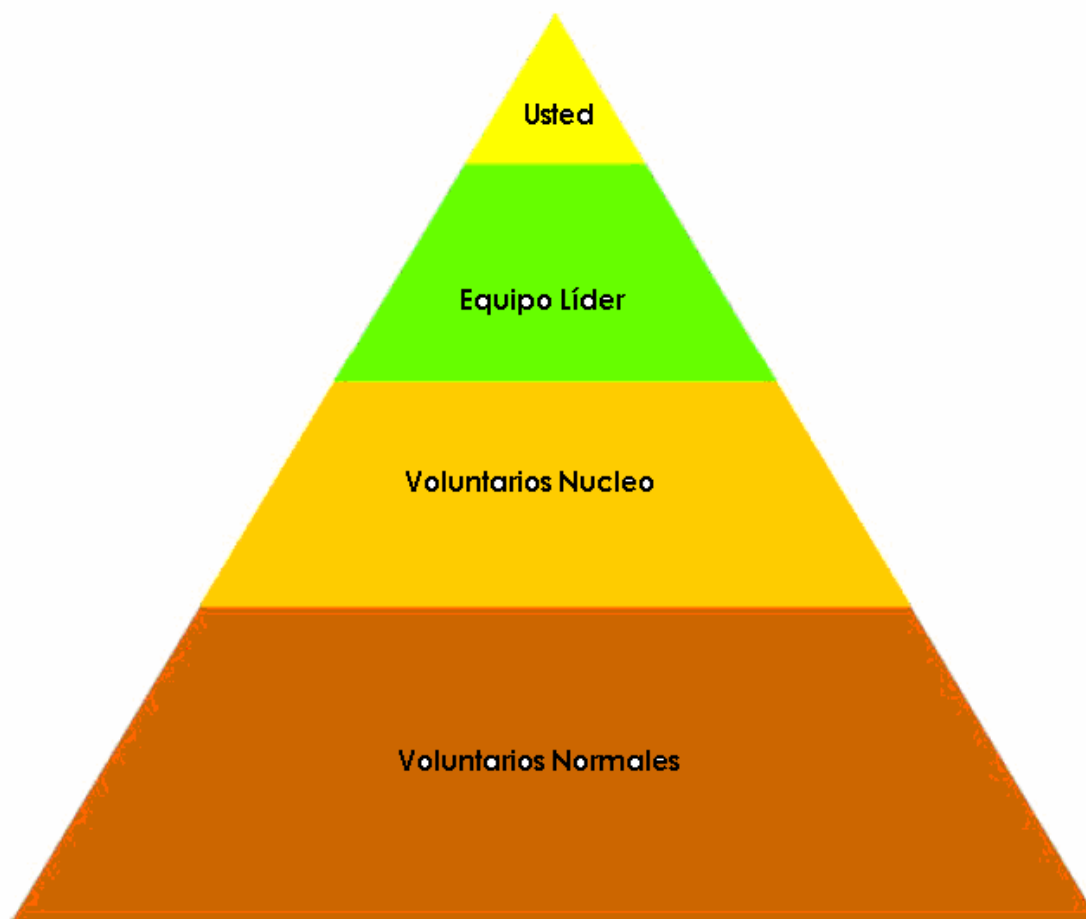
- Los badges en Blogs de Activismo como los discutidos en los dos ejemplos previos son ejemplos de muestras en línea.
- También puede utilizar un blog para organizar muestras fuera de línea, como solicitar a la gente vestir de rojo un día en particular. Esto es lo que hicieron los partidarios de las reuniones por la democracia Birmana del 2007. Usaron sitios web en línea, un grupo en Facebook, y blogs, pidiendo a la gente vestir de rojo el 21 de septiembre del 2007. Luego le pidieron a la gente que se fotografiara de rojo y subiera las imágenes al grupo Birmano de Facebook <<http://harvard.facebook.com/group.php?gid=24957770200>>.
- Traer las muestras fuera de línea es la clave. Una demostración fuera de línea solo será visto por un grupo de personas en una ubicación dada, pero si se fotografía o se filma la muestra y se publica en su Blog de Activismo, entonces muchas mas personas podrán verlo y enterarse de su causa.



## Movilice Su Comunidad: Hágalo FACIL

- Los miembros de su comunidad son los voluntarios que harán su acción exitosa.
- Como se habrá dado cuenta de los ejemplos dados en las secciones anteriores, su objetivo en la creación de acciones para su comunidad de voluntarios es “hacerlo fácil”
- Tenga en cuenta que los voluntarios tienen tiempo limitado y respete dicho tiempo realizando acciones tan sencillas y fáciles de explicar como sea posible. Cuanto más sencilla es una acción, mayor cantidad de gente tomará parte, y mayor será el éxito de la campaña.
- Piense su comunidad de voluntarios como una pirámide. La mayoría de las personas son voluntarios normales <rojo> y están dispuestos a brindar muy poco tiempo a la causa. Un número mucho menor de personas son voluntarios núcleo <naranja> y están dispuestos a dedicar una cantidad significativa de tiempo. Solo un puñado de personas <verde> serán los voluntarios que cubran los roles de líderes y lo ayudarán a llevar a cabo la campaña. Debe tener una estrategia para trabajar con los tres grupos.
- La clave es tener acciones en su página “participa” para cada nivel de compromiso. Así el seguidor podrá elegir la acción que mejor vaya con él.

**Figura 2: Su Comunidad de Voluntarios del Blog de Activismo**



- **Voluntarios Normales** La mayoría de los miembros de la comunidad son personas ocupadas. Diseñe una acción para proponerles lo mas breve posible. Esta es una de las razones por las cuales las e-peticiones son tan populares en estos días. Solo lleva 2 minutos firmarlas. Llamar o enviar un correo electrónico o un SMS a un político puede también ser rápido si usted brinda la información de contacto. Para blogueros, pedir que publiquen un badge promocionando su causa en su blog como una acción rápida y sencilla. Es el equivalente digital a pegar una calcomanía en un auto!
- **Voluntarios Núcleo** Para el número reducido de los voluntarios “núcleo” los que están realmente comprometidos, puede pedirles realizar acciones más complicadas, pero aplica la regla “hágalo fácil”. Si ellos están organizando un evento como una reunión, déles un kit o lista a chequear de cosas que necesitan hacer para facilitar la planificación del evento. Y siempre esté listo para brindar guía y apoyo personal. Recuerde, el trabajo de ellos es ayudar al éxito de su campaña.
- **Equipo Líder** El equipo líder está allí para ayudarlo con la estrategia y con las tareas del día a día necesarias para hacer su campaña efectiva. Si los escucha y consulta con ellos se beneficiará de su experticia. Si usted simplemente les ordena ellos simplemente dejarán de oírlo y la campaña sufrirá.

# 5.

## Manténgase a Salvo

El apoyo frecuentemente implica tomar posiciones no populares o controversiales y criticar gente poderosa, particularmente miembros de gobierno. Si piensa que el material en su Blog de Activismo puede traerle problemas, por favor considere 'bloguear' en forma anónima.

Escribir en blogs en forma anónima previene que lo que publique pueda tener impacto en su trabajo, su privacidad, y su seguridad. Hay varias maneras de mantener su anonimato cuando escribe en blogs.

1. No use información personal en el blog, como su nombre, empleo, escuela o ciudad donde vive.
2. Use un pseudónimo o no use ningún nombre.
3. Nunca publique una foto suya en su blog.
4. No utilice servicios de blog o correo electrónico pagos. La información de su cuenta de pago puede ser utilizada para encontrar su identidad.
5. Registre una cuenta de correo electrónico utilizando información falsa (no use su nombre real, dirección, etc.)
6. Utilice diferentes computadoras para publicar en su blog de modo que su blog no pueda ser vinculado con una única dirección IP (la serie de números única que identifica cada computadora en Internet). Identificando la computadora desde la cual se realizó la publicación es la única manera de identificarlo a usted.
7. Utilice un "servidor Proxy" para navegar en Internet (esto oculta su dirección IP)
8. Para conseguir la máxima seguridad, pídale a un amigo en un país libre que publique el blog por usted, enviándole la información que necesita a través de una cuenta de correo electrónico anónima (ver N°5)
9. Global Voice Advocacy recomienda que use el servidor Proxy Tor y la plataforma blog Wordpress.

Esta es solo una breve introducción a la seguridad en línea, para información más profunda e instrucciones detalladas sobre como utilizar las tecnologías mencionadas en la lista, por favor consulte las siguientes guías:

→ Título: "Anonymus Blogging With Wordpress and Tor" ("Blogueo Anónimo con Wordpress y Tor")

Publicado por: Global Voices Advocacy (2007)

Descarga: <http://advocacy.globalvoicesonline.org/tools/guide/>

→ Título: "Handbook for Bloggers and Cyber-Dissidents" ("Manual para Blogueros y Cyber-Disidentes")

Publicado por: Reporteros sin Fronteras (2005)

Descarga: [http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook\\_bloggers\\_cyberdissidents-GB.pdf](http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf)



## Fin

← Ahora salga y cambie el mundo! →