

8

REPORT
LIVE IT

*Comuníquelo
en vivo*

**utilice la
inteligencia
colectiva**

ESTA TÁCTICA ES ADECUADA
PARA CREAR O RECOPILAR
INFORMACIÓN, ELABORAR
INFORMES SOBRE ACTIVIDADES
PÚBLICAS, TALES COMO
ELECCIONES O PROTESTAS, Y
RESPONDER A LOS DESASTRES Y
LAS EPIDEMIAS

EJEMPLOS DEL VIDEO

● Informes de Campo sobre los Ataques Terroristas de 2008 en Mumbai

Por la ciudadanía de Mumbai

Mediante el uso de mensajes de texto y de fotografías tomadas con teléfonos celulares, las y los pobladores locales se organizaron por cuenta propia para buscar y compartir información que no estaba disponible en los medios de comunicación durante los ataques terroristas en Mumbai. Esta generación espontánea de informes identificó a personas fallecidas y heridas y también fue útil para coordinar la donación de sangre y otras iniciativas de ayuda.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS: Twitter, Flickr, MySpace, blogs y teléfonos celulares.

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

Fotografías: <http://bit.ly/TiYzh> (Flickr.com)

Mensajes en la página de Twitter:
<http://bit.ly/nOAiD> (Flickr.com)

● Recopilación de Informes de la Ciudadanía sobre la Violencia

Por Foko y la ciudadanía de Madagascar

Ciudadanos y ciudadanas de Madagascar enviaron mensajes de texto (SMS por sus siglas en inglés) a la organización Foko sobre la violencia de los militares y la policía durante las manifestaciones contra una toma de posesión del gobierno. Los informes se publicaron en un mapa en línea y un equipo de escritores y escritoras de blogs locales revisó los mensajes para cerciorarse de su exactitud. Debido a que los medios tradicionales de comunicación estaban en entredicho en ese momento, la página de Internet de Foko alertó a la ciudadanía sobre los puntos problemáticos y ofrecieron un panorama más amplio sobre la crisis que la generación tradicional de informes, mientras se cercioraban de que había una fuente independiente para informar acerca de los acontecimientos.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS: IntelliSMS, FrontlineSMS, Ushahidi, Twitter, teléfonos celulares y publicaciones en blogs.

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

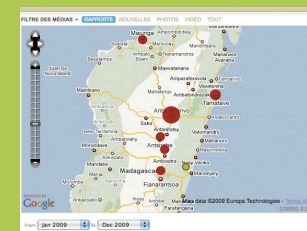
Página de Internet de Foko: <http://foko.ushahidi.com>

Entrevista con Foko:

<http://bit.ly/QZvVM> (globalvoicesonline.org)



TWITTER



FOKO

PLANIFIQUE SU ACCIÓN

- La generación de informes de la ciudadanía puede funcionar en muchas regiones a pesar de que habrán diferencias sobre la tecnología y la familiaridad de su comunidad con el uso de ciertas herramientas. Esta es una de las razones por las que Twitter es una herramienta eficaz en India: los usuarios y las usuarias de Twitter en este país pueden publicar actualizaciones mediante mensajes de texto en sus teléfonos celulares utilizando un código corto libre, servicio que no está disponible para todos los usuarios y las usuarias de Twitter en el ámbito mundial.
- Usted no tendría que crear una herramienta partiendo de cero. Ushahidi, que se utilizó para rastrear casos de violencia en Madagascar, se creó en un inicio para un proyecto similar en Kenia. El equipo de Foko no tuvo que crear un programa de cómputo personalizado, pero sí tuvo que adaptarlo a su campaña.
- Una forma de generar informes en vivo es recopilar informes espontáneos sobre algún acontecimiento actual, tal como sucedió con los ataques en Mumbai. Para que funcione este tipo de elaboración de informes, es importante contar con una red de escritores/ escritoras en blogs y ciudadanos/ciudadanas reporteros/reporteras listos para dar a conocer públicamente la información y responder a las actualizaciones de los reporteros y los reporteras en vivo.
- Otra forma de generar informes en vivo es mediante la coordinación anticipada de estos, tal como lo hizo la campaña en Madagascar. Este tipo de elaboración de informes requiere de un plan sólido de difusión para hacer partícipes a las posibles ciudadanas y ciudadanos reporteros. Se pueden utilizar los medios tradicionales de comunicación para concientizar acerca de la iniciativa.
- Hay un creciente poder dentro de la generación de informes comunitarios. Durante los últimos 10 años, ha cambiado considerablemente la forma en que se elaboran las noticias. No solamente hay comunidades que están elaborando las noticias por cuenta propia, sino que los medios tradicionales de comunicación, desde la radio hasta la televisión, también están incluyendo la generación de informes de la ciudadanía.

utilice la inteligencia colectiva: p2



UNSUNG PEACE HEROES

CASO DE ESTUDIO

TÍTULO: Unsung Peace Heroes [Héroes de la paz olvidados]
QUIÉN: Organización Butterfly Works [Obras de la Mariposa] y Fundación "Media Focus on Africa" [Atención de los Medios de Comunicación en África]

DÓNDE: Kenia

PÁGINA DE INTERNET: <http://peaceheroes.ushahidi.com>

DESCRIPCIÓN

El proyecto titulado "Unsung Peace Heroes" honró a quienes trabajaron por la paz después de la violencia que estalló a partir de las elecciones de Kenia en diciembre de 2007. Los keniatas podían postular a personas y organizaciones a través de mensajes de texto y correo electrónico, al igual que mediante los formularios impresos que estaban disponibles en actividades a favor de la paz. Los grupos "Butterfly Works" y "Media Focus on Africa" se encargaron de recoger las postulaciones. Mediante el trabajo conjunto con una escuela local de diseño llamada Nairobi's fue posible traducir y verificar las postulaciones, al igual que añadirlas a un mapa, a través del uso de la herramienta para la generación de informes comunitarios denominada Ushahidi. Además de las actividades de difusión en línea, este proyecto envió anuncios a los periódicos, las estaciones de radio y televisión, y también los y las estudiantes de la escuela Nairobi's distribuyeron volantes. En 2009, se dio un reconocimiento en televisión a las y los ocho héroes de la paz que resultaron ganadoras y ganadores y estos utilizaron el dinero de sus premios para ofrecer apoyo a sus respectivas comunidades y a diversos proyectos relativos a la paz. Uno de los ganadores, Joel, ocultó en su recinto a 18 personas durante dos semanas para protegerlas de la violencia. Joel dijo lo siguiente: "Recibí las felicitaciones por teléfono y mensajes de texto de diversas comunidades, tanto cercanas como lejanas. Como

familia, decidimos hacer una fiesta e invitar a estas personas, a las de mi comunidad, a un concejal local y a la administración para celebrar. La necesidad de contar con una iniciativa de paz surgió durante la fiesta y me encomendaron que inscribiera a un grupo de paz y que reclutara a sus miembros para abordar la violencia". Por su parte, Marten Schoonman, de la Fundación "Media Focus on Africa" explicó que "el objetivo era difundir un mensaje de esperanza y centrarse en las cosas buenas durante estos tiempos de aflicción. Falta mucho para que resuelvan los conflictos, aun hoy en día. De forma similar al efecto mariposa, una iniciativa relativamente pequeña como ésta tiene el potencial de originar efectos y beneficios inesperados".

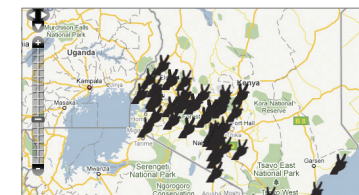
HERRAMIENTAS UTILIZADAS: Ushahidi, teléfonos celulares, Facebook y una página de Internet.

ALCANCE: Nacional. Se recibieron más de 500 postulaciones en un mes. El máximo fue de 80 nominaciones al día después que la iniciativa recibiera cobertura por parte de la prensa keniana.

COSTO: US\$18,000 (el servicio de mensajes cortos SMS, por sus siglas en inglés costó US\$3,000. El resto del dinero se utilizó en publicidad y en premios para los y las participantes).

RECURSOS: Personal local, voluntarios y voluntarias y organizaciones asociadas para dar a conocer la campaña y diseñar la página en Facebook. Un jurado local experto y equilibrado.

TIEMPO: Un mes para recolectar las postulaciones. Tres meses después se entregaron los premios y los reconocimientos a las y los héroes de la paz durante una ceremonia.



NIVEL DE DIFICULTAD: 3 de 5.

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

Proyecto sobre los héroes:

<http://bit.ly/3T67Xo>

(mediafocusafrica.org)

Artículo:

<http://bit.ly/7UdtG> (butterflyworks.org)

HÁGALO USTED MISMO(A)

Pregúntese

- ¿De qué forma obtendrán información mutua los reporteros y las reporteras de campo? ¿Centrará usted su atención en los teléfonos celulares y en Internet como medios para obtener y compartir información?
- ¿Tratará de coordinar la generación espontánea de informes o elaborará de antemano un plan con la ciudadanía periodista?
- ¿Hay alguna herramienta que ya esté lista y que usted pueda utilizar para recopilar informes, o necesitará elaborar algo por su propia cuenta?
- ¿Cuál es su plan para las actividades de difusión y medios de comunicación? Las campañas para la elaboración de informes en vivo tienden a captar la atención de la prensa por la tecnología que utilizan y por los asuntos que abordan. ¿De qué manera se encargará de esta atención de los medios de comunicación y del aumento de informes que ello podría originar?
- Para que la elaboración de informes en vivo genere un fuerte impacto, esta actividad debe estar relacionada con un tema actual, novedoso u oportuno. ¿Cuál es el acontecimiento adecuado y oportuno que usted puede utilizar para involucrar a su público?
- Analice el uso adecuado de las herramientas para la elaboración de informes en vivo. ¿En qué contexto funciona mejor una herramienta como Ushahidi? ¿Qué limitaciones presenta para los propósitos de su campaña?
- ¿De qué forma puede evitar el problema de que algunos de estos sistemas funcionan únicamente cuando hay mucha gente que participa?

utilice la inteligencia colectiva: p4

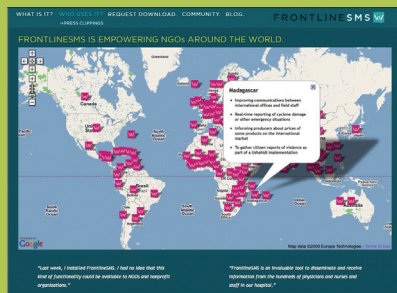
Hay diferentes formas en las que puede hacer esto

- 1 Usted puede utilizar los teléfonos celulares como herramienta para la generación de informes y atraer la atención colectiva hacia un asunto o tema en particular. Solicite a la gente que responda preguntas relacionadas con su campaña mediante el envío de mensajes de texto o fotografías por teléfonos celulares. Usted puede compartir estos informes en un sitio de Internet o en una página que se pueda acceder a través de un teléfono celular.
- 2 La generación de informes en vivo puede mantener seguros a los y las activistas durante una protesta o una acción. Dos herramientas que ha utilizado la gente para lograr esto son Twitter y un programa de videos en teléfonos celulares denominado Qik.com, mediante el cual los y las activistas pueden compartir actualizaciones en video y textos sobre a quién han arrestado y atraer la atención hacia esta noticia por parte de personas en todo el mundo que apoyan la acción.
- 3 Si los medios masivos de comunicación no están prestando atención o si su campaña enfrenta problemas de censura, los defensores y las defensoras pueden utilizar herramientas como Twitter o Ushahidi para informar acerca de las acciones directas. Se pueden utilizar estos informes para maximizar la atención de los medios internacionales de comunicación.
- 4 Si tiene una conexión rápida para Internet, usted puede utilizar videos en vivo para transmitir la actividad de una campaña en Internet mediante una computadora, una cámara de video (que podría ya estar incorporada en su computadora) y un programa de videos en vivo, tales como Ustream.tv o Livestream.com.
- 5 Usted puede proteger la información para que no la confisquen al compartirla mediante una red de partidarios y partidarias confiables. Si la gente ha captado acontecimientos en fotografías o videos, los pueden compartir con otros y otras que no estén en la zona de riesgo mediante de la transferencia de archivos de teléfono a teléfono, o por correo electrónico, y después borrar estos archivos de sus teléfonos.

HERRAMIENTA DESTACADA

La generación de informes en vivo y la gestión de sus contactos

FrontlineSMS (<http://www.frontlinesms.org>) permite que una gran cantidad de personas se comuniquen sin necesidad de una conexión de Internet. Los y las activistas pueden utilizar FrontlineSMS para enviar mensajes desde sus computadoras portátiles mediante las redes de telefonía celular, los cuales se reciben como mensajes de texto. Se puede utilizar para comunicaciones de una y de doble vía. Activistas han utilizado FrontlineSMS para monitorear asuntos relativos a los derechos humanos, organizar protestas, conducir encuestas públicas y enviar alertas de emergencia. Una comunidad activa en línea ofrece varios tipos de apoyo para los usuarios y las usuarias que utilizan la herramienta por primera vez.



utilice la inteligencia colectiva: p5

CONSEJOS

KEN BANKS, DE FRONTLINESMS, HABLA SOBRE LA COLABORACIÓN:

"Mediante el uso de tecnologías, usted puede combinar la voz colectiva de la gente. Usted puede agregar información a los informes elaborados en vivo con las noticias que se reciban de los medios tradicionales. Al reunir todo esto, usted obtiene un panorama mucho más general de lo que está sucediendo en el lugar de la acción".

DINA MEHTA, INVESTIGADORA DE TECNOLOGÍAS, HABLA SOBRE EL PODER DE LA COMUNIDAD:

"Tenemos comunidades que hemos desarrollado con el tiempo en diversos espacios de Internet -blogs, Facebook y Twitter. Estas herramientas nos permiten establecer redes con todas las comunidades en línea para funcionar como centros de todas las personas conectadas a las redes. Cuando algo sucede y usted debe responder, se logra la movilización espontánea de una comunidad que ya existe en línea, a través de múltiples nodos y centros que usted ya ha creado y que permiten dejar su huella en Internet".

SAMI GHARBA, DE GLOBAL VOICES [VOCES GLOBALES], HABLA ACERCA DE INFORMES EN VIVO SOBRE LOS ARRESTOS:

"Los y las activistas están utilizando Twitter para alertar a compañeros/compañeras escritores/ escritoras de blogs y activistas sobre los casos de arrestos de algunos de estos usuarios y usuarias. Hemos visto el caso de un periodista de los Estados Unidos que el 6 de abril estaba presenciando una manifestación en la ciudad de Mahala en Egipto durante una huelga. Cuando fue arrestado, él simplemente envió un mensaje a Twitter con el texto "arrestado" y esto alertó a sus amigos y amigas, familiares y hasta a la embajada de los Estados Unidos para que intervinieran en su liberación de la cárcel".