

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

TRABAJO DE TITULACIÓN

CIBERACTIVISMO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN Y ACCIÓN
COLECTIVA EN JÓVENES DE 16 A 30 AÑOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PERÍODO OCTUBRE 2019 – FEBRERO 2020.

Autor/a: Wilmar Moisés Urquizo Sosa

Tutor/a: Msc. María Belén Ávalos

Riobamba – Ecuador

Año: 2020

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación Social

- **DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Tutora: MsC. María Belén Ávalos **Cédula:** 0604267518

Miembro tribunal: MsC. Carlos Larrea **Cédula:** 0602156721

Miembro tribunal: MsC. Guillermo Zambrano **Cédula:** 0601989882

- **DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**

Apellidos: URQUIZO SOSA

Nombres: WILMAR MOISÉS

C.I / Pasaporte: 0604958595

Título del Proyecto de Investigación: CIBERACTIVISMO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA EN JÓVENES DE 16 A 30 AÑOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERÍODO OCTUBRE 2019 – FEBRERO 2020.

Dominio Científico: “DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA”.

Línea de Investigación: Comunicación y cultura

- **CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN**

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Título	Sí	
Resumen	Sí	
Introducción	Sí	
Objetivos: general y específicos	Sí	
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Sí	
Metodología	Sí	

Resultados y discusión	Sí	
Conclusiones y recomendaciones	Sí	
Referencias bibliográficas	Sí	
Apéndice y anexos	Sí	

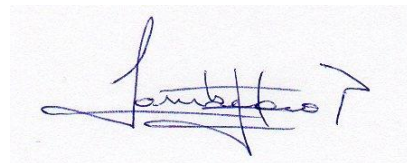
Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (x)** / NO() es favorable el dictamen del Proyecto escrito de Investigación, obteniendo una calificación de 10 sobre 10 puntos.



MsC. María Belén Ávalos
TUTOR



MsC. Carlos Larrea
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



MsC. Guillermo Zambrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

INFORME DEL TUTOR

Yo María Belén Ávalos Torres, en mi calidad de tutora del Proyecto de Investigación titulado: **“CIBERACTIVISMO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA EN JÓVENES DE 16 A 30 AÑOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERÍODO OCTUBRE 2019 – FEBRERO 2020.”**; luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por el señor Wilmar Moisés Urquiza Sosa, tengo a bien informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, julio 2020.

Atentamente,



Msc. María Belén Ávalos

TUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo Wilmar Moisés Urquizo Sosa, con cédula de identidad número 060495859-5, soy responsable de las ideas, doctrinas resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación titulado: **“CIBERACTIVISMO COMO MECANISMO DE COMUNICACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA EN JÓVENES DE 16 A 30 AÑOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERÍODO OCTUBRE 2019 – FEBRERO 2020.”**, y los derechos de autor pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

Riobamba, julio 2020.

Atentamente,



Wilmar Moisés Urquizo Sosa

C.I. 060495859-5

DEDICATORIA

<<Sed fugit interea fugit irreparabile tempus>>

Virgilio en su obra *Georgicae*, III, 284

Pero huye entre tanto, huye irreparablemente el tiempo. Esta expresión es acertada cuando pienso en los años transcurridos en las aulas de nuestra querida alma máter, francamente tan escasos para absorber todo el conocimiento impartido por los docentes, sin embargo, cuan provechosas fueron las clases, hoy parecen tan distantes los recuerdos, el primer día de clases, los sueños y expectativas de iniciar un gran camino, el pasaje directo hacia el conocimiento.

Quiero dedicar esta investigación a la gente que lucha por hacer de este lugar un mundo mejor, a esos voluntarios y voluntarias de las organizaciones sociales que gastan su tiempo para defender y exigir los derechos de todos. Y fundamentalmente dedicarles este esfuerzo y trabajo a los artífices de mi existencia, mis padres, quienes sin duda han apoyado cada paso de mi vida.

Moisés Urquiza

AGRADECIMIENTO

Todo mi amor y respetos a Wilmar Urquizo y Mayrita Sosa mis padres, que son el pilar fundamental en mi vida, han sabido educarme con valores para que llegue muy lejos, gracias por estar junto a mí y heredarme lo más preciado en este mundo, el deseo de conocimiento y la pasión por buscar la verdad.

A mis amigos y futuros colegas, con quienes compartimos las aulas, les agradezco por acompañarme en este proceso, estoy seguro que triunfarán porque son los mejores en lo que hacen. Debo agradecer a mi estimado amigo Javier, con quien de igual manera hemos compartido conocimiento y unos cuantos consejos de vida, le auguro muchos éxitos en su vida profesional y personal.

También reconozco la ayuda de mis profesores durante la carrera, sus enseñanzas realmente quedaron grabadas en mi memoria y los recordaré con cariño por el resto de mi vida.

Como docente y tutora en el desarrollo de esta investigación, le doy las gracias a, Msc. María Belén Ávalos, por su paciencia y acompañamiento constante durante el proceso de titulación.

Moisés Urquizo

INDICE GENERAL

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN	2
INFORME DEL TUTOR	4
DERECHOS DE AUTOR.....	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
INDICE GENERAL	8
LISTA DE TABLAS	10
LISTA DE GRÁFICOS	11
RESUMEN	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I.....	15
1. MARCO REFERENCIAL.....	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	16
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
CAPÍTULO II.....	17
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 ESTADO DEL ARTE	17
2.2 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE SHANNON Y WEAVER.....	18
2.3 DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LA WORLD WIDE WEB	22
2.3.1 Web 1.0.....	23
2.3.2 Web 2.0.....	23
2.3.3 Web 3.0 y 4.0.....	24
2.3.4 Web 4.0.....	24
2.4 ACCIÓN COLECTIVA Y MOVIMIENTOS SOCIALES.....	26
2.4.1 Acción Colectiva.....	26
2.4.2 Movimientos Sociales.....	29
2.5 CIBERACTIVISMO Y PARTICIPACIÓN SOCIAL.....	33
2.5.1 Participación Social y Participación en Redes	35
2.6 CIBERACTIVISMO EN RIOBAMBA.....	37
2.6.1 Contexto.....	37
2.7 ETNOGRAFÍA VIRTUAL.....	38
2.8 VARIABLES.....	39
2.9 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	39
CAPÍTULO III.....	42
3. MARCO METODOLÓGICO	42
3.1 METODOLOGÍA	42
3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	42

3.4	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	44
3.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	44
CAPÍTULO IV		45
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1	MATRIZ DE ENTREVISTADOS Y SU NIVEL DE ACCIÓN.....	45
4.1.2	<i>Matriz de las Entrevistas a los representantes de los colectivos y organizaciones sociales...</i>	46
4.1.3	<i>Matriz de entrevista al especialista</i>	49
4.2	MANUAL DE CODIFICACIÓN PARA LA EINO GRAFÍA VIRTUAL DE LOS COLECTIVOS	50
4.2.1	<i>Análisis e Interpretación de los datos de las publicaciones.....</i>	54
4.3	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	65
4.3.1	<i>Presencia en Facebook.....</i>	66
4.3.2	<i>Análisis - Realidad Social.....</i>	66
4.3.3	<i>Análisis generacional.....</i>	67
CAPÍTULO V		69
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
5.1	CONCLUSIONES	69
5.2	RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		71
ANEXOS		74
	ANEXO N°1 ARTÍCULO ENVIADO A LA REVISTA	74
	ANEXO N°2 CORREO DE ACEPTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO	75
	ANEXO N°3 MODELO DE LA ENTREVISTA	76
	ANEXO 4. ENTREVISTA AL ESPECIALISTA	77
	ANEXO 5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS.....	78

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Variable Dependiente e Independiente.....	37
Tabla 2. Nivel de acción.....	42
Tabla 3. Entrevistas a los colectivos y organizaciones.....	43
Tabla 4. Entrevista al especialista.....	46
Tabla 5. Análisis de la Etnografía Virtual.....	51

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelo matemático de la comunicación.....	16
Gráfico 2. Evolución de la Web.....	19
Gráfico 3. Momento del día.....	52
Gráfico 4. Intención.....	52
Gráfico 5. Recursos.....	53
Gráfico 6. Tipo de Fuente.....	54
Gráfico 7. Momento del día.....	54
Gráfico 8. Intención.....	55
Gráfico 9. Recursos.....	56
Gráfico 10. Tipo de Fuente.....	56
Gráfico 11. Momento del día.....	57
Gráfico 12. Intención.....	58
Gráfico 13. Recursos.....	58
Gráfico 14. Tipo de Fuente.....	59
Gráfico 15. Momento del día.....	59
Gráfico 16. Intención.....	60
Gráfico 17. Recursos.....	60
Gráfico 18. Tipo de Fuente.....	61
Gráfico 19. Momento del día.....	61
Gráfico 20. Intención.....	62
Gráfico 21. Recursos.....	62
Gráfico 22. Tipo de Fuente.....	63

RESUMEN

La base fundamental de la interacción humana radica en el proceso comunicativo, es decir, para que las personas puedan organizarse dentro de una sociedad necesitan básicamente comunicarse entre sí. En la actualidad Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) han transformado dicho paradigma llevándolo hacia otro escenario más complejo, un mundo virtual en el que la comunicación se ha polarizado para convertirse en la gran red global, desde allí los líderes de los movimientos tienen la posibilidad de convencer con su discurso a un gran número de personas conectadas.

Lo complicado reside en las diferencias que existen entre los usuarios de la red, existe de este modo una segmentación que van desde pensamientos hasta cuestiones más simples como gustos y pasatiempos, por ello, los movimientos sociales que realizan activismo virtual responderán a un cierto grupo de personas a las que les llama la atención dichas organizaciones y sus objetivos, ahí que terminarán adhiriéndose de acuerdo a sus preferencias.

En los siguientes apartados se detallan varios conceptos de comunicación que son de suma importancia para la investigación del Ciberactivismo, partiendo de la teoría matemática de la comunicación, la cual es considerada un modelo de estudio para varias disciplinas. Ahora bien, en la presente investigación se incluye esta teoría, porque es la base del proceso de la comunicación y desde ella se pueden entender cómo se va desarrollando en los escenarios dispuestos por el ciberespacio.

La idea fundamental de este primer capítulo es adentrarnos en el tema del mundo digital y Las TIC's como herramientas para la construcción de la acción colectiva, para ello es indispensable empezar por conocer varias nociones importantes dentro del sistema comunicativo. A partir de estos conceptos podremos delimitar el eje fundamental del estudio de la etnografía virtual que se realizará en la metodología de esta investigación.

Palabras Clave: ciberactivismo, acción colectiva, movimientos sociales, mecanismos de comunicación, nuevas tecnologías.

ABSTRACT

The fundamental basis of human interaction lies in the communicative process; in order for people to organize in a society, it will be of the utmost necessity to communicate with each other. Currently, Information and Communication Technologies (ICTs) have transformed the paradigm, taking it towards another more complex scenario, a virtual world in which communication has been polarized, turning it into a sizable global network; from there, leaders can persuade through speeches to a critical number of people connected. The complexity of the subject lies in the differences that exist among the users of the web, evidencing in this manner a segmentation, which goes from complex thoughts to the most simple questions such as amusements and hobbies; therefore, social movements which carry out virtual activism shall answer to a particular group of people who are attracted to such organizations and their objectives, there they will end up adhering on accordance to their preferences. In the following sections, various communication concepts that are of paramount importance for Cyberactivism will be detailed, starting with the mathematical theory of communication, which is considered as a study model for various disciplines. Consequently, in the present research, that theory is included since it is the basis of the communication process, and from it, one can understand how the scenarios disposed of by the cyberspace are developing. The fundamental idea of this first chapter is to deepen in the question of the digital world and the ICTs as tools for collective action construction; in order to achieve that goal is indispensable to begin by knowing various essential notions in the communicative system. From those concepts, one can establish the fundamental axis of the virtual ethnography study that will be done in the methodology of this research.

Keywords: Cyberactivism, collective action, social movements, communication mechanisms, new technologies.



Reviewed by: Romero, Hugo

Language Skills Teacher

INTRODUCCIÓN

El impacto que tienen las herramientas tecnológicas en la sociedad es realmente palpable, especialmente entre los jóvenes, los cuales participan activamente en redes sociales de forma habitual, lo hacen principalmente para comunicarse, para aprender y entretenerse, aristas propias de los grandes medios de masas. Sin embargo, existe una característica nueva en contraposición a lo tradicional y es que, la razón fundamental que tienen los jóvenes para adentrarse al mundo virtual de las redes, es participar de su realidad social, política y cultural, tener esa capacidad de debatir de varios temas desde la comodidad de su hogar, detrás de una computadora. Desde esta perspectiva es importante conocer e identificar, cuál es la tendencia que se maneja desde los grupos y como los jóvenes riobambeños se organizan actualmente desde las diversas plataformas digitales para hacerse oír y luchar por una causa en común.

El ciberactivismo puede contemplarse como una revolución de lo que conocíamos hasta hoy, frente a la caída de un sistema político que es particularmente tradicional.

Las intrusiones que transgreden el canon actual que se atribuye a las movilizaciones, han aparecido para desmoronar la ventaja de la representación de la realidad, contienda, desde la Tecno política, el poder de las narrativas dominantes que invalidan la posibilidad de tener representantes desde los mismos ciudadanos y, lo que es más grave: desde un sistema multilateral, exigen a los medios incluir temas e informaciones que circulan a partir de la red a la calle, un beneficio no menor (Reguillo, 2017, pág. 123).

Los intereses de los ciudadanos cambian constantemente, así también la inclinación y apoyo a las causas; por lo tanto, es menor el número de personas (jóvenes) que salen a las calles a protestar con relación a décadas pasadas, hoy la movilización física “in situ” (calle) se trasladó a las redes sociales digitales, donde se ha visto un sinnúmero de opiniones bien fundamentadas. Esta plataforma es popular entre los jóvenes gracias a la inmediatez y a esa capacidad de viralizar los temas que los medios convencionales como la prensa, radio y televisión han evadido.

El presente tema tiene como finalidad visibilizar el valor de las plataformas digitales en la participación de las juventudes riobambeñas en torno a una causa. La investigación consta de cinco capítulos, en el cuerpo se especifica; los objetivos de la investigación, los detalles históricos, la metodología y los resultados obtenidos en base al estudio realizado a los colectivos y organizaciones sociales.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La importancia de este tema radica en las posibilidades de análisis del Ciberactivismo como mecanismo de participación y organización en jóvenes de 16 a 30 años en la ciudad de Riobamba. Mediante el estudio del Ciberactivismo y el desarrollo de la Acción Colectiva, así como la indagación en las organizaciones y el análisis de contenido web, permitirá aclarar las formas y estructuras sociales que aplican los jóvenes para movilizarse a favor de una causa, como también la repercusión en el sistema, fruto de sus opiniones en los contenidos de coyuntura social.

La utilidad de este documento posibilitará el estudio de temas en el escenario de la sociedad virtual, el comportamiento de la juventud en la web y la utilización de herramientas y estrategias que permiten el activismo en las redes sociales, también permitirá la reflexión de los investigadores en torno a las nuevas lógicas de consumo web.

Este trabajo pretende responder y aportar información a la ciudadanía riobambeña con relación a la siguiente pregunta: ¿De qué manera el ciberactivismo contribuye como soporte de la comunicación y acción colectiva en los jóvenes de 16 a 30 años en la ciudad de Riobamba? La pregunta de investigación planteada busca la relación entre las siguientes variables: 1) El uso táctico y estratégico de las herramientas digitales como soportes de comunicación. Y, 2) Las formas de organización y el impacto en el desenvolvimiento social de los jóvenes como acción colectiva.

Los antecedentes descritos en los siguientes párrafos y el estudio sobre la literatura en torno al ciberactivismo y la acción colectiva, sustentan el planteamiento del problema de esta investigación.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Identificar las tendencias del ciberactivismo como nueva forma de participación y acción colectiva en los jóvenes entre 16 a 30 años en la ciudad de Riobamba.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la participación social de los jóvenes a través de la etnografía virtual como nueva metodología de investigación online.
- Evaluar los resultados obtenidos a partir de la investigación etnográfica de la participación de los jóvenes en el ciberespacio.
- Elaborar un artículo académico para la presentación en una revista científica desde los datos alcanzados en la presente investigación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

La visión de estos estudios posibilita descubrir desde la teoría, cómo los conceptos de comunicación, participación y acción colectiva van cambiando por influencia de la tecnología y cuáles son los actores que van formando parte de esta transformación que son precisamente el público joven.

En su investigación *“Análisis del ciberactivismo político de las campañas electorales de Augusto Barrera y Mauricio Rodas para alcalde de Quito en la red social Facebook”* (Mera, 2015) considera los nuevos escenarios políticos que se han formado a partir de las redes sociales y como estas forman desde allí cierta estructura política en la cual las personas se van adhiriendo y participando de manera activa.

La autora menciona que en el Ecuador la temática del ciberactivismo político no ha sido estudiada a profundidad, motivo por el cual nace la necesidad de explorar el ámbito de las redes sociales de ciertos políticos con fines electorales, para mostrar a la ciudadanía los nuevos escenarios en los que se desenvuelven para promover, promocionar, interactuar y socializar sus proyectos políticos con otros actores sociales, con el objetivo de ganar adherentes y ser los próximos representantes locales por decisión popular. (Mera, 2015)

Por otro lado, desde la perspectiva de la etnografía virtual de la construcción del ciberactivismo, en su *“Investigación etnográfica virtual de la construcción del ciberactivismo internacional: análisis del movimiento #yosoy132 a través de Facebook”* (Vera, 2013), trata de la construcción y deconstrucción de nuevas formas de relaciones sociales y como estas han ido modificando el concepto de interacción.

Para la investigadora la influencia de Internet en la vida social, especialmente en la construcción política es importante. Y es desde allí que surge la necesidad de estudiar, en un caso en particular, las relaciones en línea construidas por el movimiento ciberactivista mexicano #YoSoy132, a través de sus perfiles en la red social Facebook. (Vera, 2013)

Por su parte Álvaro (2019) en el trabajo *“Análisis del impacto de la página de Facebook del movimiento feminista Vivas nos Queremos – Ecuador en un grupo de jóvenes universitarios”* (Álvaro, 2019), propone la identificación sobre la influencia que tienen los mensajes del movimiento feminista “Vivas nos Queremos” desde las redes sociales hacia los estudiantes universitarios. El objetivo principal es el de visibilizar como estos colectivos realizan ciberactivismo, es decir lo que comprende dichas acciones como: denunciar, visibilizar los casos y sensibilizar a la población en cuanto a violencia de género hacia las mujeres.

El aporte de los colectivos en la política es importante en el ciberactivismo ya que son estos grupos los que van fomentando la participación en los diversos escenarios del mundo virtual, por ello Arauz (2018) aborda el tema de las prácticas tecnopolíticas de la organización “Vivas nos Queremos Ecuador” en relación a sus movilizaciones como colectivo de mujeres en su trabajo *“Investigación sobre prácticas tecnopolíticas de la organización “vivas nos queremos ecuador” en relación a la movilización del 25 de noviembre de 2017”*. (Arauz, 2018)

Ahora bien, relacionando las diversas investigaciones sobre el ciberactivismo, se visualiza la necesidad de analizar la participación de la juventud en los colectivos desde las redes sociales, es decir una investigación de carácter etnográfico virtual, y desde allí el impacto que tiene el activismo digital en las decisiones de las agendas políticas de las autoridades.

2.2 Concepto de Comunicación desde la perspectiva de Shannon y Weaver

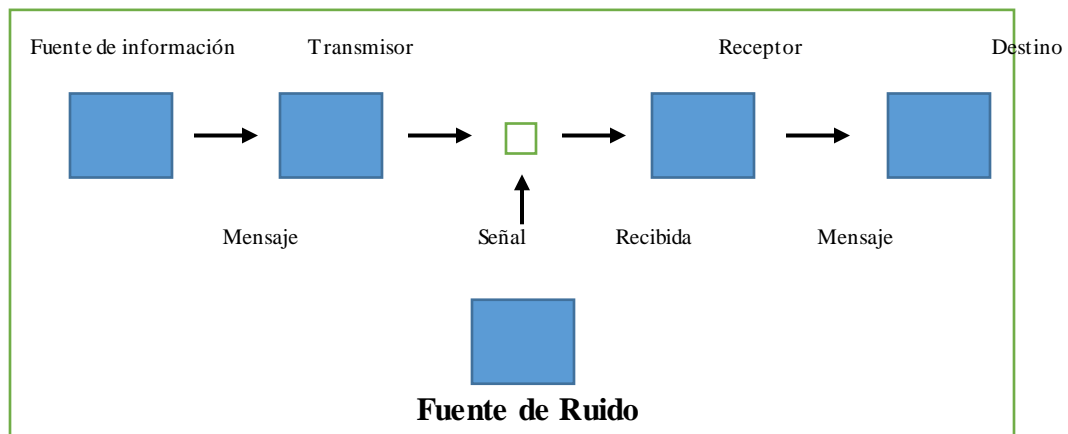
En el siguiente párrafo Claude Shannon (1948) define la comunicación como un proceso sistémico complejo, que fundamentalmente trata de la reproducción de un mensaje desde un punto hacia otro:

La dificultad primordial que tiene la comunicación está en difundir en un supuesto instante, de forma puntual o ya sea una aproximación de un mensaje seleccionado a otro punto. Con frecuencia, los mensajes tienen sentido; es decir que se describen o están ordenados de acuerdo con algún método con ciertas formas físicas o conceptuales. Estos estados semánticos de la comunicación son intrascendentes para la dificultad de ingeniería. El aspecto importante es que el mensaje real es uno, elegido de un conjunto de posibles mensajes. (Shannon, 1948, pág. 1)

Modelo matemático de la comunicación

Baecker (2017) se refiere a las teorías de la información como sistémicas, las cuales se originan de la deconstrucción del modelo de transmisión de Claude Shannon y Warren Weaver (1948).

Gráfico 1. Modelo matemático de la comunicación.



Fuente: (Baecker, 2017, pág. 2)

Según el autor, el modelo matemático de Shannon y Weaver es de los que más confusión ha causado, el propósito del mismo es básicamente permitirles a los lectores enfocarse en cómo garantizar que una señal entregada por un emisor pueda ser recogida como la misma señal por un receptor, todo esto a pesar de las interferencias o ruido que pueda ocasionarse desde la fuente.

La idea clave de Shannon fue utilizar elementos de la mecánica estadística, para afirmar que las posibles distorsiones por interrupción de una fuente que produce un canal de ruido, consiguieran ser rectificadas por el receptor. El mensaje que recibe el receptor se concibe como si fuese: “elegido de una lista de posibles mensajes” (Shannon & Weaver 1948, pág. 31), de esta manera el receptor tiene que deducir la posibilidad de múltiples mensajes, para así suplantar uno seguramente dañado por otro que sería posiblemente correcto. (Baecker, 2017, pág. 2)

La genialidad de Claude Shannon reside en que excluyó la experiencia, es decir el conocimiento previo de los receptores frente a un mensaje, “el significado”, de esta forma se permitía que los mismos tuvieran la capacidad de enfocarse en la información percibida del mensaje, incluso diferenciando la información de otros mensajes que ya han sido recibidos o están por llegar. El punto clave de apuntar solamente a la información radica

en la complejidad que tiene el receptor en darle un significado al mensaje debido al ruido proveniente de la fuente según se explica en el modelo matemático de la información.

El inconveniente del esquema planteado por Shannon y Weaver es que el “transmisor” y “receptor” están representados como “emisor” y “receptor” de los mensajes y figuran de este modo la comunicación como la transferencia de mensajes de una persona hacia otra empleando un canal, por el cual, pese a las dificultades para elegir un código correcto, para codificar y decodificar mensajes y que estos probablemente estén distorsionados por ruidos de una procedencia desconocida, de cualquier manera consiente a los mensajes transitar de forma sistemática de un punto al otro. Los cuadros que simbolizan la “fuente de información” y el “destino” fueron excluidos, como referencias enigmáticas, seguramente a la “razón” de las personas incluidas en la comunicación. (Baecker, 2017, pág. 3)

Si contemplamos el sistema propuesto por los dos autores clásicos de la comunicación y la conclusión a la que llega el sociólogo Alemán Dirk Baecker, la cual se aplica hoy en el proceso comunicativo en red, que sigue el mismo esquema principal, no cabe duda que la denominación de “transmisor” es la más acertada para calificar a los internautas, porque en la red existe un flujo constante de información que se reproduce una y otra vez, son los que navegan por la web quienes llevan el mensaje, quienes lo comparten. En el escenario del activismo en red, los miembros de los colectivos que participan activamente en su organización se encargan de compartir a sus contactos en la red, de esta forma la información de su grupo será visible para una gran cantidad de usuarios conectados.

Siguiendo la perspectiva social, comprendida desde el punto sistémico y de análisis de la sociedad, tema que se abordará en la presente investigación, podemos destacar la visión de Niklas Luhmann en sus estudios del “sistema social”, el cual es la versión del autor de una teoría sistémica de la comunicación, alineada a la idea de una forma de “autopoiesis”, pero analiza las condiciones sociales de un método de comunicación emergente.

El autor considera a la comunicación como una forma básica del sistema, la cual surge como un elemento de tal fragilidad, expresión, información, y comprensión, estas atribuciones del sistema mismo, y que produce descripciones auto-simplificadas de acciones (que incluyen individuos y sus intenciones), cuyas recurrencias son ocupadas para inferir estructuras y culturas, tradiciones y convenciones, cuando no el sistema mismo. El mensaje, junto con el posible set de mensajes y la distinción de este set, es llamado “sentido”, el que sería la posibilidad de transformar de una fase actual del mundo con sentido, a otros estados posibles del mundo con sentido. (Luhmann, 1990, pág. 21)

Llevando esta visión al escenario digital el cual ahora es parte fundamental del sistema y la comunicación que se genera a través del mismo, forma parte importante de dicho elemento básico. Es el conjunto de mensajes que se transmiten en este espacio, es decir lo que el autor llama el “sentido”, lo que abre paso a un sinnúmero de mundos posibles, puesto a que no solo es un escenario donde las personas comparten cosas en común, sino un ciberespacio con posibilidades infinitas, donde se publica todo tipo de información.

No obstante, a diferencia de los métodos tradicionales de transmisión, aquí el usuario, el que navega en la red, es quién tiene el poder de elegir; qué, cuándo, cómo y dónde ver la información que más le interese. Ahí es donde entran las organizaciones sociales, las cuales no eran tomadas en cuenta en las agendas de los medios y ahora gracias a la web tienen presencia, son visibles y es la gente la que decide a quién seguir, porque dentro de este gran mundo digital es más fácil estar activo y participar en todo momento de las novedades de nuestra sociedad, gracias a las TIC's que nos ofrecen herramientas que son accesibles para una gran mayoría de la población.

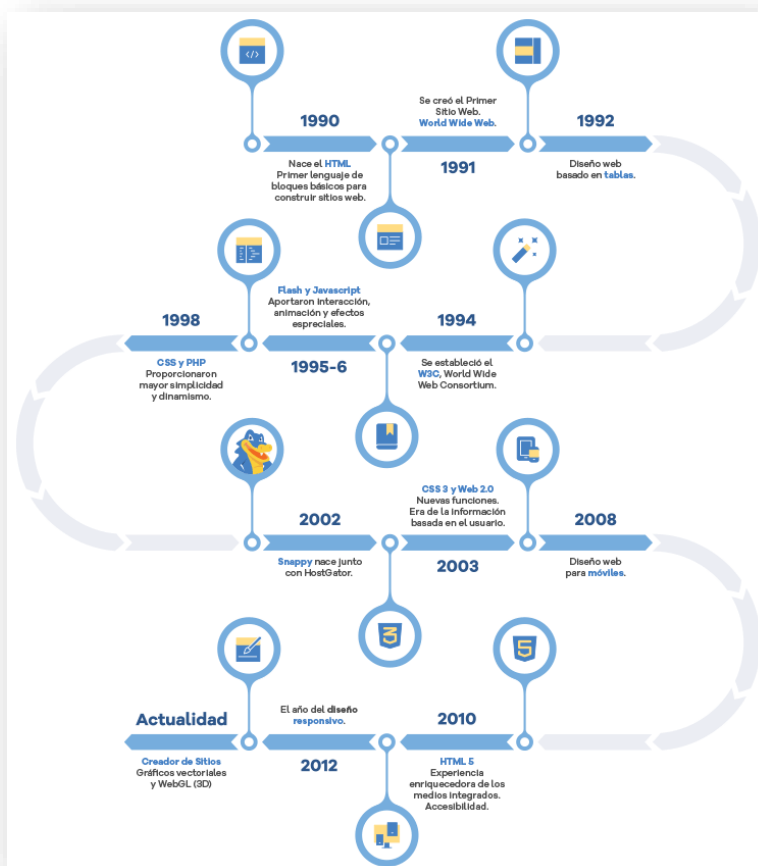
El activismo digital no es otra cosa que la participación de una persona dentro de un movimiento ya sea social o político en la web, desde este ámbito se pueden generar diversas disputas en torno a temas coyunturales de la sociedad. En esta línea es preciso contemplar lo que habla el autor, quien indica varias características para sacudir el sistema, es decir hacer notar algún reclamo. Es desde la comunicación interna, que forma parte importante de estas estructuras, lo que permite transmitir los mensajes que estas corrientes quieren difundir a los usuarios que se mantienen activos en la red y siguen a las organizaciones sociales de su preferencia.

Luhmann citado por Leydesdorff (2013) menciona al menos cuatro características que aseguran la agitación interna del sistema social. Está, primero, la variada constitución de la comunicación que siempre refiere a varios participantes, quienes solo pueden ser tomados como tales artificialmente (esto es, una ‘colectividad’, por ejemplo, una ‘clase’ en una escuela) y todos quienes pueden retirarse en cualquier momento. Luego está, la auto-referencia de la comunicación que pretende siempre a un sí mismo que es capaz de eludir. Tercero, es la naturaleza única de los elementos, aquellos que van apareciendo y desapareciendo como eventos, destacando la improbabilidad inherente de la comunicación y la necesidad de asegurar su continuación en cada momento. Y el cuarto rasgo es la llamada “Sociedad”, es el término de Niklas que describe todo tipo de

perturbaciones de y por la comunicación, las cuales son esperadas mientras la sociedad se organiza a sí misma en patrones y marcos recurrentes.

2.3 Desarrollo y evolución de la World Wide Web

Gráfico 2. Evolución de la Web



Fuente: (Gima, 2019)

Para poner en contexto y entender cuál es el inicio y funcionamiento de esta gran red de comunicación se han tomado las investigaciones de varios estudiosos del tema, Marino Latorre es doctor en psicopedagogía por la Universidad Marcelino Champagnat de Lima, ha realizado una recopilación histórica sobre el adelanto y evolución de la web, el cual se cita en este trabajo.

Latorre (2018) expone que la World Wide Web, es la agrupación de documentos (en el espacio virtual) que están conectados a través de links de hipertexto, los cuales permiten

conectar a una gran masa de documentos y facilita la recuperación y fácil localización de los mismos en el ciberespacio, que pueden comunicarse gracias a la tecnología digital. Se concibe como hipertexto a la composición de textos, gráficos y archivos de todo tipo, configurados en un mismo documento. La palabra Web no es un sinónimo de Internet; el Internet es una gran red de redes, en la cual habita absolutamente toda la información, siendo un medio de aprendizaje, va más allá de las instituciones educativas formales.

Según la explicación del autor, web es un subconjunto de Internet que contiene información a la que se puede acceder usando un navegador. Tanto el correo electrónico, como Facebook, Twitter, wikis, blogs, juegos, etc. son parte de la red, pero no la web. Para el experto la web es una entidad viva y funciona de tal manera en la que se desarrolla constantemente. Desde su inicio en la década de los 60, con el primer acercamiento a la red primitiva, para luego llegar hasta el complejo sistema de internet que conocemos hoy, ha estado en constante transformación y perfeccionamiento de sus sistemas. “Hemos pasado de una web 1.0 a la 2.0, 3.0 y ahora llega la web 4.0.” (Latorre, 2018, pág. 1)

2.3.1 Web 1.0

La web 1.0 se limita a ser un instrumento de transmisión de información unidireccional, según el autor, detalla que es la forma más básica que existe en cuanto a navegadores que incluyen solamente texto. Apareció en los años 90's y es muy primitiva en comparación a lo que la web ofrece hoy. La web 1.0 la utilizan personas conectadas utilizando Internet, solo es de lectura, donde el usuario es, un ente neutral que absorbe la información o la publica, sin que existan posibilidades para que se genere la interacción con aquello que contiene la página (retroalimentación); está condicionada a lo que el webmaster, programa en la página web. La web primitiva se encuentra en un solo lugar, es secuencial, solo de lectura, y no permite interactividad. En esta versión web, se puede utilizar el correo, navegadores y ventanas de búsqueda, etc. (Latorre, 2018, pág. 2)

2.3.2 Web 2.0

En la versión 2.0 existe un avance de la Web primitiva, en esta, los usuarios dejan de ser pasivos o simples espectadores, aquí los usuarios pasan a estar más activos, y ya pueden

asistir en la creación de cierto contenido como productores de la red, tienen la facultad de crear y ser parte de una organización o comunidad, desde un nivel local, incluso hasta llegar al ámbito global; que se informan, generando conocimientos y contenidos.

La Web 2.0 facilita el intercambio de mensajes entre los usuarios que participan creando contenido, evaluando aplicaciones y servicios, esencialmente en las organizaciones que tienen una gran cantidad de información, y ayuda a aportar conocimientos que consiguen implicar en un instrumento muy beneficioso para transformar cualquier producto y servicio. Permite, también, establecer contenidos entre fotos, textos, vídeo y audio, sin tener experiencia o conocimiento de programación. (Perera, 2017, pág. 4)

2.3.3 Web 3.0 y 4.0

Según Latorre (2018) el término de Web 3.0 aparece en el año 2006 en una investigación de Zeldman, un crítico de la Web 2.0

La web estuvo activa desde 2010. La versión 3.0 de la web, es un impulso tecnológico que ha tenido valiosos resultados en los usuarios conectados a la red. Esta Web, son aplicaciones conectadas entre sí, a fin de mejorar la práctica de los usuarios en esta versión; a esto se añade conocimiento del contexto en la web con referencia geoespacial, la independencia con relación del navegador y la formación de una web semántica. La web 3.0 es distinguida como la “web semántica” porque utiliza de forma más eficiente de los datos: “data web”. Es inter-operativa y el usuario tiene el control para hacer los cambios que desee modificando directamente las bases de datos. (Latorre, 2018, págs. 4, 5)

Se habla que la web 2.0 es lograda por el mismo usuario, en cambio la web 3.0 está siendo gestionada desde la nube y se puede ejecutar a partir de cualquier terminal electrónico con un grado alto de complejidad y personalización; constituye así una nueva web donde se añade un contenido de tipo semántico a los elementos que la conforman y esto conlleva a que su ejecución sea realizada por máquinas, que se basan en nuestros perfiles que residen en la red, para descubrir información relevante que nos interese directamente a nosotros. (Latorre, 2018, pág. 5)

2.3.4 Web 4.0

La ingeniera en informática Andrea Aquino Cajé de la Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción” en Paraguay, realizó una investigación detallada sobre el avance y evolución de la web, su enfoque desde la informática aporta una visión más técnica y

futurista del tema. La investigadora aborda la ubicuidad de la web, es decir la posibilidad de estar conectados en todas partes gracias a las TIC's.

Para Aquino (2016) la Web ubicua admite la conectividad del mundo físico hacia el mundo virtual, mediante terminales inalámbricos como, por ejemplo; GPS, Tablet, teléfonos celulares, sin afectar el lugar y el tiempo; está en cualquier parte y en tiempo real. Su objetivo principal es el de articular las inteligencias, donde las personas y las cosas se comunican mutuamente, para tomar decisiones.

Para el 2020 se espera que haya agentes (Un agente inteligente es un hardware o software ubicado en un entorno fijo, capaz de proceder de un modo independiente, en dicho entorno para llevar a cabo sus objetivos establecidos previamente) en la web que puedan, aprender solos y razonen como lo hacemos las personas. (Aquino, 2016, pág. 10)

En conclusión, el progreso de la Web ha significado un cambio en los hábitos de los usuarios, porque se habla de una gran red que se va renovando constantemente. Contemplamos ese cambio desde la web 1.0 que trataba simplemente de información estática y unidireccional, luego pasamos a una web 2.0 donde se puede gestionar el contenido e interactuar con otros usuarios ya está en movimiento la información, mientras que si hablamos de una web 3.0 que ya está marcada por una gestión inmediata desde cualquier parte y dispositivo complejo, es decir que se vive en un universo digital y finalmente contemplamos ya el gran cambio hacia la versión 4.0 de la web, que significa estar conectados en un mundo digital con una infinidad de posibilidades y que están relacionadas ya con la inteligencia artificial, en este cambio todo es instintivo y casi que se predicen nuestros movimientos dentro de la gran red.

Una vez se ha definido todo lo que engloba la web y su evolución en el tiempo, hasta lo que hemos alcanzado en la actualidad, queda establecer la importancia de este instrumento de comunicación masivo en la actividad social, es decir su incidencia en los movimientos sociales. La invisibilización de ciertas organizaciones en el ámbito comunicativo, ha sido por la falta de interés de los medios tradicionales, los mismos que han excluido de sus agendas a las organizaciones sociales y sus luchas en contra de la desigualdad, desde este punto se reconoce el trabajo de aquellos medios que luchan constantemente contra sistema hegemónico que detenta el poder desde todos sus ámbitos. La web también se puede considerar como un mecanismo de comunicación, alternativo a los tradicionales, porque en la actualidad ya se habla de un mundo conectado al

ciberspacio, donde es crucial para las organizaciones tener presencia, si quieren ser alcanzadas por los internautas.

Desde el nacimiento de la web como un canal básico de información, hasta lo que conocemos hoy, es imposible concebir sin ésta al ciberactivismo, porque es en este espacio donde ahora los miembros de los movimientos sociales se movilizan, con esta herramienta junto a las TIC's se llega cada día a más personas con el mensaje, desde cualquier dispositivo y en cualquier parte del mundo.

2.4 Acción Colectiva y Movimientos Sociales

2.4.1 Acción Colectiva

No es más que la actuación, lucha, movilización conjunta de un conjunto de individuos con la finalidad de conseguir intereses comunes. En la presente investigación hablamos de dicha acción colectiva volcada hacia el ámbito digital y cómo es que los movimientos sociales desarrollan dicha actuación desde las redes sociales para ser visibilizados desde los medios alternativos, ya que los tradicionales no los han tomado en cuenta en sus agendas.

Melucci (2020) puntualiza que la acción colectiva es el resultado de una tensión que alborota la proporción del sistema social.

La presión provoca creencias generalizadas que llaman a la acción y buscan reponer el equilibrio del sistema. En la acción colectiva no existe ningún concepto que indique la forma por la cual los recursos son producidos y apropiados. Esta acción es sólo una reacción de establecimiento de los componentes funcionales de un sistema, y las gestiones colectivas se tornan fenómenos emocionales debidos al mal funcionamiento de la integración social. Actualmente el inconveniente principal de una sociología de la acción colectiva es el de juntar las conductas de conflicto a la estructura de la sociedad sin desistir, al mismo tiempo, a exponer cómo se establecen y cómo se muestran en concreto nuevas creencias y nuevas identidades colectivas. (Melucci, 2020, pág. 26)

El autor también supone que la acción colectiva no debería ser rebajada a una simple disfunción del sistema social, como lo hace siempre la ideología de la clase dominante y refiere que los movimientos son construcciones sociales que se dan desde la organización, las facciones excluidas de la sociedad se organizan para trabajar y lograr objetivos que benefician a su comunidad. Es preciso diferenciar entre procesos colectivos, los cuales

son consecuencia de la separación del sistema, y los procesos que derivan hacia un cambio de las estructuras del mismo sistema. (Melucci, 2020, pág. 33)

En su libro el “Poder en Movimiento” Tarrow (1997) asegura que, históricamente, las personas que se encuentran en el último peldaño de la escala social o como él los llama, “los de a pie” se han congregado varias veces a las calles para hacerse escuchar, su poder desde la movilización ha sido realmente considerable. Manifiesta que solo en los últimos 20 años, el movimiento estadounidense por los derechos civiles, movimiento pacifista, ecologista y feminista, así como las sublevaciones contra el autoritarismo a escala mundial, han movilizado a grandes multitudes que exigían cambio. Casi siempre sus reclamos ante los gobiernos funcionan, aun cuando no logran sus objetivos, dichas acciones han terminado siendo el inicio, para que se tomen en cuenta y así constituir nuevas políticas de organización en la esfera internacional.

La autoridad o poder de las organizaciones o movimientos sociales, se va haciendo visible cuando el pueblo une sus fuerzas para enfrentarse directamente con las élites, autoridades que detentan el poder económico – social de los países. Establecer, organizar y conservar esta comunicación entre las partes, es el aporte concreto y directo de los movimientos sociales, que nacen cuando se dan posibilidades políticas para que agentes sociales que habitualmente carecen de ellas puedan intervenir. Estos grupos convocan a la gente a movilizarse por medio de discursos populares de oposición e introducen ideas en torno a sus márgenes. En sus bases se hallan en las redes sociales y los elementos culturales a partir de los cuales se constituyen las relaciones sociales. (Tarrow, 1997, pág. 17)

Mc Adam, Tarrow y Tilly (2005) plantean algunas bases para un estudio metódico de la acción colectiva, Para los autores estas consisten de tres elementos principales, los cuales son: 1. Los actores; 2. Las identidades; y, 3. Las acciones. (Mc Adam, Tarrow, & Tilly, 2005, pág. 146). Los actores y las acciones se pueden desarrollar en el ámbito digital, sin embargo, la identidad es algo que está destinado solo al mundo real, la imagen que se proyecta al público es algo que se debe fomentar desde el activismo propiamente dicho en las calles.

Conforme a ello la finalidad de los movimientos de trasladarse a las redes sociales, es fundamentalmente porque en estas existe la libertad de debatir un sinnúmero de temas, de plasmar ideas, también de convocar (movilizar) y llamar la atención no solo de los jóvenes sino de las autoridades, quienes no regresan la vista en el mundo real, hacia el trabajo que realizan estos grupos para luchar por una causa que es de interés social.

Según la investigación de Rodríguez (2018) son varios los nuevos espacios de análisis y debate de las actuales formas de acción colectiva, entre ellas las que más destacan, las redes mediadas por la tecnología de comunicación. El autor enuncia la decisión por conceptualizar al Internet como una plataforma virtual donde la comunicación es una interacción de sujetos, subjetividades y relaciones subjetivas. El uso del Internet como red digital de comunicación a escala global es la aceptación y reconocimiento del aumento de la emigración, y la movilidad humana como circulación del pensamiento político, social y cultural. (Rodríguez, 2018, pág. 6)

Cárcar (2015) menciona que para mantener activo cierto grupo es indispensable que las redes, los sitios web y los blogs de los movimientos estén en constante intercambio con los públicos y de esta manera las personas puedan estar al tanto de las acciones de los mismos. Perfiles y entradas de los sitios siempre deben estar actualizados si la finalidad es llegar a más personas con los mensajes de las organizaciones o colectivos online. El proceso de intercambio de la información es necesario para cumplir con una comunicación bidireccional que ayudará a la retroalimentación de la organización.

La multiplicación de las herramientas y recursos en Internet van creciendo a una velocidad impresionante y van alcanzando cada vez más un nivel alto de sofisticación. Esto provoca la necesidad que tienen los estrategias de movimientos sociales de experimentar primero e implementar después nuevos elementos de comunicación y nuevos procesos de participación. Al igual que ocurrió con las grandes transformaciones que tuvieron lugar en el siglo anterior, las innovaciones tecnológicas que se han venido produciendo en años pasados afectan también a la actividad desarrollada alrededor de los nuevos mensajes. Coexiste una personalización de los grupos, que necesitan la aplicación de la gente a una nueva realidad, con el fin de obtener una estructura mental acorde con ella. (Cárcar, 2015, pág. 131)

Existen varias utilidades que brinda la internet a los movimientos y grupos en la cibernación según explica Cárcar (2015), las cuales serían: ser productores de vida social y acrecentar los canales de información y su volumen, ofreciendo más datos y aumentando las posibilidades de reflexión y decisión sobre una gran diversidad de temas. Es decir, suprimir las barreras geográficas para la participación y así incrementar la cantidad y la eficacia de la información de los ciudadanos con independencia de su ubicación. Del mismo modo, admite mejores resultados y más características; prolifera los escenarios de debate social, agrupa estudios de opinión, e inmediatamente concibe que el triunfo del movimiento está determinado por elementos estratégicos.

2.4.2 Movimientos Sociales

El ser humano por naturaleza siente la necesidad de adherirse a un grupo de personas, esto se debe a que considera que solo no puede ampliar sus ideas, pues precisa de la aprobación de otros y también de manifestar su opinión sobre algún tema frente a los demás, el sentirse respaldado de cierta manera por aquellos que considera más cercanos y que también persiguen los mismos objetivos. Es necesario remontarnos a la antigüedad para comprender como las comunidades primitivas siempre estaban juntas y era precisamente eso lo que las hacía más fuertes al momento de tomar decisiones, tenían estructuras que fortalecían su entorno puesto a que cada uno desde su posición fungía una tarea determinada en beneficio de su comunidad.

Tilly & Wood (2010) describen a los movimientos sociales como una construcción fuerte en favor de la democracia y refieren que:

Los movimientos sociales son organizaciones globales formadas por diferentes grupos de intereses. Los movimientos sociales contendrán a los grupos más significativos de la sociedad, como clase obrera, mujeres, estudiantes, jóvenes y la clase intelectual. Estos diferentes grupos de la sociedad quedarán unidos por un agravio común que, siempre, será la distancia, descubierta por todas las clases de la sociedad, de democracia en una determinada escena política. (Tilly & Wood, 2010, pág. 17)

Ahora bien, los movimientos sociales son emergentes, es decir aparecen debido a una situación concreta a nivel social (El Conflicto), mismo que produce el apareamiento de la acción colectiva para solucionar y discutir los temas sociales con las estructuras autoritarias.

A partir de dichas conductas Melucci (2020) plantea una propuesta de análisis de los movimientos; señala que, en los campos de la acción colectiva, la sociología y los movimientos sociales solo interesan lo que él denomina <<conductas de crisis>>. Son básicamente comportamientos colectivos en los cuales faltan relaciones de solidaridad entre los sujetos implicados, dicho fenómeno puede ser dividido hasta el límite del sujeto mismo, sin que de esta manera resulten afectadas las propiedades generales del sistema.

Estos sucesos colectivos son una respuesta a la separación del sistema social en varios de sus puntos y se originan por una simple anexión de individuos, sobre la base de una afirmación divulgada. No se puede excluir sobre esta definición, que es totalmente analítica. Las conductas empíricas que más rápidamente caen en esta categoría son aquellas que la sociología del comportamiento colectivo ha analizado con más cuidado, son las conductas de multitud, el pánico, el boom. etc. No obstante, se tratan de objetos prácticos cuyo concepto analítico no se sujeta necesariamente a la extensión de respuesta a la crisis. (Melucci, 2020, pág. 74)

El autor refiere que los movimientos sociales nacen desde la acción colectiva, que se origina a partir del conflicto dentro de un sistema social, esta conflictividad se produce entre dos actores colectivos, cada uno es definido por sus intereses, la lucha de las organizaciones es en contra de las normas establecidas, que de alguna forma atropellan las estructuras de las relaciones de clase de una cierta sociedad. Para Melucci (2020) los movimientos sociales pueden ser distinguidos en movimientos reivindicativos, movimientos políticos, movimientos de clase.

En este sentido, en los estudios sobre movimientos sociales desarrollados en el Ecuador, en específico en lo que concierne al movimiento indígena, que ha sido de las organizaciones más estudiadas debido a su carácter identitario étnico y porque sus demandas y acción colectiva se desarrollaron en escenarios físicos, Ávalos (2019) menciona que los discursos mencionados por estos actores también configuraron una identidad colectiva:

Sus discursos no fueron una simple composición de palabras evocadas al aire al calor de los distintos conflictos a los que se enfrentaron. Sino que, primero, tuvieron la influencia de la teología de la liberación y, después, estas palabras fueron mutando hasta construir un discurso propio (...) Las que eran alocuciones plenamente religiosas que venían de un proceso de evangelización, se convirtieron en discursos de reivindicación y lucha por sus derechos. El discurso, tal como plantea Tarrow (1997), utilizando las mismas palabras por diferentes actores en distintos contextos pueden producir cambios en el comportamiento.

Un movimiento reivindicativo se ubica a la altura de la organización social y se enfrenta en contra del poder que garantiza las políticas y los roles, un grupo de este tipo exige siempre la repartición de los recursos y la reestructuración de los roles. Un movimiento político opera para convertir los escenarios de la participación política o para trasladar las relaciones de mayor fuerza en los procesos de toma de decisiones. Un movimiento de clase es una acción colectiva encaminada hacia un adversario, para la retención, la vigilancia y orientación de los medios de producción social. (Melucci, 2020, pág.75)

Una vez se ha propuesto una distinción entre los movimientos sociales también es oportuno detallar la calidad de los elementos de comunicación utilizados en los movimientos. Elías La Rosa especialista en Psicología de la Comunicación, establece en uno de sus artículos una investigación precisa sobre los movimientos sociales, las redes sociales y sus recursos simbólicos. En el presente trabajo es sustancial conocer la historia de los movimientos y la evolución de sus mecanismos de comunicación, el autor expone las herramientas que los movimientos sociales utilizaban para comunicar su descontento

cuando no eran escuchados, estos símbolos elementales como los volantes y carteles, eran la única forma de hacerse notar en aquellas décadas. Hoy las organizaciones tienen en sus manos la capacidad de ser escuchados por todos, incluso por las autoridades, porque en el presente la imagen en internet es crucial para las figuras públicas.

La Rosa (2016) aduce que los movimientos sociales han propuesto siempre diversas características de comunicación, por ejemplo, para enseñar sus opiniones e ideas a sus posibles seguidores e influir a la comunidad en pro de la acción o quizás para pretender imponerlas de forma coercitiva en un determinado espacio.

Durante algún tiempo, los volantes eran la forma de comunicación y transmisión más usados por los movimientos sociales. Hechos con un reducido presupuesto en papel que era de calidad baja, solicitaban de poca experiencia para realizarse, tenían tecnología accesible económicamente para producirlos, eran muy fáciles de ocultarse, (si se necesitaba) y de distribuir entre públicos masivos con riesgo realmente limitado, aun cuando raramente eran detectados, tal como ocurrió con los miembros del grupo de resistencia alemán “Die weiße Rose”, quienes fueron asesinados después de repartir volantes en la Universidad de Munich. (La Rosa, 2016, pág. 48)

Otros métodos también importantes en las movilizaciones sin duda han sido los carteles, que según el autor llegaron a ser verdaderas obras de arte muy motivadoras, cuya historia y las de sus creadores merecerían decenas de libros. Para La Rosa (2016) Los carteles muestran un enlace entre composición gráfica y propaganda política. En relación a esto, durante la movilización de mayo del 68, miles de anuncios en carteles aparecieron en Francia, especialmente en la capital, llamando a la colaboración en las movilizaciones. Más tarde, el progreso de la tecnología no se detuvo y durante las protestas del 89 en China, grabaciones en videocasetes se utilizaron para ocasionar la ocupación de la Plaza Tiananmén ubicada en la ciudad de Beijing, donde semanas después acabaría en una matanza cuando el gobierno chino dictaminó que las tropas del ejército desalojaran aquel lugar.

No cabe duda que los movimientos han ido evolucionando la manera de comunicarse, tanto de manera interna como externa, para esto cobran gran importancia las herramientas tecnológicas que transforman el proceso comunicativo para hacerlo más accesible para todas las personas. Según la investigación de La Rosa (2016), en la actualidad, son Twitter y Facebook los mecanismos que actúan como catalizadores de las movilizaciones, es decir son el medio para unirse a una causa, mientras que Flickr, Instagram y YouTube proveen de testimonios que se actualizan constantemente sobre el curso que van siguiendo los

acontecimientos, se puede decir que son una especie de redes que sirven para el auto aprendizaje en línea. Indudablemente, han contribuido a este propósito los avances tecnológicos de los teléfonos móviles, con acceso a internet y las redes sociales, dichos aparatos que hoy son indispensables para la comunicación por su plurifuncionalidad. (La Rosa, 2016, pág. 57)

La comunicación es una de las fuentes más efectivas del poder, son los que detentan la dominación comercial, económica, los que se adueñan de estos espacios, las elites sociales siempre han tenido de su lado a los medios tradicionales que se venden sin dudar al mejor postor y tienden a moldear la información a gusto de sus benefactores. Empero, los movimientos sociales siempre buscan como dar la lucha a las injusticias desde los medios alternativos, y es gracias al advenimiento de la era digital y con esto las herramientas que hoy se nos presentan, como la web, que se transforma en el aliado principal de los movimientos que no tenían voz en los mass media, para que todas las personas alrededor del mundo puedan unirse a una causa puesta en común y en beneficio de todas y todos los miembros de una sociedad.

Actualmente están surgiendo actores y nuevos movimientos socioculturales vinculados con la propagación de sus propias subjetividades, Calderón (2017) expone que se establecen en relación con los nuevos dominios de la ciencia, la tecnología, el conocimiento y la sociedad conectada en red. Las demandas de dignidad constituyen una tensión intrínseca al futuro de la propia globalización. Precisamente por esta razón, la dignidad, el sujeto y la globalización no son fenómenos separados. Se producen en relación con una nueva tensión histórica en cuyo contexto se desarrollan las sociedades contemporáneas. En un mundo donde la innovación de la democracia es un valor incuestionable, la persona o el grupo no construyen su subjetividad en un vacío o en soledad; lo hacen en medio de relaciones sociales y con otros sujetos distintos de ellos mismos.

La acción colectiva se ha asociado de manera creciente con demandas u orientaciones individuales. Las personas tratan de reconstituirse asumiendo la experiencia propia y construyendo su especificidad en oposición a nuevas formas de poder, y en esta oposición dan sentido individual a su existencia colectiva. No obstante, las acciones de cada uno se aprecian colectivamente como un bien común. (Calderón, 2017, pág. 88)

El autor es claro cuando se refiere a las acciones que las personas realizan desde su individualidad y como es que éstas son parte fundamental de la estructura de una

organización, porque cada uno está trabajando, no solamente por lograr que sean atendidos sus reclamos, es decir para un bien personal, sino que está buscando que toda la sociedad y aquellos relegados también reciban el beneficio de la lucha, por la reivindicación de sus derechos.

2.5 Ciberactivismo y Participación Social

Sierra & Candón (2017) afirman que con el surgimiento de las TIC aparecen varios fenómenos tales como el ciberactivismo o la tecnopolítica, que consiste en generar opinión y hacer política por medio del uso de las herramientas tecnológicas, los autores sugieren que dichos fenómenos irrumpen en movimientos sociales, caracterizados por el utilización intensiva de las nuevas tecnologías, nuevos movimientos o partidos constituidos de forma digital o partes de la población que cada vez más, se informan, debaten en la Red y que también ahora se convocan a través de este mecanismo web, para apoyar alguna causa que les interese. Se habla entonces de una población importante, que se relaciona a través de los medios digitales y a su vez participa en nuevos movimientos o apoya a nuevos partidos y candidatos desde el ciberespacio.

En general, el uso de la Red en los nuevos movimientos sociales vendrá de la mano de una fuerte crítica al papel de los medios de comunicación tradicionales en el escenario político contemporáneo. Los intereses democráticos de los medios formarán parte de una reclamación más general de la democratización de la sociedad, declarando una crítica de fondo al modelo democrático y a la deriva de un estado autoritario y las organizaciones tradicionales de participación política. (Sierra & Candón, 2017, págs. 897-898)

Podemos concluir desde la visión de los autores que el ciberactivismo es una forma de participación que se aplica desde las plataformas digitales, desde el ciberespacio ya sean estas las redes sociales, sitios webs, blogs o video blogs, desde allí el activista plantea su pensamiento y reflexión en torno a temas de relevancia político-sociales que atañen a la sociedad en la que se desenvuelve.

Aquí es importante citar a Castells (2009) quien manifiesta que existen tres rasgos fundamentales que tienen en esencia las redes como un ejercicio de poder; la flexibilidad, adaptabilidad, y capacidad de supervivencia. La flexibilidad es la posibilidad de adecuarse en función de los cambios del entorno y de buscar nuevas conexiones que permitan su relación. Por otra parte, la adaptabilidad hace referencia a la libertad para

definir su tamaño y finalmente, la capacidad de supervivencia es la posibilidad de resistir a diversos cambios y generar nuevas formas de actuación reconfigurando su capacidad relacional. Se advierte entonces que “el poder para crear redes es la forma suprema de poder en la sociedad red” (Castells, 2009, pág. 78)

Desde el enfoque propuesto por Castells (2014) se describe que aquello que tenemos nosotros es una “sociedad red”, es decir, una sociedad edificada en torno a redes personales y corporativas que están siendo operadas por redes digitales que se comunican a través de internet. Dicha estructura digital es aún más grande de lo que nosotros pensamos, puesto a que las redes son de acceso global y no tiene límites, la sociedad en red es una sociedad de redes globales. Esta configuración social es propia de este momento en la historia, es la consecuencia de la interacción entre un modelo tecnológico saliente asentado en la revolución digital y ciertos cambios socioculturales de gran escala. Castells (2014) comparte que una inicial dimensión de estas transformaciones es la visión de lo que nombramos una “sociedad egocentrista”, en términos de la sociología, el proceso de individualización, la caída de la comunidad entendida en términos de espacio, familia, trabajo y vinculación en general.

Si bien el autor habla de una individualización, esta significa una revolución desde la misma, es decir, una transformación del espacio (vida metropolitana), de la actividad laboral y económica, de la cultura y las comunicaciones (una evolución de la comunicación de masas respaldada en los medios de comunicación, a una auto comunicación de masas planteada desde la internet), en la crisis del modelo patriarcal, con una gradual independencia de sus diversos miembros; en la renovación de la política de medios de comunicación, por una política partidista de masas y en la globalización en forma de redes selectivas de lugares y procesos en todo el planeta. (Castells, 2014, pág. 13)

Pero la autonomía no significa separación ni, evidentemente, el fin de la comunidad. La sociabilidad se rehace en forma de individualismo y comunidad en red, desde la búsqueda de personas semejantes, en un proceso que junta, la interacción virtual, con interacción real, es decir Online y Offline, ciberespacio con espacio físico y local. La individualización es el camino fundamental para establecer sujetos individuales o colectivos, la conexión en red es un proceso de organización donde se forman dichos sujetos. (Castells, 2014, pág. 13)

2.5.1 Participación Social y Participación en Redes

La participación social y ciudadana es un concepto incompleto, Carrera (2015) señala que depende de los contextos políticos, económicos y sociales de cada período, por eso es pertinente que se observen algunos aspectos esenciales sobre la noción de participación. El autor refiere según su criterio, sobre el concepto de participación que básicamente significa “tomar parte” de algo, es el convertirse uno mismo en parte de una organización o colectivo que reúne a más de una sola persona. Pero también significa “compartir” algo con alguien o por lo menos, hacer saber a otro u otros algunas informaciones. La participación es la parte fundamental de una organización, puesto a que facilita la toma de decisiones en su entorno y fortalece la democracia.

“De forma que la participación siempre va a ser un acto social, nadie es capaz de participar de manera individual, privada, para sí mismo. Solamente puedes ser parte donde hay una organización que incluye por lo menos dos o más personas”. (Carrera, 2015, pág. 50)

Varios autores han utilizados algunos nombres para definir o hacer referencia a los tipos de participación que existen entre los jóvenes, González, Becerra, & Yanez (2016) afirman que entre ellas se destacan la juvenil, la efectiva, la social, la política y la ciudadana. Se considera «participación juvenil, cuando son en general los jóvenes, como segmento de la población, quienes llevan a cabo dicha participación, sean estudiantes o no. En cambio, se le da el nombre de participación efectiva cuando existe un involucramiento al momento de tomar decisiones. Es de índole social cuando se incluyen en temas con sus pares y hallan la manera de apoyar la corriente principal (mainstream).

Mientras, la participación política y ciudadana se ve ligada a ejercer el derecho a votar y a la interacción con partidos o agrupaciones políticas consolidadas. Los cambios en la forma de comunicación y de organización permiten nuevas formas de participación social. Una de estas formas es el ciberactivismo en el cual los jóvenes usan la tecnología, en especial Internet, para establecer actividades, debatir, colaborar con información y hablar acerca de los temas con los que más se identifican.

Para González, Becerra, & Yanez (2016) citando a De Ugarte, el ciberactivismo es todo modelo de participación social que se da a partir de la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación, diferenciándose porque persigue transformar la situación actual por medio de la movilización y la militancia.

El concepto de ciberactivismo ha tenido diversos nombres, desde clicactivismo, activismo en línea, e-activismo, activismo digital, activismo virtual, activismo mediante el uso de redes, hasta movimientos sociales digitales. Pero, igual que la participación, se organiza de manera horizontal alrededor de temas novedosos, buscando resultados como cambios de mentalidad. (González, Becerra, & Yanez, 2016, pág. 48)

En la actualidad las redes sociales se han transformado en la herramienta por excelencia para los jóvenes, no solo en el ámbito del entretenimiento sino también para la acción y la participación en temas políticos, sociales, es decir aquellos temas que realmente les incumben. Los intereses de los jóvenes cambian constantemente, persiguen tendencias y movimientos culturales dependiendo de las influencias de ciertos personajes públicos, no obstante, cuando se enfocan en un objetivo que mueve a un gran grupo se unen y participan de manera activa hasta alcanzar las metas propuestas.

Según la compilación de artículos generados por Astudillo & Villasante (2016) la participación va más allá de una estrategia de información o socialización de propuestas hechas a partir de los poderes dominantes, es una forma de vivir y de actuar de las personas, de comunidades, organizaciones e instituciones, etc., que han logrado su condición de sujetos y que desde una perspectiva de “resiliencia social” logran atravesar situaciones de inestabilidad y crisis, sin perder su capacidad de auto-organizarse.

La capacidad de gestionar en pos de una participación en el ámbito social y comunitario involucra: el pensamiento integral, participación directa, reflexividad, diálogo de saberes y flexibilidad, y también percibir los conflictos como principios de enseñanza-aprendizaje. (Astudillo & Villasante, 2016, pág. 12)

El internet y la transformación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) iniciada durante el pasado siglo han sido un factor clave para el perfeccionamiento de un nuevo modelo de sociedad, que trata de promover valores tales como la apertura, la transparencia y, especialmente, la participación comunitaria, todo ello desde de la práctica de la participación social en el escenario virtual.

Los avances actuales de la Internet exponen el potencial que acumulan las diversas aplicaciones, redes sociales digitales y plataformas on line que están ganando espacio en la red y conquistan un lugar importante en nuestros dispositivos móviles. Las Redes Sociales son un buen ejemplo del adelanto tecnológico que podrían favorecer a desarrollar nuevas formas de interacción en la web, dando alcance a un nivel global a los diferentes proyectos sociales, movimientos u organizaciones y causas. Empero, parece hallarse una

grieta entre el potencial teórico y el desenvolvimiento real de tales, cuando hablamos de la participación ciudadana. (Guilló & Mancebo, 2017, pág. 413)

2.6 Ciberactivismo en Riobamba

2.6.1 Contexto

En la historia del Ecuador los movimientos sociales tienen un papel protagónico, es gracias a las luchas desarrolladas por estos sectores que en el país se han logrado avances en materia de derechos y garantías constitucionales. Son los sectores populares, las organizaciones indígenas y campesinas, quienes se mantienen organizados y se han movilizado por la reivindicación y reconocimiento de sus derechos, formando así parte fundamental como actores en los procesos de democratización y participación social.

No obstante, en el país no solo se han constituido movimientos políticos, en el cantón Riobamba se han ido conformando varias organizaciones y colectivos sociales, que luchan en pro de los derechos de las mujeres, de los animales y el medio ambiente, estos grupos son relativamente nuevos, algunos no tienen más de una década de existencia. Colectivos que siempre se han movilizado para lograr un bien común, pero han tenido que buscar la manera de ser visibilizados en la sociedad, gracias a la web y las TIC's que ofrecen elementos al alcance de todos, es como estos grupos pueden comunicarse actualmente con la mayor parte de la sociedad riobambeña.

Para realizar esta investigación se han visibilizado las organizaciones que tienen mayor presencia en las redes sociales y comparten información constantemente con sus seguidores. Se han separado dichos colectivos en tres grupos porque son los temas de mayor incidencia en Riobamba y tienen gran acogida entre los jóvenes de las organizaciones sociales, a continuación, se señalan las organizaciones tal como aparecen en sus cuentas oficiales de Facebook:

Animalistas

Ladra Riobamba, Adopta Riobamba, Salvando Patitas Riobamba, Can-Riño, Huellitas de Amor, Riobamba Capital Animal, Red Animalista Riobamba, PAE Riobamba.

Feministas

No esperes a que te pase, Empatía Colectiva, La feminista Colectiva, Yo soy Estefanía, Red Nacional de Mujeres Líderes “Riobamba”, Red Provincial y Organizaciones de mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo Warmis En Bici.

Ambientalistas

Red Nacional de Líderes Ambientalistas, Club de ambiente y montaña Cenit, Red de Organizaciones juveniles de Chimborazo, Organización Comunitaria Utopía.

2.7 Etnografía Virtual

Es una metodología de investigación que sirve para recopilar información de grupos, movimientos u organizaciones sociales por medio del acercamiento para interpretar su modo de funcionamiento, sus costumbres y prácticas dentro de su estructura.

Restrepo (2016) menciona que la etnografía se da en base a la experiencia, es decir al acercamiento:

La etnografía es una labor que, tal como los pescadores o artesanos, solamente se puede aprender a partir la práctica. Leer trabajos etnográficos puede ayudar; sin embargo, nunca es suficiente. Requerir ayuda de los manuales puede ser de gran utilidad, pero no sustituyen la experiencia desde la praxis. La formación del tino y la perspectiva etnográfica es algo que puede suceder durante el forcejeo, con la apuesta (a veces fallida) de hacer etnografía. (Restrepo, 2016, pág. 11)

Ruiz & Aguirre (2015) explican que la etnografía virtual inicia cuando los investigadores empiezan a mostrar un interés importante frente al fenómeno que representa la reproducción de espacios sociales, producto de la conformación de comunidades virtuales en la Internet; una tecnología a partir de la cual se beneficia la necesidad de canales de comunicación que fomentan la interacción, tanto asincrónica como sincrónica desde los correos electrónicos, las wikis, las redes sociales, los foros e incluso plataformas de índole educativa, donde se incorporan, varios recursos como, las aulas virtuales, videoconferencias o la mensajería instantánea. Todos los espacios han sido motivo de investigación y estudio para examinar la forma, cómo se relacionan las personas en términos sociales, afectivos y cognitivos. (Ruiz & Aguirre, 2015, pág. 67)

La etnografía nos permite aplicar esta metodología de carácter virtual, para realizar estos estudios, para indagar sobre las complicadas interrelaciones existentes entre las afirmaciones que se dan sobre las tecnologías en diferentes escenarios, por ejemplo, en casa, en el trabajo, en los medios de comunicación masiva, y en las publicaciones de carácter académico.

2.8 Variables

Variable independiente: Ciberactivismo

Variable dependiente: Comunicación y acción colectiva

2.9 Operacionalización de variables

Tabla 1. Variable Dependiente e Independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Variable independiente</p> <p>Ciberactivismo</p>	<p>Sierra & Candón (2017) afirman que con el surgimiento de las TIC aparecen varios fenómenos tales como el ciberactivismo o la tecnopolítica, que no es más que generar política bajo la utilización de las herramientas tecnológicas, los autores sugieren que dichos fenómenos irrumpen en movimientos sociales, caracterizados por el uso intensivo de las nuevas tecnologías, nuevos partidos organizados de forma digital o sectores de población que cada vez más se informan, que debaten en la Red, que también se convocan a través de web para apoyar alguna causa que les interese. Se habla entonces de una ciudadanía que se relaciona por otros medios (digitales) y a su vez participa en nuevos movimientos o apoya a nuevos partidos y candidatos desde el ciberespacio.</p> <p>En general, el uso de la Red en los nuevos movimientos sociales vendrá de la mano de una fuerte crítica al papel de los medios de comunicación tradicionales en el escenario político contemporáneo. Las pretensiones de democratizar de los medios serán parte de una reivindicación más frecuente de democratización de la sociedad, declarando una crítica de fondo al paradigma democrático y a la deriva autoritaria del</p>	<p>Tecnopolítica y Ciberactivismo</p>	<p>Acción Colectiva Participación</p>	<p>Técnica: Etnografía virtual, Monitoreo de Redes.</p> <p>Instrumento: Matriz de Análisis</p>

	estado y las organizaciones tradicionales de participación política. (Sierra & Candón, 2017, págs. 897-898)			
Variable dependiente efecto Comunicación y Acción Colectiva	<p>La Acción Colectiva no es más que la actuación, lucha, movilización conjunta de un grupo de personas con el objeto de conseguir intereses comunes. En la presente investigación hablamos de dicha acción colectiva volcada hacia el ámbito digital y cómo es que los movimientos sociales desarrollan dicha actuación desde las redes sociales para ser visibilizados desde los medios alternativos, ya que los tradicionales no los han tomado en cuenta en sus agendas.</p> <p>Cárcar (2015) menciona que para mantener activo cierto grupo es indispensable que las redes sociales, los sitios web y los blogs de los movimientos estén en constante intercambio con los públicos y de ésta manera las personas puedan estar al tanto de las acciones de los mismos. Perfiles y entradas de los sitios siempre deben estar actualizados si el objetivo es llegar a más personas con los mensajes de los grupos o colectivos online. El intercambio de información es necesario para cumplir con una comunicación bidireccional que ayudará a la retroalimentación de la organización. (Cárcar, 2015, pág. 131)</p>	Comunicación Democracia	Medios Alternativos Contenido y mensajes.	Técnica: Entrevistas Instrumento: Cuestionario de preguntas

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 METODOLOGÍA

3.2 Método de investigación

Se empleó el método de investigación cuantitativo y cualitativo a través de la “etnografía virtual” también conocida como ciber-etnografía, etnografía digital o etnografía de lo digital, este es un método de investigación del escenario online, que aplica procesos etnográficos al estudio de comunidades y culturas establecidas a través de los métodos sociales mediados por una computadora, el cual busca a partir del monitoreo de las Redes Sociales medir la participación de los jóvenes de los diversos colectivos de la ciudad de Riobamba.

Hine (2000) menciona que la etnografía es ideal para este tipo de estudios en el escenario virtual, porque se trata de algo complejo:

En la forma principal, la etnografía consiste en que un investigador se adentre en el escenario que va a estudiar, por un tiempo determinado y tome en cuenta las, las actividades, relaciones y el significado que se concibe entre los participantes de los procesos sociales de ese mundo. El punto clave de la investigación es hacer evidentes ciertas formas de construir sentido de las personas, que suelen ser tácitas o que se dan por supuestas. (Hine, 2000, pág. 13)

3.3 Tipo de investigación

Descriptiva – Cuantitativa

La presente investigación será de tipo descriptiva porque logrará determinar de forma analítica y descriptiva el grado de participación aceptación en los jóvenes de 16 a 30 años en las Redes Sociales como mecanismo de participación acción colectiva en la ciudad.

Según la finalidad

- Básica: Su objetivo primordial es determinar y saber más sobre los conocimientos de una determinada disciplina científica, aunque no se considera prioritaria la aplicación práctica.

Según el alcance temporal

- Sincrónica: Esta busca establecer como es un fenómeno social en un momento determinado.

Según la profundidad

- Explicativa: procura conocer el fenómeno social y sus causas.

Según la amplitud

- Microsociológica: está enfocada a escenarios de preferencia cotidiana. Suele trabajar con universos poblacionales locales.

Según el carácter

- Cualitativa: se orienta a la interpretación de los actores, los propios sujetos que son objeto de investigación.

Según las fuentes

- Primarias: se manejan datos o información que va siendo generada por los mismos investigadores.
- Secundarias: van utilizando información de segunda mano generada con anterioridad o de forma particular a la investigación como; registros, bases de datos y encuestas de carácter oficial.

3.4 Diseño de la investigación

En términos generales, el diseño de una investigación en ciencias sociales que utiliza el tipo de investigación descriptivo será NO EXPERIMENTAL por cuanto no se realiza una manipulación deliberada de variables, no se tiene un control de las condiciones ni un grupo equivalente de comparación. Suele tratarse de reflexiones en contextos o

condiciones naturales con un fin descriptivo, donde el sujeto participa de un grupo de forma previa (Cárdenas y Salinas, 2009).

3.5 Población y muestra

En el presente estudio se determinó la acción social y colectiva de los jóvenes de los movimientos sociales, que participan y manifiesten sus demandas desde las redes sociales y plataformas digitales. Se trabajó de manera específica con los grupos de los nuevos movimientos sociales: feminismo, animalismo, ecologismo de la ciudad de Riobamba, de esta manera se permitió comprender su nivel de interacción con la población y estrategias de participación a través de las redes sociales, es decir su forma de aplicar el ciberactivismo como mecanismo de acción colectiva en la ciudad.

- Población: Colectivos y Organizaciones sociales de Riobamba.
- Muestra: Colectivos: No Esperes A Que Te Pase; Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo Riobamba; Organización de rescate canino Can-Riño; Club de Ambiente y Montaña – Cenit; Colectivo Agro-Ecológico Utopía; Red Provincial y Organizaciones de mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo.

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

- **Etnografía virtual:** análisis de los contenidos planteados por los jóvenes en las plataformas digitales. Monitoreo de perfiles de los colectivos en Redes Sociales para determinar la comunicación y acción colectiva de los jóvenes de 16 a 30 años.
- **Entrevistas a profundidad** para determinar las estrategias de organización y acción colectiva desde el ciberactivismo de las organizaciones seleccionadas de Riobamba.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Matriz de Entrevistados y su nivel de acción.

Tabla 2. Nivel de acción

COLECTIVO	REPRESENTANTE	NIVEL DE ACCIÓN
No Esperes A Que Te Pase	Estefanía Camelos	El colectivo trabaja en la educación, mediatización y erradicación de la violencia contra la mujer en la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo.
Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo Riobamba	Dra. Silvia Ramos	La fundación trabaja por el bienestar animal, las políticas públicas y la educación.
Organización de rescate canino Can-Riño	German Rodríguez	La organización trabaja en la defensa y rescate de los animales desprotegidos que han sido abandonados en la calle.
Club de Ambiente y Montaña - Cenit	William López Calle	El club promueve la práctica del deporte, el cuidado del medio ambiente, el turismo y trabaja en vinculación con la sociedad.
Colectivo Agro-Ecológico Utopía	Roberto Gortaire	El colectivo trabaja por la recuperación de la soberanía alimentaria y la economía solidaria de los pueblos.
Red Provincial y Organizaciones de mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo	Cristina Cucurí	La Red trabaja en el tema de prevención contra la violencia a las mujeres y el acceso a la justicia.

*El nivel de acción indicado en la matriz, corresponde a la información recabada de las entrevistas, y expone la labor que desempeñan cada una de las organizaciones y colectivos que fueron objeto de investigación en el presente trabajo. La tabla marca el colectivo, el nombre de su representante y su área de trabajo.

4.1.2 Matriz de las Entrevistas a los representantes de los colectivos y organizaciones sociales.

La matriz sistematiza las entrevistas a profundidad realizada a los representantes de los colectivos, bajo las categorías de finalidad, cómo toman las decisiones sus representantes, qué dificultades de comunicación tienen, las herramientas y medios utilizados para su comunicación, canales de difusión, rango de edad a los cuales se dirigen, la forma de activismo en redes sociales, qué es lo que demandan a las autoridades, su influencia en redes sociales y en las calles, así como los desafíos en la era de la información.

Las entrevistas son la percepción de EMIC en la etnografía, el punto de vista del investigado, qué es lo que piensan acerca de estas realidades, y después los podemos comparar con los resultados del monitoreo de medios en donde tendremos la percepción de ETIC, es decir el punto de vista técnico del investigador. Los resultados y posiciones entre uno y otro colectivo son bastante interesantes.

Tabla 3. Entrevistas a los colectivos y organizaciones

Colectivo	Representante	Fecha de constitución	Finalidad de la organización	Toma de decisiones	Dificultades de Comunicación	Herramientas y medios utilizados	Canales de difusión	Rango de edad de sus destinatarios	Acción colectiva hacia las redes sociales	Forma de activismo en redes sociales	Demandas a las autoridades	Influencia en redes sociales o movilizaciones en calle	Desafíos de la era de la información
No Esperes A Que Te Pase	Estefanía Camelos	Año 2017	La finalidad del grupo es la de mediatizar los casos de violencia contra la mujer.	Cada tres días se comunican vía Zoom y WhatsApp.	Sus dificultades de comunicación tienen que ver con el tiempo.	Producen varios programas que son transmitidos a través de radio y Facebook Live.	Depende de la edad difunden su información a través de Facebook, Instagram y Twitter.	16 a 34 años de edad.	Refiere que utilizan las redes sociales como herramientas para llamar a la acción, pero no son el fin.	Posteos constantes para mediatizar los casos y para educar a la población	Socialización y ejecución de la ordenanza sobre la erradicación de la violencia de género.	Tienen mayor acogida en la red social Facebook.	Su preocupación está en la calidad de sus contenidos.
Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo	Dra. Silvia Ramos	Año 2010	Trabajar por el bienestar animal, generar políticas	Asamblea con sus voluntarios, ex voluntarios	El tiempo, debido a las actividades de trabajo que	Utilizan WhatsApp, pero Facebook es su principal herramienta	Difunden a través de Facebook, en WhatsApp comparten las	18 a 65 años de edad. Sin embargo su	Menciona que si se ha trasladado a las redes, sin embargo a	PAE realiza publicaciones esporádicas	La Fundación realizó siete intervenciones en el	Ejercen un activismo a “pie calle”, han realizado 4	Su desafío es educar a la gente, en la defender a los

Riobamba			públicas y la educación.	y colaborados más cercanos.	desempeñan, es lo que limita sus horarios.	para atraer al voluntariado.	actividades de la fundación y los medios tradicionales donde son invitados.	público es mayoritariamente femenino, entre 25 y 35 años.	veces solo es para aparentar.	en Facebook	botadero "Porlón", solicitando acceso a las autoridades.	marchas en las que han tenido una buena acogida de personas.	animales y formar voluntarios responsables con la información que comparten.
Organización de rescate canino Can-Riño	German Rodríguez	Año 2015	La defensa de los animales desprotegidos que han sido abandonados en las calles.	Se comunican a través de WhatsApp y mantienen reuniones a través de Zoom.	El representante afirma que no existen problemas de comunicación en su organización.	Tienen un encargado de las plataformas que invita a los jóvenes para que sean voluntarios a través de Facebook y WhatsApp.	La fundación comparte su información a través de dos canales, Facebook e Instagram.	La mayoría de sus destinatarios son jóvenes estudiantes universitarios.	Su fundación también utiliza mucho las redes sociales, porque es una vía de comunicación rápida.	Utilizan las redes sociales para realizar convocatorias a eventos, recaudación ayuda y de vinculación con la colectividad	Su fundación no cuenta con la ayuda. Sobreviven con las donaciones que realiza la gente que los ve en redes sociales	Considera que el mayor impacto está en las redes y por eso se manejan solo en esta.	Educar a la gente, en rescatar a los animales y buscarles un hogar que reúna las perfectas condiciones para la adopción.
Club de Ambiente y Montaña - Cenit	William López Calle	Año 2000	La práctica del deporte, cuidado del ambiente, turismo y vinculación con la sociedad.	En este tiempo de cuarentena se reúnen por la plataforma "Zoom" todos los miércoles.	La familiaridad y el trato que tienen entre los miembros, lo cual termina en charlas que se pueden extender en las reuniones.	Su principal herramienta es relacionarse con la gente.	Su principal canal de difusión en la actualidad es el Facebook.	Las actividades del club están dirigidas a toda la familia.	No son partícipes de un activismo que muestra constantemente sus acciones, o como ellos lo llaman "figureteo", por eso han dejado de postear fotografías	Promover el uso de la bicicleta, el tema ambiental, también trabajan en su comunicación interna e internacional.	La protección del agua, la calle veloz, el parque sucre y participando en la elaboración de documentos en torno al tema de las ciclo vías.	Su actividad está en la calle con la gente, que si bien es cierto las redes convocan y la utilizan como una herramienta de comunicación.	Reconocen como desafío el incluir a las nuevas generaciones para que sean un aporte importante en el tema de los escenarios virtuales.

									de manera continua.				
Colectivo Agro-Ecológico o Utopía	Roberto Gortaire	Año 1998	La recuperación de la soberanía alimentaria y la economía solidaria de los pueblos.	La Canasta comunitaria se reúne quincenalmente, la asociación de agricultores todos los viernes, las cajas de ahorro mensualmente y la fundación cada semana.	Uno de los obstáculos principales es la diferencia de edades en el grupo, porque hay personas adultas entre sus socios a quienes les cuesta más el uso de la tecnología.	Utilizan la herramienta telefónica, el Facebook y los grupos de WhatsApp.	Su información es difundida a través de Facebook, utilizan poco su página web y se mantienen activos a través del WhatsApp.	El representante ante mención a que básicamente su público objetivo es heterogéneo.	La acción colectiva en las redes sociales no puede sustituir el desarrollo real, sin embargo, las redes sociales las utilizan como herramientas para facilitar los procesos de comunicación.	Debido al confinamiento, las redes sociales se han activado unas 10 veces más en los espacios de conversaciones que tenían regularmente.	El colectivo se ha sumado a los reclamos y demandas con otras organizaciones, han realizado manifestos políticos en temas relacionados con el abastecimiento alimentario.	Considera que nunca se va a lograr el mismo impacto en las redes sociales que estando cara a cara con la gente.	Tener la habilidad de manejar las herramientas y saber aprovecharlas, también que es importante tener los pies sobre la tierra ya que las redes sociales no son el fin.
Red Provincial y Organizaciones de mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo.	Cristina Cucurí	Año 2006	La finalidad del grupo es trabajar en el tema de prevención contra la violencia a las mujeres y el acceso a la justicia.	Las organizaciones de cada comunidad se reúnen al mes, la red se reúne cada dos meses con las directivas.	El tema económico en cuestión del traslado desde las comunidades hacia la ciudad. El acceso a las herramientas tecnológicas.	Comenta que solían tener varios programas radiales, llamadas telefónicas como forma de comunicación y visitas a las organizaciones comunitarias.	Difunden sus actividades a través de Facebook y utilizan formas alternativas de comunicación, como los talleres de formación y discusión.	La organización ha llegado con sus acciones a mujeres de entre 16 a 70 años de edad.	La acción colectiva si se está trasladando a las redes, sin embargo no es generalizado, porque en los sectores rurales tienen a mujeres de 40, 50 años	Utilizan más los medios alternativos de comunicación como forma de organización, discusión y para la creación de propuestas.	Una de sus demandas es la creación del Banco para mujeres y el acceso de las mujeres al sistema de justicia comunitaria, es decir a la justicia indígena.	La directora comenta que nada reemplazará la lucha en las calles, que lo mejor sería combinar estas dos acciones.	El desafío que han identificado es el de incluir a nuevas jóvenes, es decir involucrarlas para que se unan a la lucha y ayuden al colectivo

4.2 Manual de codificación para la etnografía virtual de los colectivos

1. Mes

1	OCTUBRE - FEBRERO
2	MAYO

Se tomó estos meses por tratarse de los más representativos en la realidad del Ecuador y en los años 2019 y 2020. De octubre a febrero tal como se planteó el tiempo de estudio. Durante el mes de octubre se dieron las manifestaciones en contra de las medidas económicas del gobierno de Lenin Moreno hasta el mes de febrero por ser un mes tranquilo de aparente normalidad, sin embargo, se decidió agregar el mes de mayo, dado que el Ecuador, así como el mundo atravesó la pandemia y el confinamiento, y nos interesó saber cómo interactuaron los colectivos.

2. Colectivo

1	NEAQTP
2	PAE
3	CANRIÑO
4	CENIT
5	UTOPIA
6	MUJERES

Para el análisis a través de etnografía virtual en la red social Facebook, se contempló a los seis colectivos y organizaciones sociales de la ciudad de Riobamba, que tienen mayor tiempo desarrollándose en su área de trabajo en la sociedad. El colectivo feminista, “No Esperes A Que Te Pase”; La fundación animalista, “Protección Animal Ecuador”; La organización de rescate animal, Can-Riño; “El club de Ambiente y Montaña Cenit”; La Organización Comunitaria “Utopía” y la Red Organizaciones de Mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo.

3. Momento del Día

1	MAÑANA
2	TARDE
3	NOCHE

Para efectos de este análisis “El momento del día”, se refiere a las horas de mayor actividad de publicación en la red social, de cada colectivo.

La importancia de analizar el horario de publicación de los colectivos radica en el valor de las lógicas de producción en las redes sociales, las cuales establecen los parámetros que se deben seguir para mantenernos cerca de nuestro público y llamar su atención para que interactúen con los contenidos posteados. Es indispensable revisar el momento del día que se realiza una publicación, porque de ello depende la atención que vamos a captar de los seguidores de la página, según los expertos en social media, en el Feed de Facebook una publicación se mantiene alrededor de 3 horas.

Según la investigación realizada por el sitio web de gestión de redes sociales SproutSocial (2020), los mejores horarios de publicación en Facebook están ubicados entre la mañana a las 11:00 am y en la tarde hasta las 14:00 pm. Los días de mayor tráfico en la red social son los miércoles y jueves. (SproutSocial, 2020)

4. Intención

1	DENUNCIA
2	APOYA
3	EDUCA
4	INFORMA
5	ENTRETIENE
6	CONVOCA

La intención es otra parte sustancial de las lógicas de producción en las redes sociales y representa el propósito mediante el cual fue hecha la publicación, Para esto se ha propuesto seis indicadores según corresponda la publicación para analizar, tales como:

“Denuncia”, que quiere decir dar aviso, comunicar sobre alguna injusticia a las autoridades; “Apoya”, ayudar, colaborar a las personas para que puedan cumplir algo o desarrollen algo por medio de nuestro apoyo; “Educa”, publicaciones que tengan datos que aporten a la formación de los seguidores en temas específicos de las áreas en las que se desempeña el colectivo; “Informa”, qué datos aportan los colectivos para que los seguidores estén al tanto de la página; “Entretiene”, cuáles son las actividades que ayudan a enganchar a los seguidores de la página, memes o publicaciones divertidas para mantener la atención de los fans, y finalmente; “Convoca”, las invitaciones abiertas que hacen de los colectivos y organizaciones para que las gente se una y apoye una causa en común, es decir para que participe de las actividades del grupo.

5. Recursos

1	FOTOGRAFÍA
2	VIDEO
3	AUDIO
4	ENLACE
5	TEXTO
6	INFOGRAFÍA
7	MEME
8	GIFT
9	ILUSTRACIÓN

“Los recursos” son las herramientas audiovisuales que fueron empleadas para difundir el mensaje en las publicaciones de los colectivos.

En la actualidad los usuarios de las redes sociales han cambiado su comportamiento de consumo, ahora se habla del Visual Content, los internautas prefieren el contenido visual, los videos, las infografías e ilustraciones se han convertido en una herramienta esencial para las organizaciones.

Para los expertos en marketing digital de la empresa 080digital (2020) los posts en Facebook con imágenes, producen mayor engagement, a diferencia de aquellas publicaciones sin imágenes, esto quiere decir que llaman más la atención de nuestros seguidores. Un 46% de los expertos en el Marketing de Social Media, refieren que las

fotografías e imágenes son primordiales para establecer estrategias de contenido. (080digital, 2020)

6. Fuente

1	PRIMARIA
2	SECUNDARIA
3	TERCIARIA

La fuente representa la procedencia de las publicaciones: Primaria, cuando el contenido de las publicaciones proviene directamente de la organización; Secundaria, cuando el contenido de la fuente primaria es sintetizado y reorganizado, estos parten de datos pre-elaborados; Terciaria, son consideradas fuentes de información secundarias sobre fuentes de información secundaria, lo que está compuesto por terceras fuentes, las cuales parten de una segunda fuente que referencia a una primaria.

Según Miranda (2009) las fuentes primarias, son aquellas que tienen la información original, que fue posteada de primera mano y que no ha sido filtrada o interpretada eventualmente por nadie más. Las fuentes de información secundarias parten de datos preexistentes, es información sintetizada y reorganizada, este tipo de fuentes pueden proceder de fuentes oficiales y fuentes privadas. (Miranda & Acosta, 2009)

4.2.1 Análisis e Interpretación de los datos de las publicaciones.

Tabla 5. Análisis de la Etnografía Virtual

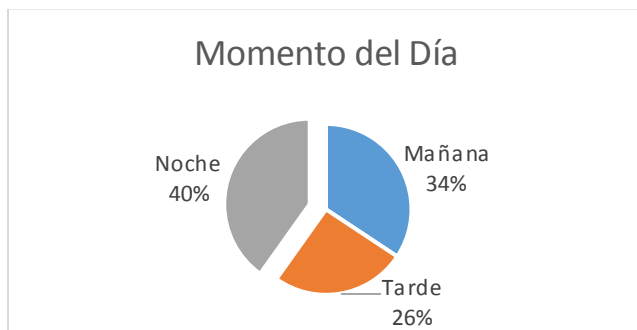
Colectivo	Nombre Página Oficial	Número de seguidores (corte junio 2020)	Año de creación de la página	Número de publicaciones Octubre, Febrero y Mayo	Días de mayor publicación
No Esperes A Que Te Pase	No esperes a que te pase	6 000	23 de octubre de 2018	Total: 274	Martes, viernes y sábado.
Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo Riobamba	Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo Riobamba	20 000	11 de noviembre de 2010	Total: 154	Miércoles, jueves y viernes
Organización de rescate canino Can-Riño	Can-Riño Riobamba	5 726	12 de agosto de 2016	Total: 171	Lunes, viernes y domingo
Club de Ambiente y Montaña - Cenit	Club de Ambiente y Montaña - CENIT	785	6 de febrero de 2015	Total: 16	Jueves, miércoles y viernes
Colectivo Agro-Ecológico Utopía	Canasta Comunitaria Utopía	1 713	21 de junio de 2016	Total: 10	Miércoles y jueves.
Red Provincial y Organizaciones de mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo	Red Organizaciones De Mujeres Kichwas Y Rurales De Chimborazo	868	17 de mayo de 2012	Total: 1	Sábado

El análisis se realizó a los seis colectivos que están señalados en la matriz, el número de seguidores corresponde al número de me gusta que tienen en su página oficial hasta el mes de junio del 2020, en cuanto al año de creación de la página de cada organización está indicado respectivamente en la presente tabla. El número de publicaciones pertenecen a los meses de estudio de octubre y mayo y por último los días de mayor publicación. *Es importante aclarar que los días de mayor tráfico según la en Facebook son los miércoles y jueves. Algunos colectivos si cumplen esto.

Colectivo No Esperes A Que Te Pase

Horas de mayor publicación del colectivo

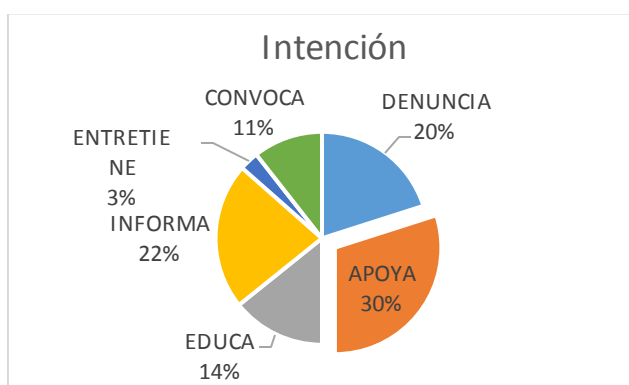
Gráfico 3. Momento del día



Interpretación: La página del colectivo NEAQTP mantiene un flujo constante de interacción con sus seguidores en la noche, y a ello se debe sus post's en ese horario, porque tienen varias actividades educativas, por ejemplo: las transmisiones en directo desde la página, las reuniones en los diversos temas que manejan. Sin embargo, siempre se mantienen activas durante el día, esto porque reciben mensajes constantemente de denuncias o solicitando ayuda, por ello en este escenario virtual su trabajo se vuelve de 24 horas, atendiendo al llamado de las mujeres.

El objetivo de las publicaciones

Gráfico 4. Intención

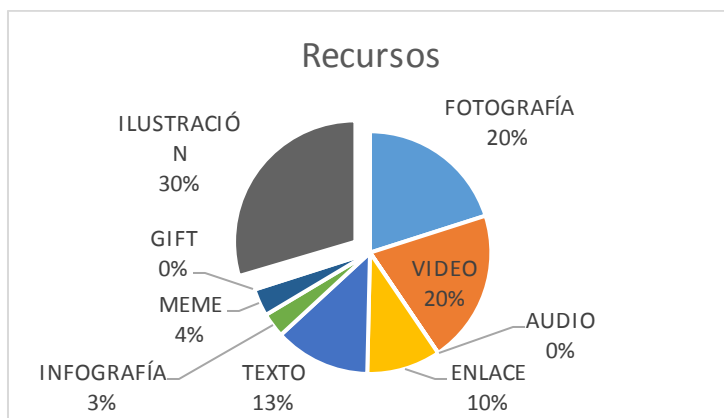


Interpretación: Según menciona la representante, las publicaciones del colectivo manejan varios objetivos fundamentales, que son los de apoyar, es decir viralizar las causas y exponerlas para que la sociedad se sume a la acción colectiva, también su finalidad es de informar sus actividades en torno a los temas que aborda el colectivo de mujeres, también denunciar los

actos de injusticia frente a las autoridades y lo que consideran muy importante, el educar a la población en los temas de violencia contra la mujer.

Recursos para las publicaciones

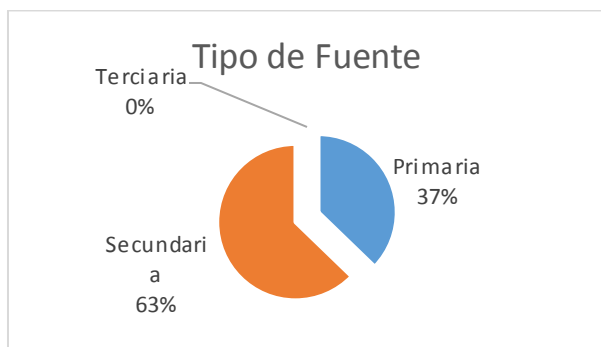
Gráfico 5. Recursos



Interpretación: El equipo encargado de manejar las redes sociales del colectivo feminista prefiere utilizar recursos más visuales, como las imágenes y el video ya que el público objetivo de la organización es en su mayoría joven. Como ya lo mencionábamos antes, en la actualidad lo que prefieren los jóvenes es el Visual Content, ya que este es más fácil y rápido de entender y compartir a través de las distintas redes sociales.

Fuente de las publicaciones

Gráfico 6. Tipo de Fuente

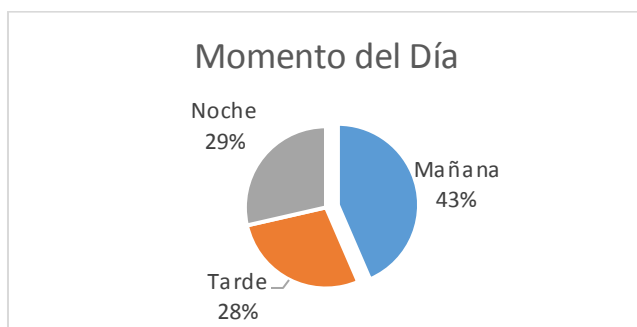


Interpretación: La mayoría de publicaciones de la página del colectivo provienen de fuentes secundarias, las cuales son oficiales ya que forman parte del Consejo de la Municipalidad por los derechos de las mujeres y también de fuentes privadas, es decir comparten información de otras páginas con temas que tienen que ver con sus objetivos. Menos de la mitad de sus post's son originales, creados por los miembros del equipo que se encargan de manejar las redes sociales del colectivo.

Fundación Protección Animal Ecuador – Capítulo Riobamba

Horas de mayor publicación del colectivo

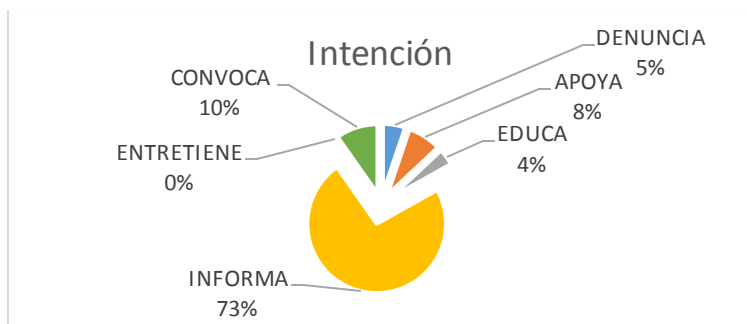
Gráfico 7. Momento del día



Interpretación: La organización tiene un equipo que se encarga de las publicaciones en las redes sociales, según la directora de la fundación, se trata de voluntarios jóvenes estudiantes que tienen acceso a un celular y pueden publicar la mayor parte del día. Como se había mencionado sobre las lógicas de producción en cuanto al tráfico en redes sociales, efectivamente la página de PAE cumple con los horarios más óptimos para realizar los posteos, siendo la mañana el horario más efectivo con el que se comunican con su público.

El objetivo de las publicaciones

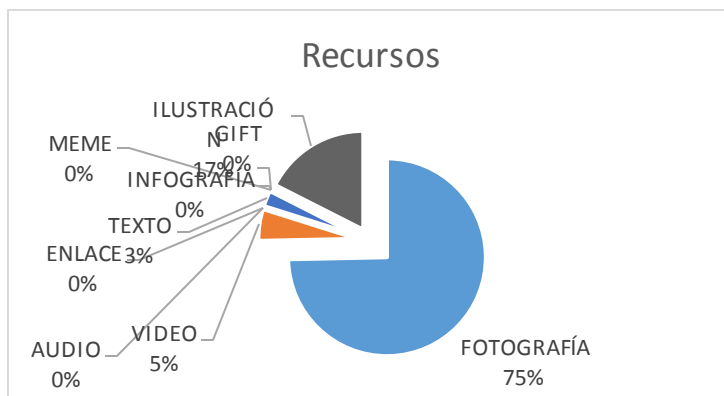
Gráfico 8. Intención



Interpretación: Es evidente que el objetivo de PAE es el de informar, ya que ellos se encargan constantemente de campañas de esterilización y adopciones, rescates y animales extraviados, esta última actividad es solicitada por las personas que han perdido a sus mascotas.

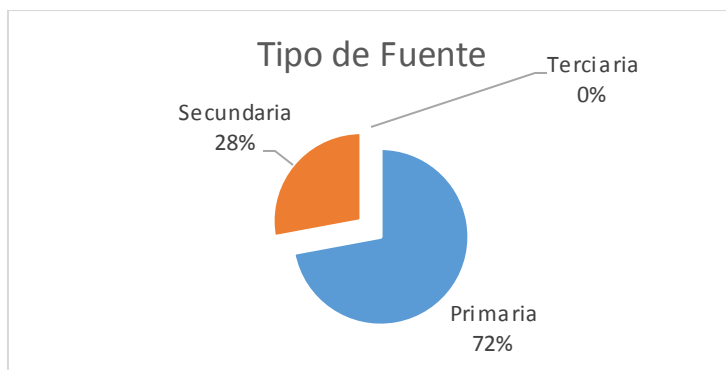
Recursos para las publicaciones

Gráfico 9. Recursos



Interpretación: En la mayor parte de publicaciones utilizan fotografías, porque la fundación se encarga de ayudar a los ciudadanos que solicitan encontrar mascotas extraviadas, también comparten constantemente ilustraciones para convocar a jornadas de adopción y esterilización. Las publicaciones que manejan son efectivas, en su mayoría visuales ya que esto permite la multimedialidad, es decir compartir rápidamente a través de diversas plataformas su mensaje.

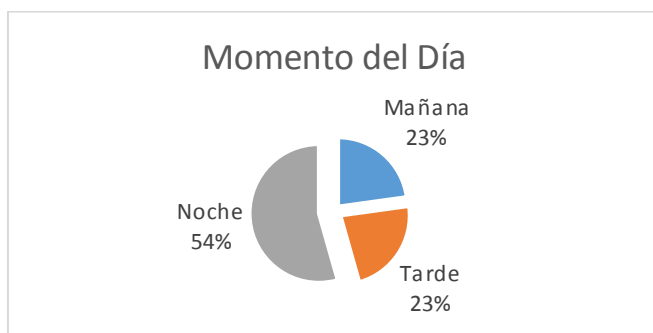
Fuente de las publicaciones

Gráfico 10. Tipo de Fuente

Interpretación: Casi todas las publicaciones que realiza PAE en su página oficial son generadas por su equipo voluntario, es decir utilizan sus propios recursos, ellos captan fotografías y videos de los animales a los que ayudan y luego comparten dichos post's, aunque también comparten desde otras páginas aliadas.

Organización de rescate animal Can-Riño

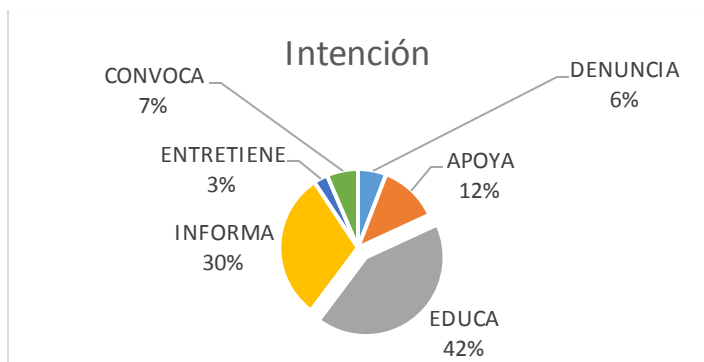
Horas de mayor publicación del colectivo

Gráfico 11. Momento del día

Interpretación: La organización tiene varios encargados de las publicaciones, casi todas se realizan en la noche porque en ese horario reciben varias denuncias de animales extraviados o colaboraciones para su organización. Según su representante, durante el día se registran las actividades dentro del albergue para compartirlo con sus seguidores.

El objetivo de las publicaciones

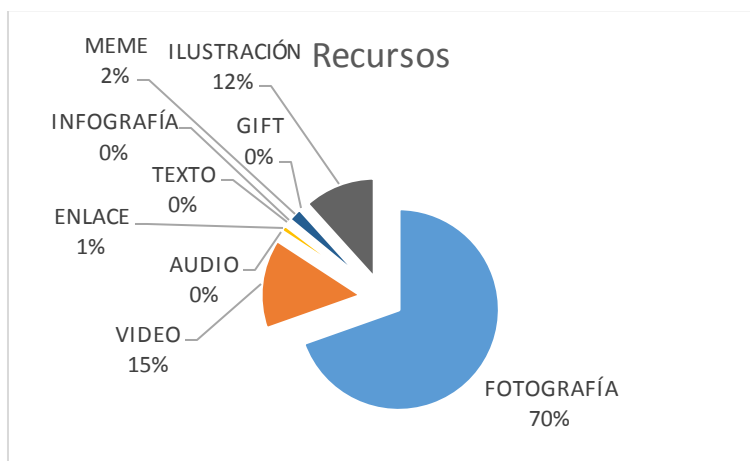
Gráfico 12. Intención



Interpretación: La organización en sus publicaciones tiene el objetivo de educar a la ciudadanía riobambeña sobre el trato a los animales. También muestran las actividades que realizan, y se encargan del rescate de animales de la calle que se encuentran en situación vulnerable.

Recursos para las publicaciones

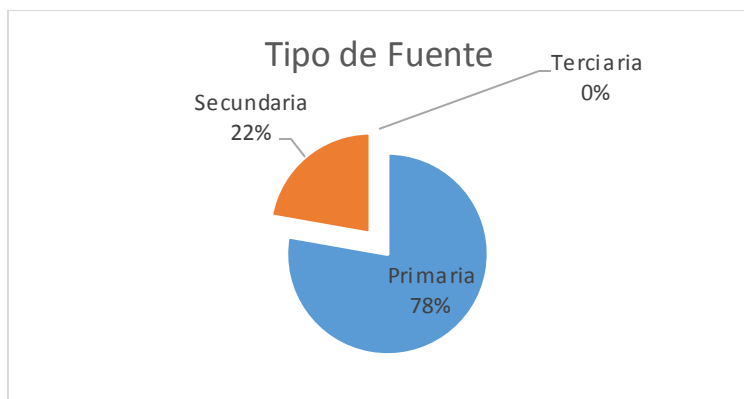
Gráfico 13. Recursos



Interpretación: La mayoría de las publicaciones de Can-Riño son fotografías, ya que informan de los rescates de los animales más vulnerables encontrados en las calles. El contenido visual es más rápido de compartir y llega a todos los usuarios a través de las diferentes plataformas.

Fuente de las publicaciones

Gráfico 14. Tipo de Fuente

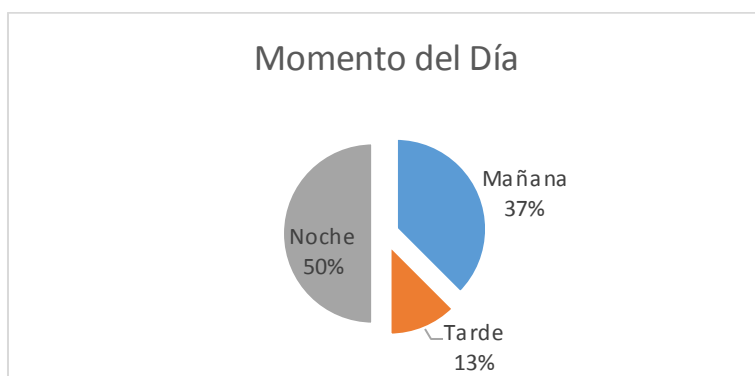


Interpretación: La organización de rescate animal realiza sus publicaciones tomando sus propios recursos ya que ellos se encargan de captar sus rescates y adopciones. En sus post's también agradecen la ayuda de sus colaboradores cuando les apoyan con recursos, toda esta información la comparten originalmente desde la página. No obstante, también comparten publicaciones de otras páginas relacionadas con el mismo tema del cuidado y rescate animal.

Club de Ambiente y Montaña – Cenit

Horas de mayor publicación del colectivo

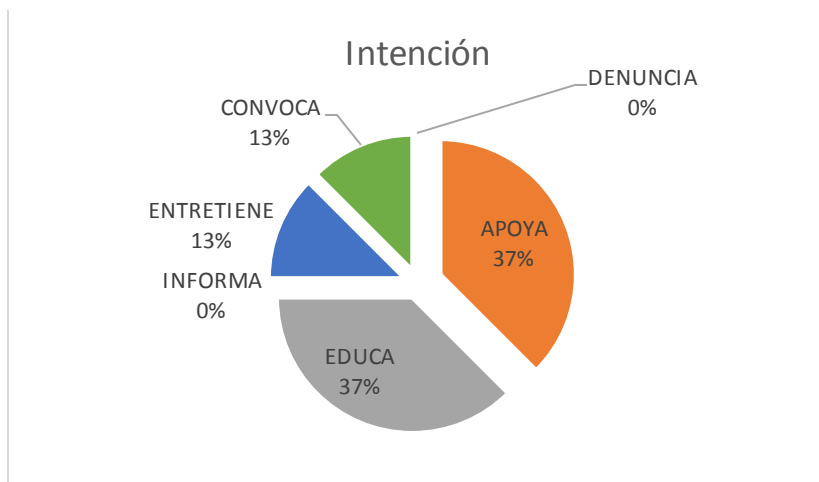
Gráfico 15. Momento del Día



Interpretación: Los miembros del club durante la entrevista mencionan que la mayoría de miembros del colectivo son profesionales, que atienden diversas actividades en sus respectivos trabajos, es por ello que es más fácil publicar en el horario de la noche también porque a esa hora convocan a las actividades deportivas y cuando tienen posibilidad publican en la mañana y tarde.

El objetivo de las publicaciones

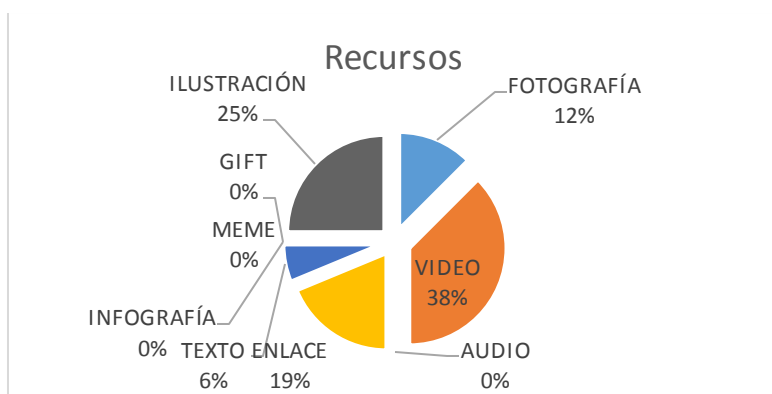
Gráfico 16. Intención



Interpretación: La razón de ser del Club según sus miembros es de apoyo a las causas, ellos realizan escritos y se presentan con las autoridades a través de documentos oficiales para acelerar los procesos de acción, también cumplen con la intención de educar a la ciudadanía en el tema sobre el medioambiente, uso de las bicicletas y actividades de montaña.

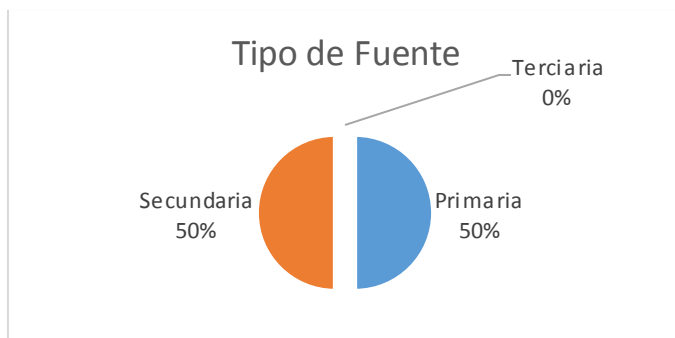
Recursos para las publicaciones

Gráfico 17. Recursos



Interpretación: Más de la mitad de sus publicaciones son realizadas a través de videos porque muestran sus actividades para que otras personas se animen a participar del club y sus eventos, también utilizan recursos visuales como la fotografía y las ilustraciones para convocar a sus seguidores.

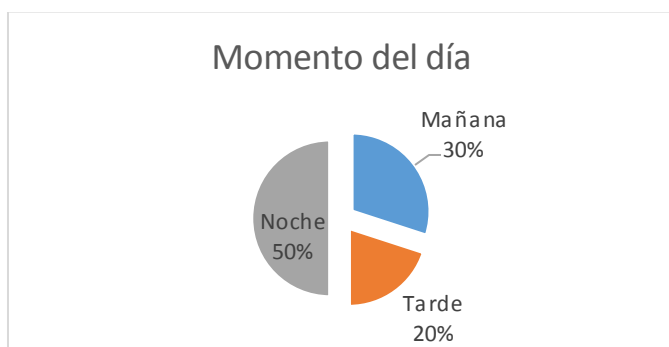
Fuente de las publicaciones

Gráfico 18. Tipo de Fuente

Interpretación: Las publicaciones que realiza el club son propias porque se tratan de las actividades que van realizando como grupo, aunque también comparten publicaciones de otras páginas que manejan los mismos temas sobre el cuidado del medio ambiente y el deporte, especialmente bicicleta y actividades al aire libre.

Organización Comunitaria Utopía

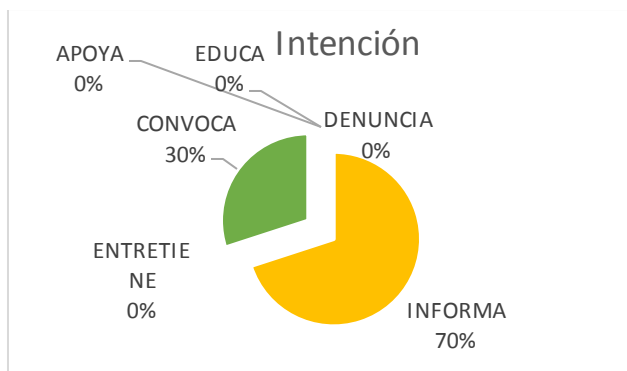
Horas de mayor publicación del colectivo

Gráfico 19. Momento del día

Interpretación: A pesar de que no registran muchas publicaciones durante los meses analizados, se reconoce la noche como su mayor momento de publicación, esto debido a que su público objetivo está compuesto generalmente por personas adultas que trabajan durante el día y esto influye mucho en su horario de tráfico web.

El objetivo de las publicaciones

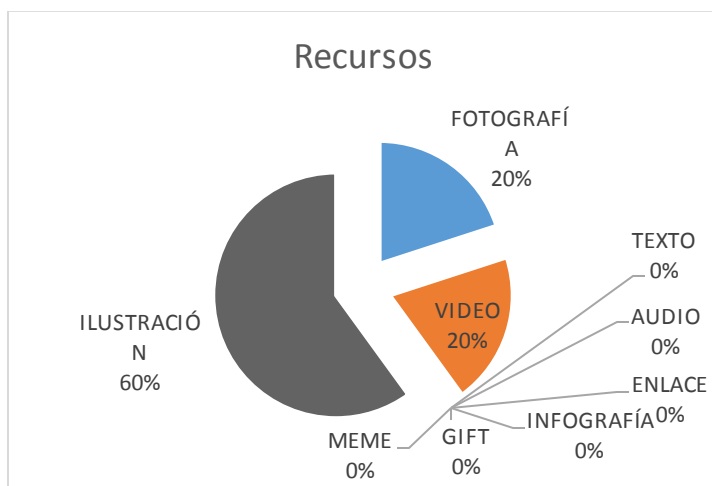
Gráfico 20. Intención



Interpretación: La mayoría de sus posts tratan sobre informar las actividades que desempeñan a sus seguidores, esto se complementa con la intención de convocatoria para llamar a participar de sus acciones.

Recursos para las publicaciones

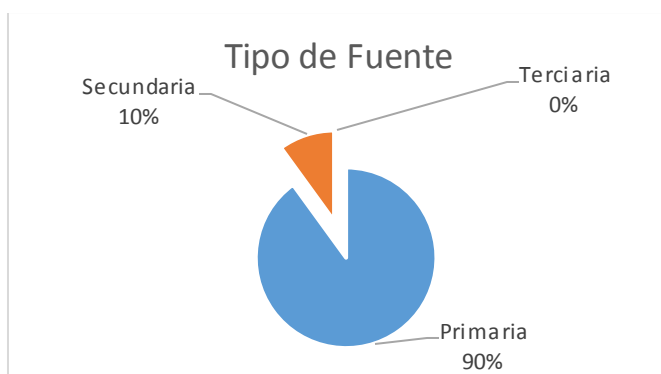
Gráfico 21. Recursos



Interpretación: Realizan más ilustraciones sobre sus actividades para invitar a los ciudadanos a participar de sus eventos, también utilizan por igual fotografías y videos en sus posts.

Fuente de las publicaciones

Gráfico 22. Tipo de Fuente



Interpretación: Las publicaciones de Utopía en su mayoría son propias porque son actividades propias de la organización comunitaria, en un porcentaje mínimo del 10% se podría decir que comparten información de páginas de otras organizaciones.

Red Provincial y Organizaciones de mujeres Kichwas y Rurales de Chimborazo

La Red de mujeres Kichwas en su página oficial solo registran publicaciones desde el 2013 y tan solo una en el 2019 el 12 de octubre, en horas de la tarde con la intención de apoyar las manifestaciones indígenas por el paro nacional contra las medidas del Gobierno del presidente Moreno, el recurso utilizado en la publicación fue un video compartido desde una fuente secundaria perteneciente a otra página de un medio local. Dicha publicación es la última de la que se tiene registro en la página de la organización, no se registra nada en el año 2020, esto debido a la falta de recursos en los sectores indígenas, lo que las pone en una clara posición de desigualdad, otro factor es la falta de tiempo para publicar y el desconocimiento para la utilización de los recursos tecnológicos, según menciona la directora de la Red de Mujeres.

4.3 Discusión de Resultados

La presente investigación tuvo como finalidad identificar cómo se desarrolla el ciberactivismo en los colectivos y organizaciones más representativos por su línea de acción social en la ciudad de Riobamba. Con el apoyo de las entrevistas y la etnografía virtual se pretendió analizar los procesos comunicativos de dichos grupos sociales, tanto en las calles como su presencia en la red social Facebook.

Para la extracción de datos de la investigación a los colectivos de la ciudad, se optó por analizar los meses de octubre – febrero tal como se planteó en el tiempo de estudio y mayo por ser el más particular debido a la situación que han figurado tanto a nivel nacional como internacional, de octubre a febrero por las manifestaciones debido a las medidas económicas anunciadas por el gobierno ecuatoriano, los siguientes meses los tomamos como neutros para ver cómo interactúan los colectivos en meses sin fechas especiales y el mes de mayo por la cuarentena decretada por la pandemia global de Covid-19, el cual se optó para observar cómo interactúan los colectivos.

Se realizó entrevistas a los representantes de los seis colectivos, para tener una visión clara de la situación de cada una de las organizaciones sociales y su nivel de acción tanto en las redes sociales como en las calles. También se estructuró una matriz de análisis etnográfico virtual de los colectivos en la red social Facebook, para medir la participación de las organizaciones en los meses antes mencionados.

4.3.1 Presencia en Facebook

Tres de los seis colectivos y organizaciones analizadas tienen mayor presencia en Facebook, se tratan de: NEAQTP con (6 000 seguidores), PAE - RIOBAMBA (20 000 seguidores) y CAN-RIÑO (5 726 seguidores) los cuales también tienen más publicaciones a lo largo de los meses observados. En cuanto a los demás grupos, registran una menor actividad en la red social, CLUB CENIT (785 seguidores) CANASTA UTOPIA (1 713 seguidores) MUJERES KICHWAS (868 seguidores), estos últimos presentan pocas publicaciones en los meses de estudio.

4.3.2 Análisis - Realidad Social

Los colectivos feministas, No esperes a Que Te Pase y la Red de Mujeres Kichwas persiguen un objetivo en común que es la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, no obstante individualmente su realidad es distinta, en la ciudad es más fácil acceder a las nuevas tecnologías de información y comunicación, el internet es más rápido y por lo general la mayoría de personas que tienen acceso al mismo, poseen más recursos económicos en comparación a las mujeres indígenas campesinas.

Según la entrevista realizada a la directora de la Red, Cristina Cucurí, el acceso a las herramientas tecnológicas en los sectores rurales es una gran limitación para poder llegar a la gente, esto se evidencia en la etnografía virtual que registra una actividad casi nula de la página de la organización en los últimos años, por eso piensa que las redes sociales jamás reemplazarán la lucha en las calles y plantea la combinación de ambas para lograr la acción colectiva deseada. Cabe recalcar que la Red de Mujeres Kichwas de Chimborazo si recibe el apoyo del colectivo NEAQTP, el cual se mantiene activo y tiene una gran presencia en Facebook, de esa forma ayudan a llegar a todos los rincones de la ciudad y la provincia, para que más mujeres tengan el apoyo de las organizaciones.

4.3.3 Análisis generacional

Los colectivos PAE – Riobamba, Can-Riño y NEAQTP son básicamente nuevos en comparación al resto de colectivos que llevan más de una década funcionando en la ciudad, por eso tienen mayor afinidad con las redes sociales porque sus voluntarios y voluntarias son jóvenes que tienen afinidad con el uso de las redes sociales y las TIC.

El representante de la organización de rescate animal Can-Riño menciona que tienen mayor actividad en Facebook y que todo lo realizan por medio de esta red social, al principio manifestaban su opinión en las calles, sin embargo, no eran tomados en cuenta por las autoridades. Aquí se marca claramente la diferencia con PAE cuya representante menciona que la acción que ellos realizan está en las calles y que las redes sociales tan solo son el complemento comunicacional del activismo, que este debe ser a pie de calle.

Para las colectivas de No esperes a que te pase Facebook es una gran herramienta que ayuda a la mediatización de los casos, su representante menciona que tienen mayor impacto en las redes sociales que en las calles, el colectivo organiza varios escenarios dentro y fuera de las redes sociales, espacios de discusión que son retransmitidos a través de la radio y Facebook live, estos espacios son: El Aquelarre, El cafecito feminista, Nuevas masculinidades, entre otros, pese a esto comenta que Facebook es una herramienta que sirve para llamar la atención, mas no es el fin, es decir que el activismo está con la gente y no solamente en el mundo virtual.

El club Cenit, Utopía y la Red de mujeres Kichwas son organizaciones que tienen más de 20 años trabajando con la gente en su área de acción social. Según sus representantes, tienen mayor aceptación de las personas en su actividad real, la mayoría de los miembros de dichos colectivos

son personas adultas y su público objetivo son las familias. A pesar de ello, estos grupos sienten la necesidad de sumar más voluntarios jóvenes, para que aporten su conocimiento en el campo de la tecnología y así puedan utilizar las redes sociales como un aliado de comunicación con la gente.

En la entrevista con el club Cenit, sus integrantes mencionan que el activismo debe un ejercicio de ayudar a la sociedad, no de popularidad, o “figureteo”, por eso no postean fotografías personales para ganar la aceptación de la gente, sino que comparten un poco de las actividades que realizan con las familias, tanto con los temas medioambientales y la bicicleta.

El especialista en comunicación digital refiere que en la actualidad es oportuno ir generando otras formas de movilización social desde las plataformas digitales, pero que también se deben construir espacios de reflexión con ayuda de los elementos transmedia, sea así una unión de las herramientas comunicacionales tanto tradicionales, alternativas y digitales, combinando el periodismo con el activismo, adecuando los mensajes para transmitirlos en todas las plataformas y así llegar a más gente. En conclusión, la acción colectiva debe integrarse tomando en cuenta dos caminos, tanto como el escenario digital, así como el espacio de la calle, lugares donde incumbe que se presente actividad importante de la gente.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El escenario virtual se ha convertido en una parte fundamental de la vida de las personas y más aún en este tiempo de cuarentena por la pandemia de covid-19, las reuniones, clases y charlas han tenido que trasladarse a las plataformas de comunicación; las organizaciones, grupos y colectivos sociales han visto la necesidad de mantenerse activos en redes sociales, para no perder esa conexión con sus voluntarios y el público meta. Empero, esto no significa que se deba reemplazar la interacción personal con los miembros de los grupos, por ello esperan que pronto puedan estar cerca de las personas y así fortalecer ese lazo de hermandad que han ido formando a lo largo de los años.
- Los colectivos cambian su manera de activismo al escenario virtual, desde allí es más fácil que los jóvenes participen de los contenidos compartidos por los movimientos sociales, se generan espacios de reflexión constante, como debates y charlas a través de Facebook live. Desde las plataformas se convoca a la gente para que apoyen las causas y se movilicen, las redes sociales son mecanismos de comunicación para llamar a la acción en las calles, para manifestarse, educar, mediatizar los casos y denunciar las injusticias.
- El contenido de las organizaciones sociales posteoado en Facebook es en su mayoría visual, la gente prefiere ver las actividades a través de fotografías, videos, transmisiones en directo y compartirlo a sus amigos para apoyar a los grupos, de este modo los jóvenes descubren su postura ideológica y van construyendo su pensamiento crítico en sociedad. De este modo la forma de hacer activismo en la actualidad es influenciada por los cambios que ocurren en la sociedad y como la juventud mira la política.

5.2 RECOMENDACIONES

- La actividad de ciberactivismo en el campo y periferias es casi nula debido a la dificultad en la conectividad, la falta de recursos y la experticia en los temas tecnológicos, allí todavía es primordial el uso de los medios tradicionales y alternativos de comunicación. Los representantes de las organizaciones deben solicitar ayuda a las Universidades para que capaciten a los miembros de los grupos y así puedan ir generando información en sus páginas que están un tanto abandonadas, de ese modo podrán atraer a más voluntarios jóvenes que se comprometan y más adelante puedan tomar la posta de los colectivos y con su ayuda llevarlos al siguiente nivel.
- No se debe concentrar únicamente el trabajo de los colectivos en las redes sociales, es importante mantener ese contacto directo con las personas, para afianzar un lazo de confianza y compromiso con la razón de ser de los movimientos sociales.
- Debe visualizarse el ciberactivismo como un complemento para la acción social, porque es desde la web donde se convoca a la manifestación de la gente y se educa en los temas concernientes a la actividad de los grupos, pero la acción colectiva finalmente no debe separarse de las calles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvaro, C. (2019). *Análisis de la página de facebook del movimiento feminista vivas nos queremos - Ecuador en un grupo de jóvenes universitarios*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Aquino, A. (2016). *Evolución de la Web*. Asunción: Universidad Católica "Nuestra Señora de la Asuncion".
- Astudillo, J., & Villasante, T. (2016). *Participación social con metodologías alternativas desde el Sur*. Quito: Abya-Yala.
- Ávalos Torres, M. (2019). Comunicación popular y comunitaria en el levantamiento indígena de 1990: escuelas radiofónicas populares del Ecuador en la disputa del sentido político y comunicacional. *Kairós. Revista De Ciencias Económicas, Jurídicas Y Administrativas*, 2(2), 38-50. <https://doi.org/10.37135/kai.003.02.03>
- Ávalos, M. B. (2017). *Comunicación contrahegemónica, ventriloquía y lenguaje de contienda en Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador y Movimiento Indígena de Chimborazo 1960- 1990*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Baecker, D. (2017). Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad. *Revista Mad*, 1-20.
- Barandiaran, X. (2019). Tecnopolítica, municipalismo y radicalización democrática. *Ciudades Democráticas. La revuelta municipalista en el ciclo post-15M .*, 173-207.
- Bech, J. (2015). *Comunicación y cultura: conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación*. México, D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Calderón, F. (2017). *La construcción social de los derechos y la cuestión del desarrollo : antología esencial de Fernando Calderón Gutiérrez / Fernando Calderón; prólogo de Alain Touraine*. Buenos Aires: CLACSO.
- Cárcar, J. (2015). Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral? *Ícono 14*, 125 - 150.
- Carrera, F. (2015). La Participación Ciudadana y Control Social en Ecuador. *Uniandes Episteme*, 47-65.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Barcelona: Icaria Editorial.

- Castells, M. (2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. OpenMind.
- Gima, N. (30 de 09 de 2019). *HostGator*. Obtenido de HostGator: <https://www.hostgator.mx/blog/evolucion-del-diseno-web/>
- González, G., Becerra, M. T., & Yanez, M. (2016). Ciberactivismo: nueva forma de participación para estudiantes universitarios. *Comunicar*, 47 - 54.
- Guilló, M., & Mancebo, J. (2017). Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales. *Mhcj*, 413-434.
- Kurban, C., Peña, I., & Haberer, M. (2017). ¿Qué es la tecnopolítica? Un esquema conceptual para entender la política en la era digital. *Derecho y Política*, 3-20.
- La Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. *Correspondencias & Análisis*, 47-60.
- Latorre, M. (2018). *Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0, 4.0*. Lima: Universidad Marcelino Champagnat.
- Luhmann, N. c. (2013). Niklas Luhmann's Magnificent Contribution to the Sociological Tradition: The Emergence of the Knowledge-Based Economy as an Order of Expectations. *SSRN Electronic Journal*.
- Mc Adam, D., Tarrow, S., & Tilly, C. (2005). *Dinámica de la contienda política*. Barcelona: Editorian Hacer.
- Melucci, A. (2020). Las teorías de los movimientos sociales. *Estudios Políticos*, 67-77.
- Melucci, A. (2020). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: El Colegio de México.
- Mera, M. (2015). *Análisis del ciberactivismo político de las campañas electorales de Augusto Barrera y Mauricio Rodas para alcalde de Quito en la red social Facebook*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Miranda, U., & Acosta, Z. (2009). *Fuentes de Información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa*. Ica: Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.
- Perera, A. (2017). Web 2.0 ¿Para qué? ¿Cómo nos puede ayudar la web 2.0 a cambiar las organizaciones? *Web 2.0* (págs. 1-21). La Habana: Red de Salud de Cuba.

- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Bogotá: Envión.
- Reguillo, R. (2017). Paisajes insurrectos. Madrid: NED Ediciones.
- Rodríguez, A. (2018). *Redes de comunicación y acción colectiva: análisis del uso de Facebook en organizaciones de ciclistas de Quito*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.
- Ruiz, M. d., & Aguirre, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 67-96.
- Salinas, P., & Cárdenas, M. (2009). Métodos de Investigación Social. *Intiyan*, 263-270.
- Shannon, C. E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. *The Bell System Technical Journal*, 379-423, 623-656.
- Sierra, F., & Candón, J. (2017). CIUDADANÍA, INTERNET Y COMPORTAMIENTO POLITICO: La irrupción de los nativos digitales en el sistema político español. *Communication and Citizenship del XV Congreso IBERCOM* (págs. 897-923). Lisboa: Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica Portuguesa.
- SproutSocial. (04 de 05 de 2020). *SproutSocial*. Obtenido de SproutSocial: <https://sproutsocial.com/insights/facebook-stats-for-marketers/>
- Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento*. Madrid: Alianza Editorial.
- Tilly, C., & Wood, L. (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008 desde sus orígenes a facebook*. Barcelona: Egedsa.
- Vera, C. (2013). *Investigación etnográfica virtual de la construcción del ciberactivismo internacional: análisis del movimiento #Yosoy123 a través de Facebook*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- 080digital. (2020). *080digital*. Obtenido de 080digital: <https://www.080digital.com/contenido-visual-redes-sociales/>

ANEXOS

ANEXO N°1 Artículo enviado a la Revista

1/8/2020 WMETACOM21 Submission 5

WMETACOM21 (author) Hel / Log out


New Submission Submission 5 WMETACOM21 News EasyChair

WMETACOM21 Submission 5

Update
Information
Update authors
Update file

The submission has been saved!

Submission 5

Title:	Ciberactivismo y etnografía virtual: nuevos mecanismos de comunicación y acción colectiva de organizaciones sociales en Riobamba
Paper:	 (Aug 01, 23:30 GMT)
Author keywords:	 ciberactivismo acción colectiva movimientos sociales mecanismos de comunicación nuevas tecnologías.
Abstract:	 Resumen: La base fundamental de la interacción humana radica en el proceso comunicativo, es decir, para que las personas puedan organizarse dentro de una sociedad necesitan básicamente comunicarse entre sí. En la actualidad, las tecnologías de la información y comunicación han transformado dicho paradigma llevándolo a un escenario más complejo: a un mundo virtual en el que la comunicación se ha polarizado para convertirse en la gran red global; desde allí, los líderes y miembros de movimientos sociales tienen la posibilidad de convencer con su discurso a un gran número de personas interconectadas. El presente artículo desarrolla el proceso de etnografía virtual trabajado con seis colectivos de la ciudad de Riobamba, sus demandas y ciberactivismo a través de causas feministas, por el bienestar animal y cuidado ambiental, han migrado a internet, pero redefiniendo sus mecanismos de comunicación y acción colectiva en el camino.
Submitted:	Aug 01, 23:30 GMT
Last update:	Aug 01, 23:30 GMT

Authors

first name	last name	email	country	affiliation	Web page	corresponding?
 Wilmar Moisés	Urquiza Sosa	moi.urquiza@gmail.com	Ecuador	Universidad Nacional de Chimborazo	https://www.unach.edu.ec/	✓
 María Belén	 Ávalos Torres	maria.avalos@unach.edu.ec	Ecuador	Universidad Nacional de Chimborazo	https://www.unach.edu.ec/	✓

ANEXO N°2 Correo de Aceptación del Artículo Científico

1/8/2020

WMETACOM21 submission 5

WMETACOM21 <wmetacom21@easychair.org>

Sáb 1/8/2020 18:30

Para: maria avalos <maria.avalos@unach.edu.ec>

Dear authors,

We received your submission to WMETACOM21 (4th Workshop on Media, Applied Technology and Communication):

Authors : Wilmar Moisés Urquizo Sosa and María Belén Ávalos Torres

Title : Ciberactivismo y etnografía virtual: nuevos mecanismos de comunicación y acción colectiva de organizaciones sociales en Riobamba

Number : 5

The submission was uploaded by María Belén Ávalos Torres <maria.avalos@unach.edu.ec>. You can access it via the WMETACOM21 EasyChair Web page

<https://easychair.org/conferences/?conf=wmetacom21>

Thank you for submitting to WMETACOM21. Best regards,
EasyChair for WMETACOM21.

ANEXO N°3 Modelo de la Entrevista**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Banco de preguntas para entrevista a dirigentes de los movimientos sociales.

1. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?
2. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?
3. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?
4. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?
5. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?
6. ¿A través de qué canales difunden su información?
7. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?
8. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?
9. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?
10. ¿Cuáles son las demandas que plantean la organización a las autoridades?
11. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes sociales que realizando movilizaciones en las calles?
12. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?

ANEXO 4. ENTREVISTA AL ESPECIALISTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Banco de preguntas para entrevista al especialista.

1. ¿Cómo considera que la web sea en la actualidad un espacio para intercambiar opiniones y difundir ideologías?
2. ¿La acción colectiva se ha adaptado a un nuevo paradigma en la actualidad?
3. ¿Cuál es el impacto que tiene el activismo en las redes sociales?
4. ¿El ciberactivismo es un mecanismo que fortalece la comunicación y refuerza la acción colectiva?
5. ¿Por qué los jóvenes han perdido el interés por movilizarse en las calles y prefieren debatir los temas en las redes sociales?
6. ¿Se puede lograr un cambio en los temas sociales desde la web?
7. ¿El activismo en las redes puede ser contraproducente en algún punto para los movimientos sociales?
8. ¿En la actualidad la comunicación en los escenarios virtuales tiene mayor repercusión que la tradicional?
9. ¿En la web se pueden crear espacios de reflexión social con la ayuda de elementos comunicacionales?
10. ¿El ciberactivismo puede convertirse en un elemento fundamental de comunicación para los movimientos sociales?

ANEXO 5. Análisis e interpretación de las entrevistas

Las entrevistas fueron aplicadas a los representantes de las siguientes organizaciones: Protección Animal Ecuador PAE - Capítulo Riobamba; Can – Riño; Club de Ambiente y Montaña Cenit; No esperes a que te pase; Colectivo Agro-Ecológico Utopía; Red Provincial y Organizaciones de mujeres Quichuas y Rurales de Chimborazo y al especialista en comunicación digital de la Universidad Andina Simón Bolívar.

1. Estefanía Camelos (representante del colectivo No Esperes A Que Te Pase)
2. Dra. Silvia Ramos (representante de Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo Riobamba).
3. German Rodríguez (representante de la organización de rescate canino Can-Riño).
4. William López Calle (representante del Club de Ambiente y Montaña - Cenit).
5. Roberto Gortaire (director colectivo Agro-Ecológico Utopía).
6. Cristina Cucurí (coordinadora de la Red Provincial y Organizaciones de mujeres Quichuas y Rurales de Chimborazo).
7. Dr. Pablo Escandón M. (profesor del Área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar) especialista en comunicación digital.

Entrevistas:		
1. Estefanía Camelos (Representante del colectivo No Esperes A Que Te Pase)		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
13. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?	No esperes a que te pase viene trabajando desde el 2016 de manera no permanente sino esporádica con reuniones, quizás tal vez con algún caso en particular, conexiones, vinculación, pero no en sí como Neaqtp, sino como un colectivo de comunicadoras inicio, pero oficialmente estamos desde el 2017 ya como colectivo en sí.	La representante menciona que el colectivo empezó a funcionar oficialmente con el nombre de “No Esperes A Que Te Pase”, desde el año 2017.
14. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?	Nosotros como colectivo feminista buscamos erradicar la violencia de género, pero nuestras actividades principalmente son de educación, difusión y lo que buscamos es un poco mediatizar el tema y mediatizar los casos.	La finalidad del colectivo “Neaqtp” es educativa, se especializan en temas de violencia contra la mujer y en posicionar, mediatizar los casos de abuso en los distintos medios tradicionales y plataformas de comunicación.
15. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?	Nosotros tenemos un programa, una transmisión en vivo, un programa virtual en mundial medios, entonces nosotros siempre nos reunimos, antes o después de nuestro programa y por lo tanto nos reunimos una vez a la semana, pero como ahora tenemos el acceso al WhatsApp y en este período de cuarentena al Zoom, entonces nuestras reuniones se han trasladado allá y tenemos reuniones más continuas cada tres días así.	Las colectivas tienen un programa que es transmitido a través de Facebook Live y se reúnen antes o después de cada emisión, una vez a la semana. Debido al contexto de la pandemia se comunican vía WhatsApp y Zoom cada tres días.
16. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?	Como todas somos profesionales y estamos ejerciendo nuestro trabajo, a veces eso se nos dificulta, como no percibimos ningún rubro por ser activistas nos toca trabajar, entonces a veces el tiempo si nos complica y hay problemas de comunicación porque se consulta algo, se tiene que tomar una decisión rápida y no están todas conectadas por ejemplo o no están todas disponibles en el momento, pero en realidad problemas graves no tenemos, como el WhatsApp está ahí permanente, no. Todos los cambios sociales, toda la conquista de derechos tiene resistencia entonces nosotros, por ejemplo, a penas iniciamos nuestra primera resistencia que encontramos es llamarnos feministas porque la gente tiene ese rechazo, no sabe bien y lamentablemente está mal educada no se informa entonces nos ven como enemigas del hombre, por ejemplo, pero entendemos que es parte del proceso.	El obstáculo de comunicación que refiere la representante del colectivo tiene que ver con el tiempo, cada voluntaria tiene diversas ocupaciones de trabajo, esto impide que estén disponibles en el momento de tomar alguna decisión rápida. También menciona que otro gran problema también es la falta de información y el rechazo de la sociedad, frente a la lucha por los derechos de las mujeres.
17. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?	Primeramente, lo que hay que hacer es organizarnos bien internamente, cuando un colectivo está organizado bien internamente puede atraer gente y que	El colectivo tiene varios programas que se transmiten a través de Facebook Live: “Sin Joda”, “Cafecito Feminista”,

	<p>esta gente se sienta involucrada, porque a veces sucede que viene mucha gente, pero el colectivo está disperso, entonces no tiene que quedarse y no se siente parte de él. Yo formo parte de algunos colectivos y puedo comentar eso también que, si la gente no se siente parte de o, que está haciendo algo dentro no se incluye. Nosotros como herramientas que estamos generando son varios espacios, tenemos un espacio que se llama el programa “sin joda” que como se trasmite en un medio que no es, “Neaqtp” atrae gente diversa, inclusive actores políticos sociales, también tenemos otro espacio que se llama, el “cafecito feminista” ahí topamos temas sin llegar a una discusión y debate, sino informamos y a partir de la teoría vamos trabajando, sacando conclusiones cosas así. Tenemos otro espacio que se llama, “masculinidades Riobamba” que este espacio busca socializar a los hombres lo que sería una masculinidad positiva, también el machismo afecta a los hombres, entonces creemos que la mujer está luchando, pero el hombre también tiene que tomar su parte porque también es víctima del sistema. También tenemos otro espacio que se llama “el aquelarre”, es un espacio en el que nos reunimos con otras organizaciones sociales entonces buscamos coordinar actividades en conjunto.</p>	<p>“Masculinidades Riobamba” y “El Aquelarre”. Estos medios sirven para informar a todas las personas que estén dispuestas a escucharlos, son espacios abiertos para la comunidad.</p>
<p>18. ¿A través de qué canales difunden su información?</p>	<p>De Facebook e Instagram, esos para lo que es lo local, el Instagram es una herramienta que llega a más jóvenes y el Facebook que llega a personas más bien desde unos veinticinco a cuarenta y cinco años, el Instagram llega en cambio de unos veintiocho hasta unos, inclusive tenemos chicas de doce y chicos de quince años que nos llegaron a través del Instagram y de ahí el Twitter en cambio nos ha permitido conectarnos con organizaciones sociales del resto del país y de Latinoamérica porque en otros países se lo usa bastante, entonces mediante Twitter hemos logrado esas conexiones.</p>	<p>El colectivo difunde su información tomando en cuenta las edades, por medio de Facebook, Instagram e incluso por Twitter para generar conexiones internacionales.</p>
<p>19. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?</p>	<p>El cambio generacional nos ha dificultado algunas cosas, cuando nosotros hablamos por ejemplo de los derechos sexuales y reproductivos, se nos hace más fácil hablar con jóvenes que con señoras, mujeres más o menos desde los cuarenta años, entonces como que nuestro público objetivo es más joven y la mayoría de colectivos somos jóvenes, tenemos señores por ejemplo de cincuenta años que nos apoyan pero es difícil conversar con la gente que es adulta porque ya tiene</p>	<p>Las actividades están orientadas más a los jóvenes según comenta la representante, porque es más fácil comentar de ciertos temas de sexualidad y derechos, también porque la mayor parte de personas que acceden a estos espacios son de un rango de edad desde los 16 a 30 o 34 años.</p>

	<p>su criterio formado y no da paso atrás, entonces se nos hace más fácil conversar con gente de nuestra edad.</p> <p>Tenemos más o menos, yo calcularía hasta los 34 años y menores, son más los que llegamos, que son de nuestra misma edad, es más fácil conversar.</p>	
20. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?	<p>Sí y no, yo considero que las redes sociales son una herramienta pero no tiene que ser el fin porque cuando nosotros dejamos la calle, cuando nosotros dejamos las acciones físicas perdemos, las redes sociales son una influencia tenaz y las redes sociales puede mover el mundo pero no tienen que ser el fin y eso si ha pasado. Por ejemplo cuando hay algún caso todo el mundo se lanza a opinar, a manifestarse en contra o a favor, pero si es que luego cuando se convoca a una audiencia, a una acción de protección o algo ya físico la gente no va, entonces si desmovilizan las redes sociales, como también pueden movilizar, entonces depende, si es complejo pero si eres activista de redes sociales, no eres activista, porque un activista está activo, acciona, entonces no es lo mismo.</p>	<p>La colectiva explica según su criterio que las redes sociales representan una herramienta para llamar a la acción, más no es el fin, que tiene beneficios que ayudan a la movilización de personas, pero que el activismo está en el accionar, es decir en la acción colectiva.</p>
21. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?	<p>Lo que nos ha ayudado bastante es a difundir nuestras actividades y en mediatizar los casos, entonces tal vez hacemos bastantes posteos de educación, por ejemplo, contamos el porqué del ocho de marzo, o el primero de mayo que ya se acerca y todo, se va subiendo la información, pero si el ocho de marzo la gente no sale entonces no es lo mismo, es la mitad del activismo, nos alta la otra mitad para que la gente acuda.</p>	<p>Explica que las redes sociales han servido para mediatizar los casos, de ese modo realizan posteos constantes para educar a la población riobambeña. Las colectivas suben su información para que la gente acuda a las marchas y comprendan el porqué de su manifestación.</p>
22. ¿Cuáles son las demandas que plantean la organización a las autoridades?	<p>Lo que nosotros buscamos principalmente es educar, queremos es que la gente entienda la necesidad de, por ejemplo la ley para la erradicación de la violencia de género, no nos sirve de nada que haya la ley, no nos sirve de nada que haya aquí una ordenanza que no está siendo ejecutada, lo que nosotros necesitamos es que comience primero a socializar, es más de un año y no han socializado la ordenanza y también a ejecutar, nosotros planteábamos que desde los mismos comunicadores del municipio asistan a un festival que se llamó “difusiva” que era, comunicando con enfoque de género. Pero no asistieron y a pesar de que nosotros estamos en el consejo de protección de derechos de Riobamba, entonces nuestras demandas son esas, como pedimos a la gente que no violente que no haga nada en contra de las mujeres si es que de las mismas autoridades son</p>	<p>El colectivo plantea la necesidad que el GAD Municipal del cantón socialice a los ciudadanos riobambeños, y también ejecute las ordenanzas que ya ha sido aprobada en torno al tema de la erradicación de la violencia de género, que desde los mismos comunicadores del municipio asistan a talleres que realizan en ciertos espacios que han creado.</p>

	<p>machistas misóginas. Por ejemplo nosotras estábamos activadas en el hecho de que los recursos del municipio, ni talento humano ni recurso financiero debería ir para la Reina de Riobamba porque la mujer tiene que ser valorada por otras actividades, por otras capacidades, no por su belleza física, entonces esas fueron las últimas demandas que nosotros estábamos planteando antes de la emergencia sanitaria pero si nos cambió la perspectiva, afortunadamente tenemos que ya no se iba a dar con recurso público porque los concejales mismo entendieron pero de que nos sirve eso si el talento humano que estamos pagando con nuestros impuestos es el mismo que iba a organizar, entonces tenemos esas demandas puntuales. A plazo más largo tenemos una escuela de formación que estamos planteando también, el proyecto de soberanía alimenticia para mujeres en el que se les enseña por ejemplo a hacer huertos urbanos y que las mujeres puedan y esto no solo va para las mujeres pero nos enfocamos en, porque a la final la carga de la familia va para la mujer en cuanto a la economía de los cuidados, entonces nosotros como personas tenemos ya nuestro huerto se nos hace más fácil y contaminamos menos el planeta y todo eso, porque nosotros como colectivo no solo somos feministas, sino también ambientalistas y animalistas entonces estamos con todo eso de que los derechos son intersecciones, de que tiene que ser intersecciones y que tenemos que trabajar en todo.</p>	
<p>23. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes sociales que realizando movilizaciones en las calles?</p>	<p>Las movilizaciones en las calles son complejas, la gente está totalmente desmovilizada en todas las causas, es conformista y eso es algo que pasa no solo en Riobamba sino a nivel nacional después del gobierno de Correa en el que aparentemente que conquistaron varias cosas la gente se desmovilizó, entonces ese un fenómeno que es el que está pasando, ahora nosotros estamos llegando más en redes por la información que compartimos y porque estamos activos permanentemente, entonces Facebook y su algoritmo nos identifica, entonces nos ayuda. Pero en las calles es menos la movilización pero como ya saben lo activas que somos y tanta cosa, en cambio las autoridades saben que no estamos nosotros con chistes sino estamos para actuar, por ese lado es otra cosa, yo consideraría que más que el movimiento feminista, el movimiento</p>	<p>Considera que tienen más acogida a través del Facebook porque su algoritmo las reconoce y es más fácil que la información llegue a las personas. En cambio en las calles es menos la movilización, sin embargo su actividad constante en redes sociales las hace tener presencia frente a la actividad política.</p>

	animalista, tienen más fuerza en redes sociales y en la calle porque es una causa que casi no genera rechazo, entonces en cambio en el movimiento feminista es un poco más complejo.	
24. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?	Yo creo que hay que manejar con cuidado lo que se publica y el contenido que se genera más cuando uno ya tiene algunos seguidores, cuando tiene un alcance, nosotros justamente estamos evaluando que en Facebook es un público y en Instagram es otro, en Instagram todo es más visual, entonces nos empezamos a preocupar por la línea gráfica que estamos usando, por las palabras que tenemos, porque a veces cuando uno se vuelve muy académico no llega a la gente, entonces importa el contenido, importa las imágenes, si logramos hacer ilustraciones propias mejor y todo eso, entonces esos son los desafíos que nosotros tenemos que irnos acostumbrando a lo que la gente está buscando, entonces ya nos empezamos a preocupar por el diseño, la imagen, porque no se debe publicar por publicar sino, qué estamos publicando y como estamos llegando con ese mensaje.	Expone que se preocupan por el contenido, los públicos son cada vez más exigentes y pretenden llegar con un mensaje a través de sus publicaciones.

Entrevista:		
2. Dra. Silvia Ramos (representante de Protección Animal Ecuador PAE – Capítulo Riobamba).		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?	La historia es que primero no se llamaba PAE, primero era la “Sociedad Protectora de Animales”, le hablo por ahí del 85 aproximadamente, después pasa a tomar otro nombre porque ha habido una división digamos y se viene a llamar “Protección Animal Ecuador” tal como todo el mundo lo conoce es a partir del 2008 por acuerdo ministerial del Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ahora nosotros como capítulo de PAE – Quito, empezamos a funcionar desde el 22 de noviembre del 2010 como capítulo. Desde el 2010 en Riobamba.	La directora de la Fundación PAE – capítulo Riobamba explica que en la ciudad, la fundación inició en el año 2010.
2. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?	Nosotros trabajamos varias aristas, desde que trabajamos el bienestar animal, el bienestar animal es un término que engloba varias cosas, cosas mucho más amplias, digamos que es un término abarcativo, nosotros hemos trabajado en política públicas desde hace muchísimo tiempo, como capítulo hicimos la primera ordenanza de tenencia responsable de perros en 2012 y se llamaba así porque en	La representante aclara que la fundación trabaja varias aristas: El bienestar animal, políticas públicas y la educación.

	<p>esa época no teníamos COIP, tampoco existía el COA, entonces dentro del marco legal que teníamos, la ordenanza daba para esto, daba para hacer la ordenanza como perros, sin embargo después las leyes cambiaron y había la necesidad obviamente de aprovechar el marco legal actual para cambiar, hacerle una ordenanza más abarcativa, que es lo que se hizo después con algunos colectivos. Nosotros trabajamos educación, manejamos una charla que conceptualmente es la misma pero va dirigida de acuerdo al público, la realizamos con frecuencia en el sector rural, en áreas urbano marginales, en universidades, a niños, escuelas, en barrios, en grupos donde nos solicitan, entonces creemos que es importante trabajar en educación.</p> <p>La fundación también se caracteriza por haber liderado por años el programa de esterilizaciones en el país como fundación y en Riobamba mucho antes que exista PAE, yo inicié con los procesos de esterilización hace Quince años ya. Hemos ayudado también en el Cotopaxi, en el Parque Nacional Sangay, en Guamote hace algunos años donde los perros fueron matados a palos por los indígenas. Por eso es muy importante reforzar el tema de las esterilizaciones. Trabajamos también con normas de bienestar animal, normas de difusión, lo que es comunicación, manejamos un chat de comunicadores, nosotros estamos todo el tiempo tratando de compartir con los compañeros.</p>	
<p>3. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?</p>	<p>Nosotros tenemos vario niveles de voluntarios, tenemos el equipo base, que es el equipo que participa en la difusión de campañas y el día de las campañas. Para el tipo de decisiones que usted menciona, llamamos a asamblea entonces ahí nosotros hacemos convocatoria a los voluntarios, no a todos, porque no todos tienen el mismo nivel de compromiso, ni todos tienen la misma línea de acción. Convocamos a algunos voluntarios, ex voluntarios, incluso a veces convocamos a otras personas que no pertenecen necesariamente a la fundación pero que colaboran con ella, gente que por ejemplo maneja temas de leyes u otros temas, dependiendo lo que se vaya a tratar, es muy importante hacer eso para que las cosas salgan bien.</p>	<p>Para la toma de decisiones dentro de la organización, la fundación convoca a una asamblea a sus voluntarios, ex voluntarios y colaboradores más cercanos especialistas en temas puntuales.</p>
<p>4. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?</p>	<p>El tiempo es un limitante muy fuerte, le comentaba que soy docente de la Universidad y obviamente es mi actividad</p>	<p>La directora refiere que el principal obstáculo es el tiempo, debido a las actividades de trabajo que</p>

	<p>principal y esa es a lo que me dedico, es de lo que vivo, entonces los horarios igual de los muchachos está siempre limitado y trabajamos con el tiempo como voluntarios y tenemos personas responsables de ciertas comisiones, por ejemplo hay una voluntaria que no puede dejar de atender adopciones, entonces es 24/7 porque es importante, hay otra persona que está encargada de emergencias, exclusivamente de emergencias, porque justamente por estos temas de trabajo no se puede estar todo el tiempo atendiendo todas las llamadas, ni acudiendo a todos los llamados tampoco, entonces es un poco limitado esto y por el mismo tiempo no podemos compartir muchísimas cosas, últimamente con la tecnología, podemos compartir algunos webinar, o podemos hacer reuniones zoom o usar Microsoft teams se puede hacer este tipo de cosas.</p>	<p>desempeñan, es lo que limita sus horarios.</p>
<p>5. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?</p>	<p>Hasta ahora nuestra principal fuente de difusión sigue siendo Facebook nos hemos abierto también Instagram pero nada que ver, comparativamente nada que ver, la gente está como más familiarizada o le gusta más el Facebook a veces hemos hecho convocatorias por periódico también, pero sabe que no funciona mucho el periódico y básicamente creo que el Facebook un poco los estados de WhatsApp, pero básicamente creo que nuestra principalmente manera de atraer si se quiere al voluntariado es el ejemplo, el ejemplo porque la gente ve resultados aquí, nosotros jamás subimos fotos que nos sean nuestras, o de animales que no hayamos rescatados, entonces mire el trabajo de PAE es primero honesto, si no hemos rescatado no tenemos por qué publicar, nosotros no tomamos fotos y nos vamos a publicar y dejamos ahí botado al animal, jamás nunca, entonces ese compromiso que la gente puede percibir es lo que atrae y a la vez repele también, porque no es que voy a hacer farándula en PAE, aquí nadie hace farándula, aquí todos trabajamos, aquí es un activismo que exige sacrificio, de nuestro único día de descanso, de un domingo o a veces sábado, de cualquier hora del día o de la noche, entonces creo que eso es importante y como herramienta tecnológica digamos, podemos decir que es Facebook hasta ahora la que más ha atraído.</p>	<p>La principal herramienta de difusión de la fundación con respecto a su contenido es Facebook, según comenta su representante a la gente le gusta y está más familiarizada con esta red social. Han realizado publicaciones en el periódico, sin embargo no tienen una respuesta efectiva en dicho medio, también utilizan WhatsApp, pero sienten que Facebook es lo que más ha atraído al voluntariado.</p>
<p>6. ¿A través de qué canales difunden su información?</p>	<p>El Facebook es el principal, hay cosas que no podemos difundir de hecho, no</p>	<p>Difunden su información a través de Facebook, en WhatsApp comparten</p>

	<p>podemos difundir imágenes fuertes y tenemos otros medios también, como le decía con los amigos comunicadores mantenemos un grupo de WhatsApp, donde se comparte exclusivamente actividades de la fundación. Entonces los amigos comunicadores ahí se enteran, si es que no ven el Facebook se enteran por un canal directo que es el WhatsApp, lo que incluso antes de que salga en los medios, antes de que salga en Facebook, yo les comparto lo que estamos haciendo o lo que vamos a hacer, las actividades para la semana y cosas así, cuando ellos ven algo que les llama la atención me convocan a los medios para que explique un poco más detalladamente las cosas.</p>	<p>las actividades de la fundación y los medios tradicionales donde son invitados para explicar temas concernientes al bienestar animal.</p>
<p>7. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?</p>	<p>Nosotros hemos proyectado, pocas veces utilizamos publicaciones pagadas y el rango siempre lo hemos utilizado de 18 a 65, pero nuestras estadísticas nos dicen siempre y eso ha sido una constante, no ha cambiado nunca que nuestro público mayoritario es femenino, entre 25 y 35 años, es la mayor parte de nuestro público, entonces tenemos un público bastante joven que sigue nuestras actividades y que eventualmente ayuda también.</p>	<p>Sus actividades e información la han proyectado en un rango de edad que oscila entre los 18 a 65 años de edad. Explica que la mayor parte de su público es femenino, entre los 25 y 35 años de edad.</p>
<p>8. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?</p>	<p>Por supuesto, en todos estos años de activismo yo he visto los cambios, porque muchos los he generado yo misma, hay un antes y un después, cuando apareció Facebook florecieron los animalistas, pero yo les llamo animalistas de Facebook, yo si tengo la autoridad moral para decir que son animalistas de Facebook, antes del Facebook encontraba casi siempre las dos o tres personas que hacían rescates, hacían lo mismo que yo y compartíamos algunas cosas, pero apareció el Facebook y fue el boom de los animalistas. Desgraciadamente si es una red social que distorsiona mucho, creo que ha sido una suerte de elemento de desarrollo el ego de mucha gente y eso es un problema, porque hablamos de lo que se lee y lo que se ve, se hace costumbre y se empieza a ver como natural, hay cosas muy feas en Facebook que lo único que hacen es normalizar la violencia, crear la imagen en la gente que está normal hacer muchas cosas y bueno, más creo que ha traído desgracias que beneficios esta red social en particular.</p>	<p>La representante considera que la acción colectiva, si se ha trasladado a las redes sociales, sin embargo los califica de “animalistas de Facebook”, porque esto distorsiona mucho la información y genera un impacto en el ego de las personas. Afirma que dicha red social ha generado más desgracias que beneficios a la sociedad.</p>
<p>9. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?</p>	<p>Nosotros publicamos rara vez, porque eso es una cuestión personal, es una cosa de compromiso, no puedo estar detrás de los muchachos que comparten y si no que ya se retiran o algo, no puede ser así, creo que los liderazgos no deben funcionar así,</p>	<p>PAE realiza publicaciones esporádicas en Facebook, su representante menciona que es una cuestión personal y de compromiso, es la necesidad de ayudar a los animales.</p>

	<p>yo no tengo el tiempo ni el espíritu de ejercer un liderazgo represivo jamás, aquí cada quien está porque quiere estar porque sabe que hay una necesidad de ayudar a los animales, esa es la motivación, de modo que tenemos más de 7.000 seguidores todos limpios, nosotros no hemos comprado ni un solo amigo en Facebook, todos son gente que ni conocemos la mayoría, nosotros tenemos seguidores que son de fuentes diferentes, la publicación pagada la hemos utilizado unas 4 veces no más.</p>	
<p>10. ¿Cuáles son las demandas que plantea la organización a las autoridades?</p>	<p>Ha habido algunos pedidos, nosotros como capítulo, pedimos primero el apoyo a lo interno, a la fundación, pedimos el apoyo de Lorena Belolio que es la presidenta de la fundación a nivel nacional, ella con los recursos de PAE y con el trabajo nuestro, el capítulo como voluntarios que también inyectamos un poco de recursos, hicimos la intervención del botadero “Porlón”, La autoridad estaba planificando hacer la transformación a relleno sanitario sin contar con los animales y hablamos de que ahí, cuando nosotros hicimos el primer sondeo había sobre 1.000 perros asilvestrados. Nosotros pedimos al municipio ingresar con nuestros recursos a hacer la intervención con los animales, entonces hicimos siete intervenciones masivas, nosotros nos quedamos a alimentar a los perros para que nuevamente vuelvan a confiar en el humano, que se acerquen lo suficiente y nosotros poder atraparlos con redes, esa fue una cosa que hicimos. También hemos ido a Guamote para evitar la masacre de los perros porque los indígenas culparon a los perros de la muerte de unos borregos y de un ternero y total había sido un puma, en eso de evitar el asesinato a os animales, estuve también una vez ahí, fuimos con algunos voluntarios, hemos participado también como le decía en la elaboración de la ordenanza 2012, que fue la primera ordenanza que se hizo en torno a derechos de los animales aquí en la ciudad y también hemos hecho denuncias por maltrato.</p> <p>También hemos hecho una campaña con la que batimos record en 2013, hicimos una campaña con el ministerio de Salud Pública, mire que por primera vez en la historia del Ecuador, el ministerio de Salud Pública destinó recursos para esterilizaciones de perros y gatos eso nunca jamás se había hecho, nos juntamos</p>	<p>La Fundación realizó siete intervenciones en el botadero “Porlón”, solicitaron al municipio de Riobamba les permita ingresar con sus propios recursos para realizar dicha intervención con los animales que se encontraban en el sitio, para alimentarlos y así vuelvan a confiar en el humano y rescatarlos, ya que eran perros que se encontraban asilvestrados.</p> <p>También realizaron una intervención en Guamote para evitar la masacre de perros por parte de los comuneros de dicho cantón. En el año 2012 participaron en la elaboración de la ordenanza, la primera a favor de los derechos de los animales en la ciudad. En el 2013 realizaron campañas masivas de esterilización con la ayuda del Ministerio de Salud Pública, el cual destinó recursos del estado para ayudar a más de 1.300 animales.</p>

	con el ministerio y se logró esterilizar 1.300 animales gratuitamente.	
11. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes sociales que realizando movilizaciones en las calles?	<p>Nosotros hemos salido a marchas, hemos organizado cuatro marchas en todos estos años, como PAE hemos hecho unas dos. Tuvimos una respuesta de la ciudadanía enorme, fue un impacto muy grande, se ha dejado un camino, se ha dejado unas pautas, espero que la gente vaya siguiéndonos.</p> <p>Hacemos activismo a pie de calle que le llamamos, no salimos mucho pero si da resultados eso, porque la gente ya no ve a PAE como esa cosa, algo medio etéreo que está ahí en las redes sociales, estamos nosotros, yo estoy ahí, no es que mande a los voluntarios, yo estoy ahí donde las papas queman, compartimos con la gente, hacemos amigos y de eso mismo hemos traído nuevos voluntarios.</p> <p>Los días de campaña siempre viene gente no a esterilizar, viene gente a decir, en que puedo ayudar o vengo a regalarles gafas, algodón, alcohol o en que más les puedo ayudar y es chévere porque en el camino se va encontrando la mejor gente, mientras usted está trabajando, no desde el computador, mientras usted está trabajando en las calles.</p>	La directora de la fundación explica que el tipo de activismo que ejercen es lo que ella denomina a “pie calle”, han realizado 4 marchas en las que han tenido una buena acogida de personas. Menciona que su trabajo está en la calle.
12. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?	<p>Hay mucha distorsión de la información, entonces por decir algo, nosotros no podemos por recursos económicos, no podemos competir con un ente estatal, que no tiene la menor idea de que es el activismo, de lo que hay que hacer, pero está metiéndose en nuestra red, maneja nuestro discurso.</p> <p>Nosotros si estamos haciendo nuestro trabajo a pie de calle, mientras otros están tras un computador, entonces ese es el problema cuando usted tiene una sociedad no muy bien educada, una sociedad que no informa, una sociedad que no contrasta información, entonces se deja llevar por cualquier cosa que ve, que medio lee y ya. Una educación, una formación de activistas incluso, de gente responsable con la información que compartan, gente con ética que no considere esto como una plataforma política, cosas así, nosotros hemos cuidado mucho de que no ingresen gente con otro fines a la fundación, gente políticos por ejemplo, la prueba está ahí, nosotros estamos de lado de los animales, si tenemos que enfrentar a quien sea que esté en contra de los animales, lo haremos, del lado que estamos es de los animales.</p>	Considera que el desafío está puesto en educar a la gente, en la defender a los animales y formar voluntarios responsables con la información que comparten.

Entrevistas:		
3. German Rodríguez (representante de la organización de rescate canino Can-Riño).		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?	Nosotros estamos más o menos cinco años ya funcionando como fundación de rescate animal.	La fundación de rescate animal Can-Riño tiene 5 años funcionando en la localidad según su representante.
2. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?	El objetivo que nosotros tenemos es ayudar y defender a los animales desprotegidos, abandonados en la calle porque mucha gente no tiene conciencia de lo importante que es un animal en la vida de las personas, los abandonan, a veces los compran por curiosidad cuando son cachorritos, la novelería, pero no se dan cuenta que un perrito necesita cuidados, es un compañero más, un miembro más de la familia, por ende hace travesuras, varias en la casa, la gente se cansa y los echan o se descuidan, no los esterilizan, los perritos cuando se ponen en celo se escapan buscando su pareja, lamentablemente en la ciudad hay muchos perritos abandonados.	German Rodríguez, representante de la fundación de rescate animal menciona que la finalidad de su organización está en la defensa de los animales desprotegidos que han sido abandonados en las calles.
3. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?	Nuestro grupo está conformado por un presidente, tesorero, directiva completa, tenemos una organización de voluntarios que acuden al albergue, hay otro personal que está encargado de la cocina, limpieza, dar en adopción a los perritos, hacer los seguimientos de los perritos, otras personas están encargadas de buscar ayudas económicas voluntarias, de cosas que nos sirvan para los perritos, medicinas, comida etc. Nosotros tenemos dos chats, constantemente estamos nosotros en dialogo y ahora últimamente por esto estamos así tipo Zoom.	La fundación tiene una directiva establecida, voluntarios y personal que se encarga de áreas puntuales en el albergue, se comunican a través de WhatsApp y mantienen reuniones a través de Zoom.
4. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?	La comunicación no creo que sea un obstáculo entre nosotros porque como tenemos los grupos estamos siempre en contacto, un obstáculo yo le vería es como más en el tema económico porque usted sabe que para defender a los perritos, curarles, esterilizarles, alimentarles, todo es económico, nuestro grupo se maneja más es por donaciones voluntarias e la gente que escribe a la página, nosotros acudimos a receptor esas donaciones.	El representante de la fundación afirma que no existen problemas de comunicación en su organización, ya que se encuentran en contacto permanente en sus grupos de WhatsApp.
5. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?	Tenemos un encargado de los medios, el por medio del Facebook y del WhatsApp se encarga de invitar a los jóvenes, a las personas que quieras ser voluntarios, les invita al albergue que conozcan y les involucra a todas las personas, nuestro albergue es de puertas abiertas, que todas	Tienen un encargado de las plataformas que invita a los jóvenes para que sean voluntarios a través de Facebook y WhatsApp.

	la personas pueden venir y visitar, constatar a los perritos.	
6. ¿A través de qué canales difunden su información?	Facebook especialmente e Instagram también tenemos.	La fundación comparte su información a través de dos canales, Facebook e Instagram.
7. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?	Sabe que el rango de edad es bien variable hay de todo tipo, hay niños, jóvenes, adultos, en esto de la protección animal y amor a los perritos no hay edad, hay desde pequeños, pero la mayoría son jóvenes, estudiantes de la politécnicas de las universidades, no necesariamente de aquí de la ciudad de Riobamba sino de fuera que se unen, como viven aquí les gusta y están permanentemente visitándonos a nosotros. Nos escriben de todo lado y los perritos también se van para el Tena o para el Puyo, para Macas exactamente.	Germán refiere que el rango de edad para proyectar sus actividades es variable, sin embargo la mayoría son jóvenes estudiantes universitarios.
8. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?	Sí, especialmente hay grupos y nosotros también utilizamos bastante las redes sociales, es una herramienta que nos da facilidad porque es más fácil tomar una foto, un video y mandarles a las personas del perrito que quieren adoptar o las necesidades que tenemos, entonces nos comunicamos más rápido, es importante también.	El representante de Can-Riño explica que varios grupos lo hacen y su fundación también utiliza mucho las redes sociales, porque es una vía de comunicación rápida.
9. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?	Hacemos eventos de adopciones y también hacemos no tan seguido, programas para receptar ayuda económica, institutos, parques, en las calles, en colegios que se involucran o llaman, los colegios dicen, saben que queremos visitar nosotros su albergue, queremos involucrar a los niños o jóvenes, para que visiten y respeten a los animalitos. Utilizamos solo las redes, pocas veces en radio, hemos ido a la televisión y también a la Hora Break, pocas radios, pero más es en las redes.	Siempre utilizan las redes sociales para realizar convocatorias a eventos que realiza la fundación, de recaudación de ayuda y de vinculación con la colectividad, menciona que pocas veces han hecho los llamados desde la radio.
10. ¿Cuáles son las demandas que plantean la organización a las autoridades?	Especialmente sería el apoyo a las autoridades yo hablo por mi organización, nuestra organización no tiene ningún tipo de apoyo de las autoridades locales, hemos acudido donde el señor alcalde, donde el señor director de higiene que es encargado de "CRIAR" y se nos ha cerrado las puertas, sabe que por esta pandemia, por esta situación la gente está preocupada, la gente está priorizando en sobrevivir y no está en condiciones de donar, todos los dos meses nosotros hemos pasado sin donaciones, sin nada, hemos acudido a las autoridades y no se nos ha tomado en cuenta, entonces las autoridades creo que deberían	El representante de la organización admite que necesitan el apoyo de las autoridades, porque su fundación no cuenta con la ayuda del municipio de Riobamba. Menciona que sobreviven con las donaciones que realiza la gente que los ve en redes sociales, sin embargo en este tiempo solicitan más ayuda del gobierno del cantón porque la gente no se encuentra en posibilidad de donar debido al contexto de la pandemia.

	<p>involucrarse más porque este es un problema de la ciudad, nos es problema mío, suyo sino es de la ciudad. Un perrito ocasiona accidentes en la calle, rompe la basura, muerde, puede contagiar de alguna enfermedad, pero si todos nos unimos, acogemos en un sitio como nosotros tenemos, ponemos en un albergue, tratamos bien, evitamos todos esos problemas de higiene de salud, entonces deberían las autoridades apoyar, a mí no me apoyan, ni la Reina de Riobamba, ni ninguna autoridad, nuestro grupo es autónomo.</p> <p>Este rato por ejemplo, las terceras, los de los cárnicos, gente que vende pollo, ven las redes, nos llaman, dicen saben que yo tengo unas piltrafas, unos huesos, vengan tomen, esa es la ayuda que están recibiendo ahora, porque hemos solicitado en las redes, pero de las autoridades cero.</p> <p>Nosotros tenemos actualmente 6.000 seguidores, porque es una organización nueva, pero se difunde rápido, nosotros ponemos por ejemplo que se necesitamos medicinas, que necesitamos comida para los perritos o damos en adopción a los perritos, o se ha perdido un perrito el resultado es inmediato, rapidísimo, nosotros diariamente estamos subiendo perritos en adopción, perritos perdidos, la gente responde y en seguida les encuentran o dan solución para las donaciones</p>	
<p>11. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes sociales que realizando movilizaciones en las calles?</p>	<p>Sabe que antes hacíamos movilizaciones, íbamos a protestar al CRIAR, al municipio pero no se asomaban las autoridades, o la gente no se sumaba, veía solamente, observadores, las redes en cambio es más activa, en ñas redes hay comentarios o comparten y hay gente que se une por la afinidad, en cambio en la calle, cuando salimos es por curiosidad a veces, más impacto las redes, nosotros nos manejamos en eso.</p>	<p>Germán señala que antes realizaban protestas fuera de los estamentos municipales, sin embargo no tenían repuesta de las autoridades, otro problema era que la gente no se unía a la acción en las calles, por ello considera que el mayor impacto está en las redes y por eso se manejan solo en esta.</p>
<p>12. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?</p>	<p>El desafío más grande es el quemimportismo a veces de la gente, a veces se pone una imagen, un perrito en adopción, como usted comprenderá, la mayoría de perritos que nosotros encontramos, rescatamos de la calle, no son de raza, son animalitos mestizos, son animalitos, atropellados o enfermos que nosotros los recuperamos, la gente quiere perritos de raza, nosotros no tenemos perritos de raza, nosotros tenemos perritos rescatados, perritos que son abandonados, entonces ese es el desafío más grande,</p>	<p>El desafío contemplado por la fundación está en educar a la gente, en rescatar a los animales y buscarles un hogar que reúna las perfectas condiciones para acceder a una adopción responsable.</p>

	<p>pero de ahí este rato por lo que nosotros estamos con 150 perritos, nosotros no hacemos ferias de adopción para deshacemos de los perros, nosotros no vamos a una casa con 20 perros y decimos les damos en adopción a la primera persona que asome, nosotros hacemos un seguimiento bien sigiloso, para ver si esa persona está en condiciones de tener al animalito, nosotros no damos al primero que se asome, nosotros estamos constantemente vigilando que el perrito esté sano.</p> <p>Yo haría he llamado a las personas que no abandonen a los perros, que se involucre más en esto de salvar, rescatar a los animales, uno no hace nada denunciando, yo no hago nada poniendo en las redes, en cambio si nosotros nos involucramos, todas las personas somos capaces de hacer esta labor, unos más otros menos pero igual lo hacemos, vacunar al perrito, esterilizarle, darle en adopción, todos tenemos redes, es fácil tomarle una fotito, subirle y la gente se involucra y comparte, yo creo que sería ese más el llamado que la gente se involucre, que no delegue la responsabilidad a otras personas, porque nosotros también tenemos 150 perros, uno más que nos llame nos significa, más gastos, más alimentación, más limpieza, más insumos de todo, esto netamente es económico, nosotros somos autosustentables, cada perrito que asoma es un gasto.</p>	
--	---	--

<p>Entrevistas:</p> <p>4. Miembros del Club de Ambiente y Montaña - Cenit.</p>		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p>1. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?</p>	<p>En Noviembre del año 2000.</p>	<p>El representante del Club ambientalista Cenit, comenta que el grupo fue conformado hace 20 años.</p>
<p>2. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?</p>	<p>En principio el interés es la montaña, por unos amigos, compañeros estudiantes de la Espoch de ecoturismo se juntaron para hacer montaña, pero a lo largo de estos 20 años como que digamos el interés se fue ampliando en general al tema ambiental entonces nuestro eje de acción ha sido ese básicamente, tenemos otros también como el de comunicación en su época</p>	<p>El Club promueve la práctica del deporte, cuidado del ambiente, turismo y vinculación con la sociedad, su principal eje de acción está ligado al tema medioambiental.</p>

	<p>sacábamos publicaciones en la prensa, pero siempre relacionado esto del ambiente, de cuidarlo, de también invitar a la gente que conozca los bonitos paisajes del Ecuador y como deporte también digamos, algunas prácticas que se han hecho del montañismo, la bicicleta, escalada y en temas de participación ciudadana que esto también se ha querido fomentar el vincularse con la comunidad, a veces hemos estado en temas con el municipio por ejemplo siempre, en lo de la ciclo vía, o con ordenanzas de participación ciudadana que hemos trabajado por ahí creo que es como nuestros objetivos o el caminar y nuestros ejes de acción.</p>	
<p>3. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?</p>	<p>Desde hace 20 años una vez por semana ininterrumpidamente y hoy seguimos pero a través del Zoom, pero seguimos juntándonos una vez por semana, incluso más, pero las reuniones oficiales son en esta época estamos el miércoles, cada miércoles de semana y como son las decisiones, “en eso quedamos”, a la final una reunión se termina con esa frase, de que en eso quedamos y es un poco más de voluntad digamos de las cosas que alguien propone luego alguien se suma a esa iniciativa y el resto continúa porque es como una motivación que tenemos, el Wilo decía, no somos jurídicos. En dos ocasiones hicimos ya como el intento de ver si queríamos o no para ver esta personería jurídica, con un par de talleres y todo se decidió que no y así hemos funcionado bastante bien, entonces también en la toma de decisiones, yo no le veo tanto como democracia, no es que votamos por una opción que visa alguien, sino que es por el sentir que tenemos, que esa propuesta que ha hecho alguien nos parece buena, interesante y nos sumamos a lo que el compañero dice. Cuando tomamos una decisión, siempre va a haber una amplia discusión, siempre vamos a poner un tema, siempre nos reunimos semanalmente y ponemos un tema, si el tema resulta fluiría podríamos decirlo así, sino quizá se larga un poco más pero no es que se niega tampoco no, entonces siempre va a haber una conversación muy amplia y muy larga sobre el tema, sobre eso accionamos nuestras actividades, la gente o nos sumamos a la actividades que proponen los compañeros, casi siempre estamos intentando mantener algunas decisiones no que varias sean unas salidas que tenemos a la montaña, alguien activa esta</p>	<p>El club realiza sus reuniones una vez por semana desde hace 20 años, en este tiempo de cuarentena han tenido que trasladar esa actividad a la plataforma “Zoom” todos los miércoles.</p>

	<p>vez salgaos a algún lado, la otra, actividades sociales o de vinculación que también se llama, el municipio manda este oficio o nosotros propongamos algo, de la coyuntura nacional también no, que vamos a hacer frente a una situación determinada sea en la ciudad o a nivel nacional, apoyar a otras organizaciones, yo no sé, digamos el paro lo que pasó anteriormente que postura tomamos alrededor de eso o algún acontecimiento familiar o de miembros del club, qué tenemos que hacer, entonces siempre vamos a conversar dos, tres horas alrededor de varios temas y al final como dice la compañera Ceci, queda como un acuerdo, o se si implícito o explícito, cuando dice “en eso quedamos”, más o menos hay un acuerdo, se discutió y luego esperamos a que se active mediante alguno de los compañeros.</p>	
<p>4. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?</p>	<p>Yo pienso que es, que no nos tomamos las cosas en serio, porque bueno, soy la más seria del grupo, entonces cuando quiero hablar una cosa que generalmente es en serio, entonces como tenemos esa familiaridad y esa amistad, entonces ahí no sé si es en contra, porque también a veces juega a favor y porque claro digamos que las cosas que son serias también nos las tomamos divertidas y eso permite que las cosas fluyan no, pero a veces para mí, eso me dificulta un poco para avanzar un poquito más de lo que yo quisiera, pero eso también me ha enseñado a mi muchas cosas.</p> <p>Yo creo que estamos permanentemente comunicados, ahora tienes WhatsApp, herramientas de comunicación las tienes, conflictos de comunicación podría entenderlo que a veces en grupos ampliados siempre se van a dar, conflictos de entendimiento podríamos decir, quizás son los que más vas a dar a entender, quizás es lo que la compañera Ceci a veces dice, no tomamos los temas con total seriedad, no somos una reunión de una cosa, punto por punto y todo va estructurado, o sea vas conversando de un tema y siempre va a haber un poco de broma, un poco de camaradería más bien diría relacionado a un tema y quizás a veces eso retrasa alguna toma de decisiones o alarga porque no somos una estructura, cuerpo colegiado podríamos decir, se tiene que tomar una estructura, tiene un tiempo determinado y tiene que decidir sobre una votación mitad más uno, esa no es nuestra toma de decisiones,</p>	<p>Los miembros del grupo concuerdan que no son una organización con una estructura predeterminada, que su obstáculo o beneficio en la comunicación interna tiene que ver con la familiaridad y el trato que tienen entre los miembros, lo cual a la larga termina en charlas que se pueden extender en las reuniones, de esa forma dilatan un poco la toma de decisiones, sin embargo también afirman que el club se mantiene de esa forma unido y priorizan una estructura en base al diálogo.</p>

	<p>nuestra toma de decisiones es en si una asamblea más comunitaria, una conversación y el dialogo dirá al final y que va a tomarse una decisión.</p> <p>El tema de estructura que nosotros llevamos ha ido más por el tema de dialogo no, no a regirnos por normativas, que eso es para mí lo que he sentido que muchas organizaciones también debilite, pero también influye que este dialogo no todos lo toman o tomamos en serio las cosas, entonces por ahí puede ser una dificultad en la comunicación. Yo creo que como grupo, como organización, ahora nos vemos mucho más comunicados en sí, porque hay una ventaja, nos reunimos imagínate 20 años, una vez a la semana, entonces reunirse de esta forma continuamente, es porque encontraste un espacio donde tú vas a sonreír y no vas a sentirte posiblemente presionado o con acción, las acciones que nosotros tomamos ha sido con este síndrome, que me gusta hacer las cosas, llamémosle como síndrome.</p>	
<p>5. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?</p>	<p>Han sido más la actividades que vamos desarrollando, o sea a los largo de 20 años ha habido varias herramientas que podríamos decir o actividades que han provocado alguna vinculación, que un momento dado fue como las actividades universitarias, que iniciamos como universitarios, los propios conocidos o amigos que estaban por ahí se sumaban nada más como amigos, armábamos una reunión y luego te incorporabas, posteriormente hicimos eventos como, curso de montaña y se sumaban otras personas, luego incluso hemos hecho actividades afuera, como exposiciones fotográficas o exposiciones de algún tema ambiental y la gente se interesaba, preguntaba y ha querido participar. Hemos hecho activismo como el proceso del tema de bicicletas, como el jueves de pedal, la gente sale a estas actividades y siempre pregunta cómo donde le encuentro, quién organiza y es de ese modo como se van vinculando y otro modo es de los propios amigos, siempre a veces llega algún amigo extranjero de algún lado, le invitas a la reunión y se van incorporando, entonces es un modo más de contacto social mismo, la creación propia de redes sociales de carne y hueso podría decir, es donde vas incorporando. Hay gente que viene a una reunión, pueda que no se sienta y ya, son puertas abiertas podríamos decir, no requieres una</p>	<p>Los miembros del club mencionan que a lo largo de 20 años de actividad como grupo, han realizado diversas acciones de vinculación desde el contacto social, es decir su principal herramienta es relacionarse con la gente.</p>

	membresía ni pago o cosa por el estilo, entonces más bien son ejercicio de redes y de contacto social.	
6. ¿A través de qué canales difunden su información?	Ahora es la página de Facebook, que no somos muy activos digamos, pero por ahí nos conocen, han visto algo y más quizá la información estaba en alguna época como contaba, hacíamos el programa de radio, hacíamos “zona verde”, duró 10 años en Radiofónicas, también hubo el programa “aventureros pata caliente” en Radio Hola e incluso una época corta en la televisión. Entonces por ahí contábamos, ahora están claro las redes sociales, nuestra página, pero si, más nos conocen como decía el Wilo y esos son como los canales de información, la ruta del canal en la bici para el Cenit, ha sido también como un icono importante y de ahí se han ido desarrollando otras cosas y nos han ido conociendo, como somos nosotros más como un grupo de amigos, como familia que hacemos cosas, no nos ha importado mucho el tema de reconocimientos pero nos damos cuenta que si nos reconocen cuando nos llegan invitaciones y no hemos sido nosotros muy comunicativos digamos para estar comunicando de nuestras actividades y así, más entre amigos pero a pesar de eso, sobre todo en el tema de las bicicletas últimamente con la consultoría de movilidad, hoy lo que están haciendo lo de las ciclo vías emergentes, pues el club Cenit es como referente y le llaman. Entonces ahora por el Facebook que es el que tenemos por ahí y con las actividades que hacen los amigos también individualmente, pero siempre cada uno pone el nombre del grupo al frente.	Su principal canal de difusión en la actualidad es el Facebook, comentan que también han realizado programas radiales durante 10 años y un corto tiempo en televisión. Explican que son conocidos por sus actividades de montañismo y la bicicleta.
7. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?	De las edades creo que es de 0 a 100 años, que todo el mundo puede recorrer nuestro país que también ha sido una de “caminando en bicicleta”, los amigos han ido por todo lado, también en todos los transporte creo, entonces tenemos espacios para niños, no tan así como no somos estructurados, pero si abrimos en vacaciones por ejemplo, eso me gusta a mí, trabajar con los niños y he hecho yo en vacaciones abrir y todos los amigos del club se suman, entonces el que sabe escalda me ayuda en ese tema y los niños hacen, me ayudan para llevarles de recorrido en alguna ruta o a hacer bicicleta, entonces ahí hay espacio para los niños que empiecen también con eso. Muchos de nuestros padres se han unido también en algunas de estas salidas,	Las actividades del club están dirigidas a toda la familia, afirman que tienen espacios con actividades incluso para los más pequeños.

	<p>aventuras, entonces ya en la época de jóvenes si hacían como más aventura y ahora les llamamos como salidas familiares, un espacio para todos. Como el grupo es tan diverso que hacemos incluso temas de cocina, de gastronomía. Es un grupo diverso abierto a todo tipo de edad y todos los gustos.</p> <p>El ejercicio de comunicación en ocupar herramientas como, formato de periódico, sobre televisión o más, en un inicio si usamos un poco de esto, en diario la presa, los andes, en radios también, pero muy poco, ha sido un nivel muy bajo, hemos sido de activistas de algún modo, por ahí no hemos logrado informar mucho, pero si creo que ha sido más por ahí el sentido que ir cultivando sobre todo, en la comunicación lo cultivas es una, el imaginario, el imaginario ambiental, creo que somos los único casi que trabajan sobre los temas ambientales en la ciudad.</p>	
<p>8. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?</p>	<p>Hemos mantenido algunos ejercicios, yo creo que nos cambió también el tiempo y dejamos también un poco de comunicar, anteriormente hacíamos exposición fotográfica que teníamos, pero dejamos de subir un poco a las páginas porque quizás le entendemos de otro modo, nuestro modo también no es como en ese sentido y habría que buscar eso que significa en el espacio virtual también, el figureteo, entonces no queremos ser muy partícipes de una acción de estas solo para figurar, eso no es nuestro rol muchas veces. Y la otra es ser una organización aunque somos activistas, no somos unos activistas como reclamando y protestando a cada momento, tuvimos también un momento de ese sí, yo creo que ahí marcamos fuerza, fue en el año 2012 cuando entramos un poco en defensa del espacio público, cuando quería abrir la calle veloz la que está junto a la catedral, iniciamos un proceso de activismo y creo que ahí el tema de las redes, entonces fue ahí que ocupamos un poco más las redes para comunicar y para hacer nuestra voz de crítica frente a una gestión y una acción puntual.</p>	<p>El club expone que no son partícipes de un activismo que muestra constantemente sus acciones, o como ellos lo llaman “figureteo”, por eso han dejado de postear fotografías de manera continua. Sin embargo han utilizado las redes para establecer una posición de crítica frente a temas puntuales.</p>
<p>9. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?</p>	<p>Hemos estado comunicando sobre el tema de bicicletas ha sido bastante fuerte podrá decir, siempre hemos estado promoviendo el uso de la bicicleta y también de una movilidad sostenible, una discusión alrededor de la bicicleta a la ciudad y los carros o los vehículos ese es un tema, el otro tema es el tema ambiental, siempre ha sido cualquier</p>	<p>El ciberactivismo que realiza el grupo es en base a la comunicación de sus actividades tales como: promover el uso de la bicicleta, el tema ambiental, también trabajan en su comunicación interna, así como en la comunicación internacional con organizaciones que realizan las mismas actividades.</p>

	<p>tema, si es aire, si es agua, actividad de montaña, biodiversidad, enorme vida también ha estado por ahí.</p> <p>Los posteos que hemos hecho en el Facebook también hacia dentro, porque nosotros llevábamos la comunicación interna, o sea lo que hacemos adentro como grupo y eso también hemos mostrado, como te contaba nuestras reuniones por ejemplo para hacer el pan o cosas así, entonces eso se ha posteado para mostrar que como club somos una familia y que eso es importante, entonces eso ha sido como una forma. De ahí claro hacia fuera, hacia la comunidad lo que nosotros queremos mostrar como ya ha dicho el Wilo, lo de las bicicletas, el tema de la movilidad sobre todo es bastante importante y el cuidado del ambiente, a veces también no son publicaciones nuestras propias, pero las compartimos cuando hay temas interesantes como el tema de los árboles, y cosas relacionadas con el ambiente prácticamente.</p> <p>Un tema importante también es la comunicación que se tiene a nivel internacional, en este caso Wellington que ha estado más en ese aspecto pues que se tiene una especie de red a nivel de otros países de gente que también practica el montañismo y demás, entonces ahí también se ha hecho difusión de las actividades que se están realizando.</p>	
<p>10. ¿Cuáles son las demandas que plantean la organización a las autoridades?</p>	<p>Hay varias, habría que hacer buena memoria, dentro de 20 años que tenemos de actividad prácticamente, en este noviembre cumpliríamos 20 años, entonces habría que entender, hay diferentes temas que hemos tenido, los primeros años fue un poco el reclamo del agua, la protección del agua y hemos estado en esas actividades tanto en participación, yendo a otras ciudades, con las propias autoridades, el tema de la calle veloz, después el parque sucre, igual hemos participado, siempre ha sido con documentos ingresados también, hemos sido parte de hacer propuestas, documentos como siempre el tema que tengamos ciclo vías, otro último que hemos ingresado también, el tema de la creación de la unidad no motorizada, si hemos hecho acciones que demanda la autoridad, no se políticas públicas podríamos decir o inversión, algún tema, yo creo que en eso también si hemos sido estructurados, no ha sido solo una voz de</p>	<p>Han realizado varias demandas en sus 20 años de existencia entre las que destacan: la protección del agua, la calle veloz, el parque sucre y participando en la elaboración de documentos en torno al tema de las ciclo vías, siempre han realizado sus reclamos de forma escrita.</p>

	reclamo sino también de forma escrita y tangible en algunos aspectos.	
11. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes sociales que realizando movilizaciones en las calles?	<p>Las redes sociales ahora es el medio de comunicación, el que te convoca, el que te hace salir a las calles, es el medio de comunicación. La protesta en redes sociales para mí sigue siendo bastante cómoda, desde el confort de tu hogar que puedes hacer eso, pero el activismo puro, es en la presencia, en los actos, cuando como decía Wilo, en las calles puede ser lo que alzas la voz, pero a la par alzar la voz también quiere decir bueno yo también tengo una propuesta o sea una solución, entonces en eso posiblemente nosotros si hemos aportado con lo que hemos podido como te dijo Wilo, nosotros somos una organización que las actividades propias, son de nuestro propio peculio, entonces si tú quieres financiarlo, es bastante difícil, entonces es al alcance nuestro que lo hacemos. Para mí uno de los antecedentes más fuertes que ha sido en todo este proceso de activismo llamémoslo así fue la calle Velóz, esto para mí me marcó la vida fuerte porque ya fue directamente las autoridades contra este grupo de personas, fuimos como el referente de las acciones, fue la calle veloz y también teníamos una fuerte acogida en las bicis, teníamos un gran número de personas que nos seguían, pero en la calle, sobre todo nuestra pelea fue en la calle. Entonces nuestros principios y también por este lado en este tiempo, también muchas personas querían subirse a la bicicleta pero por tomar el figureteo, el partcipe ahí, entonces es donde nosotros cuidamos eso, cuidamos ese tema de la comunicación, me inclino que es en la calle la mayor referente de algo.</p> <p>Ahí agregaría un tema, si bien es cierto, las redes sociales son unos entornos simbólicos de comunicación, cierto que loras representar o representar digitalmente la realidad, parte que sientas algo en la realidad para representar en las redes y que vuelva a la realidad, difícilmente creo que hablas o activas sob desde el escenario digital como tal, para que cale algo de incluso lo digital, tiene que darse una representación en la realidad, nosotros hemos estado, siento que hemos trabajado en dos entornos, este tercero de lo digital quizás no mucho, uno el entorno natural, hacer montaña, actividades y como mostrar aquello fue con fotografías, fue con sliders, memoria</p>	Los miembros del club confirman que su actividad está en la calle con la gente, que si bien es cierto las redes convocan y la utilizan como una herramienta de comunicación, sin embargo tienen una debilidad para gestionar su información desde el ámbito virtual, pero han fortalecido otros aspectos y espacios donde tienen mayor presencia y son reconocidos por la gente.

	<p>de contar una historia, esa fue nuestra comunicación primera podríamos decir un tiempo, no sabría definir, pero si desde los inicios, las segunda diría que fue, esta participación en el entorno público, más bien en el espacio público, sea el uso de la calle, entender este espacio, que tenga una planta o que no tire un árbol o que haya ciclo vías, en fin hemos estado en el escenario público de la urbe y ahí hemos actuado, no hemos actuado mucho siento en este escenario virtual, en este entorno simbólico capaz de comunicar distintas formas o dar representaciones, entonces creo que ahí, siento que ahí hay una debilidad digamos de manifestación por este medio, pero creo que hemos logrado calar en los otros espacios y eso todavía nos da un cierto grado de legitimidad, con esto quiero decir, nos da un grado de creencia compartida que tiene la gente, que hay un imaginario favorable sobre nosotros y eso da que cuando se requiere, sobre todo en temas ambientales o de bicis, hay que convocar a alguien para que de una voz al respecto e este tema nos terminan identificando y ahí habría que ver como tú, terminaste identificándonos a nosotros, quizás no es que nos encontraste primero en el escenario digital sino quizás te encontraste con alguien que fue un entorno de base, de la sociedad civil que pudo haber mencionado nuestro nombre.</p>	
<p>12. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?</p>	<p>Ahí yo sentiría que el uso de las redes también es sobre una base de reorganización o de estructuración del orden social, las cosas virales va calando, va generando alguna actividad, va programando y planificando, algunos hacen con planificación, otros surgen de la nada y eso va generando una visibilización y sobre eso interacciones posiblemente, que muchas terminan siendo, banales , de moda y temporales, que se caen, quizás nosotros como siempre hemos estado queriendo mantener aquello sin algo de más largo alcance y quizás nos deja un poco por ahí. La pregunta también es como un jalón de orejas para decir, oye y cómo te estás preparando para este nuevo período de alta digitalización como lo están siendo ahorita los entornos educativos, como van a trabajar con niños, como vas a trabajar con tus conocidos, sean pocos o muchos, cuáles van trabajando, deja un reto, creo que están las herramientas ahí, de algún modo si las manejamos, no del todo, pero creo que si las podemos manipular y</p>	<p>El club sugiere que atravesamos un momento de alta digitalización y por ello se preguntan si están preparados para un nuevo período en diferentes entornos. Piensan que han tenido que ir re proyectando sus actividades y se sienten preparados para una nueva etapa en el ámbito digital. También reconocen como desafío el incluir a las nuevas generaciones para que sean un aporte importante en el tema de los escenarios virtuales.</p>

podríamos potenciar y creo que está por ahí, creo que hemos estado en esta cuarentena sintiendo un poco estas dinámicas y empezando un poco a re proyectar un poco por ahí, como manejamos sobre esta nueva fase digital, pero creo que nos hemos ido adaptando de forma rápida en este asunto.

La comunicación también implica otro tema que es como, cultivar algo en la gente, insertar algo en la gente, provocar algo en la gente y quizás ahí todavía estamos con esas preguntas con el nuevo período que es lo que estamos queriendo generar en la gente.

El tema de las redes te invita a ser popular y mucha gente trabaja sobre el ejercicio de ser popular y habría que entender alguna taxonomía de las redes, o sea si quieres ser popular también tienes que tener la capacidad de hacer el ridículo, el tema del morbo sería un siguiente elemento que invita a que tengas que mostrar carne como suelen decir alguien, un poco por ahí el machismo, un tema de objetivación de la mujer, en fin para tener mayor capacidad, la otra es la capacidad del engaño, las fake news, las noticias, el amarillismo, quizás te llama mucho la atención, sin embargo los otros procesos, un poco de construcción social, de activismo social, no son tan populares, no son tan llamativos, quizás ahí es cuando te quedas un poco frente a esta discusión sobre cómo estar en las redes, como sumar en las redes y cómo reconstruir sobre las redes un entorno social, como marcar pautas en el entorno social y quizás ahí es donde un poco creo que nos hemos visto limitados, quizás no queremos como decíamos hace rato el figureteo que también es otra parte de una acción más política o politiquera, eso podría ser algo que frene el ejercicio de estar en redes.

Yo pienso que siempre ha sido nuestro compromiso más que desafío, uno de nuestros compromisos ha sido difundir precisamente las experiencias, ha sido un tema de crecer internamente como personas, como equipo y de pronto a los círculos más cercanos entonces, de pronto nunca se ha planteado eso de, como ahora se ven estos temas fuertes de las redes sociales, entonces creo que por ahí va el tema, entonces no le vería tanto como un desafío sino como un permiso interno de nosotros como miembros del club,

	<p>seguimos construyendo nosotros y a nuestro entorno social más cercano.</p> <p>Como desafío tal vez, integrar a las nuevas generaciones un poco más, vincular a nuestros guaguas que tenemos en el club, que ellos sean el aporte éste más digital, ellos son la generación digital, entonces creo que nos podrían ayudar mucho en esta parte.</p>	
--	--	--

Entrevistas:		
5. Roberto Gortaire (director colectivo Agro-Ecológico Utopía).		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?	<p>“Utopía” nació en el año 1998, “utopía” a su vez es parte de un movimiento provincial que llamamos el frente “Proaño Vive”, este surgió en el mes de más o menos a fines del 2018 y a su vez somos parte de un movimiento nacional que llamamos el “Colectivo Agroecológico del Ecuador” que en ese estamos ya por más o menos 12 años, entonces bueno esos ámbitos son en los que nosotros no movemos. Utopía es una organización comunitaria con sede en Riobamba, pero bueno hay familias que están en otros cantones de la provincia.</p>	<p>El colectivo Agro-ecológico “Utopía” tiene 22 años de funcionamiento en la ciudad de Riobamba.</p>
2. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?	<p>Nosotros tenemos como eje central, como visión principal es construir una alianza fraterna entre el campo y la ciudad, o sea estamos enfocados en recuperar a soberanía alimentaria y la economía solidaria de los pueblos, entonces nuestro trabajo está centrado en la promoción de esta sociedad solidaria, es un poco nuestro enfoque y es lo que compartimos también en los otros espacios.</p>	<p>La finalidad del grupo está enfocada en la recuperación de la soberanía alimentaria y la economía solidaria de los pueblos.</p>
3. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?	<p>En “Utopía” nosotros tenemos en realidad cuatro grandes componentes, el uno es la canasta comunitaria utopía, que es un colectivo de más o menos 50 familias de ciudadanos de Riobamba, familias que actúan como consumidores, esta canasta comunitaria es un mecanismo de comercio solidario de comercio directo para productos alimenticios, entonces ahí tenemos 50 familias que tienen una organización también autónoma, es decir tienen su propia directiva a su vez tenemos una asociación de agricultores, se llama Asopropia, la “Asociación de Productores Agroecológicos Utopía”, son más o menos 20 familias de diferentes cantones de la provincia que también tienen su propio espacio autónomo de</p>	<p>La organización está constituida por 4 componentes que gozan de autonomía: La Canasta Comunitaria, la Asociación de Productores Agroecológicos Utopía, Red de Cajas Comunitarias y la Fundación Utopía. Cada uno de estos componentes tienen su propio directorio, la fundación tiene una personería jurídica, esta última se encarga de coordinar espacios de dialogo con los 4 bloques que forman parte de la organización comunitaria. La Canasta comunitaria tiene sus reuniones quincenales, la asociación de agricultores se reúne todos los viernes, las cajas de ahorro se juntan</p>

	<p>asamblea y directorio, hay una pequeña red, que le llamamos la red de cajas comunitarias de ahorro y crédito, ese es otro modelo de economía solidaria, cada grupo, cada caja de ahorro y crédito tiene de 15 a 20 familias y cada núcleo, cada grupo tiene su propia asamblea y directorio. Finalmente el cuarto componente es la “Fundación Utopía”, es un espacio más pequeño, es la institución que tiene una personería jurídica en la que participamos 4, 5 persona y somos un poco los encargados de coordinar, de generar los espacios de coordinación de todos estos 4 componentes, a la unión de todos los 4 componentes les llamamos Organización Comunitaria, la fundación se encarga de coordinar los espacios y cada uno tiene su asamblea decisoria, es como una red. Básicamente si te refiero a cada componente, la canasta comunitaria es quincenal y ahí tiene un espacio de evaluación cada quincena, además la canasta tiene una asamblea anual y a veces es bianual. La asociación de productores se reúne todos los viernes para su trabajo de acopio pero además tiene una asamblea mensual, las cajas de ahorro comunitario se reúnen mensualmente y como equipo de la fundación a su vez tenemos la reunión semanal que sirve justo como para programación, evaluación o gestión. Una vez al año hay como una temporada de trabajo más de planificación, de trabajo a fondo.</p>	<p>mensualmente y la fundación cada semana y en cuanto a la planificación es anual.</p>
<p>4. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?</p>	<p>Podría ser que como somos un grupo muy heterogéneo, hay personas muy adultas entre nuestros socios que no están muy cercanos a hacer uso de tecnologías, requieren mayor atención o un llamado o la presencia física, los más jóvenes o que están más en el mundo urbano, es más fácil que tengamos conexión vía las redes sociales, manejamos con bastantes limitaciones nuestras plataformas, de Facebook de la página web, ahí si te diría que tenemos un poco de limitaciones porque no lo hemos manejado con apoyo profesional digamos, sino un poco más a la experticia, a la experiencia un poco de los miembros del equipo y eso si ha sido de cierta forma limitante.</p>	<p>El representante del colectivo menciona que uno de los obstáculos principales es la diferencia de edades en el grupo, porque hay personas adultas entre sus socios a quienes les cuesta más el uso de la tecnología, en cambio con los jóvenes que tienen acceso a las redes pueden comunicarse con más facilidad. Comenta que tienen también algunas limitaciones en el manejo de las plataformas virtuales porque no tienen un apoyo profesional para gestionar dichos espacios, solo cuentan con el apoyo de la experticia de sus colaboradores y que de cierta forma es limitado.</p>
<p>5. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?</p>	<p>La comunicación con nuestra red de agricultores es más telefónica, alguno que otro de ellos se integra al WhatsApp y al Facebook, la canasta comunitaria básicamente se convoca por WhatsApp y diría que un 50% tenemos que acercarnos</p>	<p>Refiere que la comunicación con la red de agricultores es a través de la herramienta telefónica, la canasta comunitaria es convocada vía WhatsApp, desde la fundación tienen una página web, una página</p>

	<p>telefónicamente y ya desde Utopía, desde la coordinación general tenemos una página web, un Facebook obviamente hay diferentes grupos de WhatsApp y eso sería un poco como las principales herramientas que utilizamos ahora.</p>	<p>de Facebook y manejan grupos de WhatsApp para la comunicación interna.</p>
6. ¿A través de qué canales difunden su información?	<p>Por lo general el equipo de coordinación que es la fundación utopía, es ahí básicamente donde se genera los productos de información, los productos comunicacionales, y se difunden por estas vías, sea nuestra página de Facebook, muy poco la web y más que nada es obvio que ahora es súper activo en el WhatsApp.</p>	<p>Su información es difundida a través de Facebook, utilizan poco su página web y se mantienen activos a través del WhatsApp. El colectivo sugiere que los productos comunicacionales se generan desde un equipo de coordinación de la fundación Utopía.</p>
7. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?	<p>En realidad nosotros no firmamos tanto por nuestra conexión por personas, sino más es a familias porque buscamos la relación, hablamos de crear estos circuitos económicos de alimentos, de unir productor y consumidor, estamos hablando de familias de productores, aliándose con familias de consumidores, entonces más bien tratamos de tener ese enfoque de familia y las formas de comunicación van a depender de que persona en la familia es la que está atenta a la información, por ejemplo en el caso de la canasta, la mayoría de veces es la mujer ama de casa, dueña de casa, normalmente de 30 a 60 años y en el caso de los productores si es un contacto más familiar igual muy heterogéneo, a veces son los adultos, a veces son los jóvenes pero como grupo objetivo se diría que es muy heterogéneo.</p>	<p>La organización se encarga de realizar conexiones por familias, generan circuitos económicos de alimentos, la información varía dependiendo del objetivo previamente propuesto, el representante menciona que básicamente su público objetivo es heterogéneo.</p>
8. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?	<p>Creo que hay todo un debate en esto, porque es cierto que las Redes Sociales están acelerando, dinamizando o facilitando mucho los procesos de comunicación pero la acción colectiva, al menos para quienes trabajamos en estos ámbitos que son de desarrollo vital, del desarrollo real de la economía real, esa acción colectiva no es sustituida ya por las redes sociales, nosotros la utilizamos como una herramienta para facilitar los procesos de comunicación, intercambio de información, pero la acción colectiva por ejemplo de hacer una canasta comunitaria de alimentos eso es días de trabajo, conexión, transporte, etc. Lo mismo te puedo decir de los circuitos económicos que tenemos para hacer las cajas de ahorro y crédito si la acción y la cercanía personal, más íntima es lo que crea confianza y fraternidad, eso no se puede sustituir con redes sociales, más bien diría que buscamos la forma de que las tecnologías de comunicación nos sirva</p>	<p>El representante del colectivo afirma que la acción colectiva en las redes sociales no puede sustituir el desarrollo real, sin embargo las redes sociales las utilizan como herramientas para facilitar los procesos de comunicación. Sostiene que la acción colectiva es de calle, que está en la relación con la gente en el campo, es otra dimensión.</p>

	<p>como una herramienta para potenciar la acción colectiva.</p> <p>Se facilita mucho algunos procesos en comunicación, información pero la acción colectiva como bien dices es de calle, es de campo es otra dimensión.</p>	
9. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?	<p>Ahora además se ha hecho mucho más evidente por el confinamiento y la pandemia, se han activado y están sobreesaturadas las conexiones en nuestras redes sociales, se han multiplicado yo diría que 10 veces los espacios que teníamos regulares de estas conversaciones, de reuniones, de reflexión, incluso actividades de capacitación, de transferencia de conocimientos, eso se ha multiplicado y es muy valioso para mantener la conexión con nuestras redes, nuestro tejido social, nuestras redes de organizaciones han sido muy importante. Sin embargo siempre recurrimos a ese análisis de que nada de eso sustituye el poder del encuentro cercano y fraterno y directo con la gente, sentimos que es un espacio o unos momentos para refrescar la cercanía o para compartir alguna información valiosa, pero si sentimos también que nos hace mucha falta esa oportunidad del espacio colectivo físicamente porque ahí es donde podemos interiorizar más, profundizar en los mensajes, en la reflexión, en la planificación de las actividades, siempre todas las tecnologías por más precisas que sean siempre tienen algún límite que no termina realmente de dejarte muy satisfecho.</p>	<p>El representante insiste que en este tiempo y debido al confinamiento, las redes sociales se han activado unas 10 veces más en los espacios de conversaciones que tenían regularmente. No obstante hacen un análisis de la situación y concluyen en que nada sustituye el encuentro fraterno y directo con la gente.</p>
10. ¿Cuáles son las demandas que plantean la organización a las autoridades?	<p>De hecho si, no directamente, nosotros nos hemos sumado más bien dicho a varios colectivos para hacer algunas observaciones, reclamos puntuales o demandas, hemos hecho un manifiesto político, sobre temas relacionados justo a sistemas de abastecimiento alimentario y ese reclamo que hemos hecho, obviamente todo de forma virtual, a través de las redes sociales, ese manifiesto tuvo también su impacto, es decir que ya para hablar de comunicación política también estamos conscientes de que si tiene sus efectos y su impacto, porque hemos sido retroalimentados y normalmente las autoridades si tienen una atención a lo que está ocurriendo a nivel de redes sociales y suelen dar o buscar respuesta dentro de la lógica de ellos de apagar fuegos donde ven que hay alguna alerta.</p>	<p>El colectivo se ha sumado a los reclamos y demandas con otras organizaciones, han realizado manifiestos políticos en temas relacionados con el abastecimiento alimentario, refiere que ese reclamo ha sido netamente desde las redes sociales y que ha tenido un impacto en la gente.</p>
11. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes	<p>Lo que pasa es que son dimensiones diferentes, por ejemplo ayer nosotros organizamos un taller virtual que tuvo una</p>	<p>Considera que nunca se va a lograr el mismo impacto en las redes sociales que estando cara a cara con</p>

<p>sociales que realizando movilizaciones en las calles?</p>	<p>acogida interesante digamos, tuvimos 120 participantes que siguieron prácticamente completo un taller de casi dos horas, fue muy entusiasta esa oportunidad de ver a esa gente que estaba conectada, para unos talleres relacionados a la producción de huertos urbanos, huertos en escala pequeña, mucha gente interesada en eso. Ahora al mismo tiempo yo me pregunto, para mí es interesantísimo haber llegado a bastantes personas pero sé muy bien que el nivel de impacto práctico que pudo haber tenido un taller de ese tipo a través de una pantalla de computador o teléfono tiene unos límites, tiene unos límites porque no necesariamente eso va a provocar ya una acción concreta de ponerse a hacer algo, tal vez en algún tipo alguna sugerencia pequeña, no hubo la suficiente interacción y eso obviamente si yo lo contrasto con la oportunidad de hacer un taller práctico con gente en campo de este tipo de huertos orgánicos urbanos etcétera, obviamente el impacto es muy diferente, lo que logras interiorizar con la gente y las provocaciones que puedes lograr para que la gente finalmente puede hacer su huerto etc., es muy diferente a través de una red social, hablo de las plataformas virtuales, pero no deja de ser igual muy valioso porque si se maneja bien, si se hace bien, puedes transmitir información, puedes buscar formas mejores de información, puedes dar seguimiento, se puede ir como mejorando la experiencia, pero de todos modos creo que nunca se va a lograr el mismo impacto práctico que haciéndolo cara a cara con la gente.</p>	<p>la gente, que si bien es valioso compartir la información a través de las redes sociales, esto no reemplaza la parte práctica y que tiene mayor impacto en la vida de la gente.</p>
<p>12. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?</p>	<p>Yo creo que de los principales desafíos es mantener los pies sobre la tierra, porque ciertamente creo que hemos hallado un enorme beneficio en el uso de las herramientas y tecnologías de la información, redes sociales toda la cantidad de plataformas y herramientas que hay ahora para generar, facilitar digamos toda la acción colectiva, incluso nos hemos creado ahora un sistema para facilitar el intercambio incluso sin dinero, de productos, de bienes, servicios gracias a una plataforma electrónica virtual, entonces es innegable la cantidad de beneficios y cosas que se pueden lograr o facilitar, utilizando estas herramientas y el desafío para nosotros es tener la habilidad suficiente para aprovechar estas tecnologías que además extrañamente están bastante democratizadas, pero sin embargo hay un desafío paralelo que</p>	<p>Sostiene que es innegable los beneficios que traen ahora las herramientas tecnológicas, que el desafío es tener la habilidad y saber aprovecharlas, también que es importante tener los pies sobre la tierra ya que las redes sociales no son el fin, facilitan los procesos de comunicación sin duda, pero los mismos tienen que estar aterrizados en la sociedad.</p>

	<p>como decía es mantener los pies sobre la tierra, lo que quiero referirme es no perder de vista que estas herramientas son herramientas, no son el fin en sí mismo al que hay que aspirar, yo necesito que haya un tejido social real, vivo, con el que pueda comunicarme y conectarme afectivamente, personalmente y además la sostenibilidad de la vida cotidiana depende de cosa que están mucho más en el terreno vivo, digamos tengo que movilizarme para proteger las fuente de agua, para producir la tierra, para que eso alimentos lleguen, se transporten, lleguen y se consuman apropiadamente, es decir la acción vital de las personas sigue estando en la calle en el cotidiano y no podemos como decíamos, permitir que sustituya informáticamente todo lo que ocurre en el cotidiano de la vida, hay que entender que no son más que herramientas para facilitar procesos, pero los procesos son otros, que tienen que estar muy aterrizados y muy vivos en la sociedad.</p>	
--	--	--

Entrevistas:		
6. Cristina Cucurí (coordinadora de la Red Provincial y Organizaciones de mujeres Quichuas y Rurales de Chimborazo).		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1. ¿En qué fecha se constituyó el movimiento social o colectivo al que representa?	La organización viene desde el 2006, estaríamos hablando de 14 años más o menos.	Según la coordinadora la organización se constituyó en el año 2006.
2. ¿Cuál es la finalidad que persigue su grupo?	La organización de mujeres en principio, hay organización de mujeres en las comunidades de aquí de Chimborazo de sectores rurales sobre todo y entonces la necesidad que surgió en el 2005 fue de articularnos entre las organizaciones de mujeres de cada cantón, parte de esta organización está la corporación de organizaciones de mujeres campesinas y rurales de Chunchi, la corporación de organizaciones de mujeres indígenas y campesinas de Colta, la asociación de mujeres productoras del cantón Riobamba y también a veces está y otras veces no, la corporación de mujeres campesinas y rurales de Guamote. La necesidad fue básicamente de articularnos y trabajamos sobre todo en el tema de prevención contra la violencia a las mujeres, en tema de derechos económicos que sería el tema de emprendimientos y de la participación	La finalidad del grupo es trabajar en el tema de prevención contra la violencia a las mujeres y el acceso a la justicia.

	política y en el tema de la prevención contra la violencia a las mujeres, el acceso a la justicia.	
3. ¿Cómo se reúnen para organizarse y tomar alguna decisión como movimiento?	Cada organización en cada cantón tiene su directiva digamos que se reúnen cada mes con sus organizaciones comunitarias, nosotras nos reunimos cada dos meses y con las directivas de cada cantón donde tomamos decisiones, evaluaciones, que es lo que estamos avanzando, que es lo que nos falta y cuáles son las nuevas acciones que debemos hacer, entonces venimos así cada dos meses la reunión a nivel provincial digamos y a nivel cantonal es cada mes con sus organizaciones comunitarias.	Las organizaciones de cada comunidad se reúnen al mes, la red se reúne cada dos meses con las directivas para tomar decisiones.
4. ¿Cuál cree usted que sea el principal obstáculo de comunicación en su grupo?	Básicamente es a veces, como las reuniones hacíamos en la ciudad de Riobamba, como son de Chunchi, Guamote, de Colta es a veces la dificultad de la parte de dinero digamos para sus pasajes, a veces les ha faltado, pero tratamos de que por eso, sea cada dos meses la reunión y aprovechar a lo máximo de que cómo estamos avanzando en cada cantón y cuáles serían las proyecciones y acciones que tenemos. Nos hubiera gustado muchísimo hacer con otras herramientas, pero lamentablemente muchas compañeras tienen un celular, digamos no de alta gama sino por lo menos que tenga facilidad para el internet y a veces el internet tampoco llega totalmente a las comunidades, eso ha sido difícil también, las llamadas telefónicas como para ver como están, como estamos avanzando para que cuando ya, entre comillas normalice y podamos reunirnos en el colectivo, porque ese ha sido nuestra forma de organizar, nuestra forma de comunicación ha sido más presencial porque si se puede llamar pero los costos del teléfono también es caro, así que no podemos conectar la llamada en un grupo, eso también es una dificultad, pero muchas de las compañeras no tiene internet como para poner mecanismos de enlace con estas nuevas tecnologías, no se ha podido hacer y es lo mismo que está pasando que no es del tema, con la educación en los sectores rurales, hay muchos niños, niñas que no pueden acceder a esta tecnología en educación digitalizada digamos en este sentido que está viviendo estos, creo que un mes, los niños tienen muchas dificultades en ese sentido.	Comenta que los obstáculos han sido por el tema económico en cuestión del traslado desde las comunidades hacia la ciudad. También es difícil que las colectivas puedan acceder a las herramientas tecnológicas y a las redes sociales por el mismo motivo de la falta de recursos.

<p>5. ¿Qué herramientas o medios utilizan para atraer a más integrantes a su organización?</p>	<p>En cada una de las comunidades existe una organización de mujeres, esas organizaciones tienen un directivo y se reúnen en la comunidad, y estas se agrupan varias organizaciones de mujeres a nivel cantonal y forman la corporación de mujeres rurales de Chunchi por ejemplo, ya es la agrupación de organizaciones y esas tienen una coordinación como la directiva, entonces a nivel provincial es la directiva de cada cantón la que nos reunimos como para ver a nivel provincial que es lo que tenemos que hacer y así está más o menos organizado, no son personas aisladas digamos.</p> <p>Antes teníamos un programa radial que transmitíamos por “Escuelas Radiofónicas Populares” y también teníamos por radio “La Voz de Guamote” y han sido las que hemos emitido nuestros programas que teníamos, el programa se llamaba: “Pensamiento de las Mujeres”, en Quichua es “Warmi Kunapak Yuyay” y a través de la directiva que ya sabemos cada cuanto nos reunimos a través de la vía telefónica para comunicar y a través de visitas en las organizaciones, entonces esas han sido las formas de comunicación.</p>	<p>La directora refiere que se enfocan en agrupar a las organizaciones de mujeres, conformando una red de redes.</p> <p>Comenta que solían tener varios programas radiales, también realizan llamadas telefónicas como forma de comunicación y a través de visitas a las organizaciones comunitarias.</p>
<p>6. ¿A través de qué canales difunden su información?</p>	<p>Tenemos como medios digitales, hemos tenido el Facebook para difundir las acciones y actividades que hemos venido haciendo. El factor económico nos limitó a dejar de seguir produciendo programas radiales como ya lo hacíamos más o menos por unos ocho años, teníamos programas semanales radiales de este programa que hacían. Hemos tenido también la otra forma alternativa de comunicación los talleres en las comunidades a nivel de cantonales y a niveles provinciales, hemos tenido talleres de formaciones, talleres de discusión por ejemplo, discusión para generar propuestas, para generar la asamblea constituyente en 2008, que conseguimos nosotras en la justicia indígena, que tenga una perspectiva y visión desde las mujeres para el acceso a la justicia por ejemplo que los derechos colectivos de los pueblos originarios tenga también la visión y propuesta de las mujeres dentro de los derechos colectivos, entonces para eso hemos generado reuniones comunitarias, discusiones a nivel regional.</p> <p>Además también en 2012 generamos propuesta, hicimos aprobar una ordenanza provincial, para el fomento y protección de igualdad y no</p>	<p>Durante 8 años realizaron programas radiales y debido al tema económico tuvieron que dejar de transmitirlos. En la actualidad difunden sus actividades a través de Facebook y utilizan formas alternativas de comunicación, como los talleres de formación y discusión para generar propuestas.</p>

	discriminación entre hombres y mujeres de la provincia de Chimborazo, entonces hay algunas políticas públicas que hemos generado a través de estos tipos alternativos de comunicación digámoslo así.	
7. ¿Cuál es el rango de edad al que ustedes proyectan sus actividades?	Nosotras hemos tenido mujeres de más o menos, entre 16 hasta los 70 años, mujeres en este caso que tienen mínimo nivel entre comillas de formación. Mujeres con hijos, con su pareja, mujeres que son ente comillas de educación formal básica, a veces han terminado la escuela, otras veces no la han terminado, algunas jovencitas que son bachilleres que no han podido entrar a las universidades, muy pocas mujeres son profesionales en este caso digamos entre comillas en nuestro grupo.	La organización ha llegado con sus acciones a mujeres de entre 16 a 70 años de edad.
8. ¿Cree usted que en la actualidad la acción colectiva se ha trasladado a las redes sociales?	Yo creo que si digamos, pero no es generalizado desde mi punto de vista, jóvenes tanto hombres y mujeres de los pueblos originarios, urbanos o no pertenecientes a pueblos indígenas pueden tener acceso a la información, pero no es generalizado en los sectores rurales y en este caso que tengas mujeres de 40, 50 años un Facebook, un correo electrónico, todavía es limitado en ese sentido, aunque nosotras hemos tenido escuelas de formación a nivel regional en la "FLACSO" por ejemplo a mujeres dirigentes, entonces habían creado el correo electrónico para comunicarse, pero como no es costumbre se olvidan la contraseña y como no tienen computadora, no tienen internet a la mano constante, se olvidan, entonces no es generalizado en los sectores rurales. No digo que lo jóvenes también que están cursando los colegios y tengan la posibilidad, pero no es generalizado por este tipo de mujeres con las que trabajamos, si hay yo diría que así ya en términos estadísticos o porcentual será que usan un 20% teléfonos con internet, o sus hijas lo tendrán, digamos los hijos pero ellas mismas o que si básicamente tienen son teléfonos para comunicarse, para las llamadas digamos en ese sentido, y a veces funcionan y otras veces no, por ejemplo en Colta, la parroquia Columbe como hay montañas, cerros no entra la señal y entonces tienen que buscar ubicarse donde mismo se puede entrar la señal para llamarles, en ese sentido por ejemplo no se puede llamar, hay que irle a buscar, hay que irle a invitar personalmente para las reuniones en ese sentido, para a su vez conocen la fecha de	La directora de la organización afirma que hasta cierto punto la acción colectiva si se está trasladando a las redes, sin embargo no es generalizado, porque en los sectores rurales tienen a mujeres de 40, 50 años para quienes es limitado el acceso a las redes sociales. La organización apuesta más por una comunicación alternativa.

	<p>la reunión y están pendientes y nos llaman para ratificar si se mantiene la fecha, ha sido esa forma de comunicación y además también tenemos otra forma de comunicación digamos, folletos producidos en más dibujo, menos texto donde pueden también discutirlo con su familia o en su organización, entonces eso también ha sido producida y entregada a sus organizaciones en este sentido.</p>	
<p>9. ¿De qué manera su grupo hace activismo en las redes sociales?</p>	<p>Una convocatoria diríamos muy poco con las nuevas tecnologías digamos, el Facebook, WhatsApp, no sé qué otras más exista, pero más fuertemente es los medios alternativos de comunicación en este sentido que ha sido nuestra forma de comunicación, nuestra forma de organización y nuestra forma de discusión para generar diferentes acciones y propuestas.</p> <p>Más que para comunicar ha sido para socializar lo que se ha venido realizando, entonces porque ya le digo, comunicar con nuestras socias no sé, pero comunicar para otras organizaciones a nivel nacional o internacional o provincial en este caso también tenemos relación con mujeres. “No esperes a que te pase”, que es un colectivo urbano aquí del cantón Riobamba, pero son jóvenes creo estudiantes o profesionales que tienen este grupo, hemos tenido contacto con ellas entonces, para socializar digamos las acciones que hemos venido haciendo en ese sentido, más que para nuestras socias.</p>	<p>Manifiesta que la convocatoria realizada a través de las nuevas tecnologías, a través de Facebook y WhatsApp es mínima. Utilizan más los medios alternativos de comunicación como forma de organización, discusión y para la creación de propuestas.</p> <p>La comunicación a través de las redes sociales les ha servido para comunicarse con otras organizaciones a nivel nacional, cantonal y hasta internacional.</p>
<p>10. ¿Cuáles son las demandas que plantean la organización a las autoridades?</p>	<p>Hay muchas acciones que hemos hecho y unas hemos tenido resultados y otras no por ejemplo lo que nosotras bueno, ya le había comentado la acción contra la Asamblea constituyente en 2008 que hemos conseguido los derechos de las mujeres indígenas en la constitución ecuatoriana en el artículo 171 y en el artículo 57 de la constitución y eso hemos logrado. También hemos logrado la ordenanza provincial en el gobierno de la provincia desde el 2012 que está en vigencia esa ordenanza, en el cantón Riobamba hemos logrado ya no solamente de la red a la que yo represento, sino ya en coalición y articulación con otras organizaciones urbanas, esta ordenanza para la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres en este cantón, habíamos demandado hace algún tiempo atrás una creación de banco para las mujeres, Banco de las mujeres, así se llamaba la propuesta, porque generalmente en los bancos, cooperativas de ahorro y crédito</p>	<p>Han planteado varias demandas hacia las autoridades, generando acciones a nivel del Estado, ordenanzas provinciales y cantonales en coalición con otras organizaciones en pos de los derechos de las mujeres indígenas y la erradicación de la violencia contra las mujeres.</p> <p>Otra de las demandas a las autoridades ha sido la propuesta del Banco de las Mujeres, el acceso de las mujeres al sistema de justicia comunitaria, es decir a la justicia indígena.</p>

	<p>no tienen facilidad las mujeres rurales y de los pueblos originarios para este acceso al crédito. Una de las cosas también seguimos trabajando, seguimos digo porque no se ha terminado, es el acceso de las mujeres al sistema de justicia comunitaria, es decir a la justicia indígena, entonces como desde nuestra perspectiva tienen que resolver, tienen que solucionar el problema de violencia contra las mujeres y ahí estamos, no es que estamos limitando el tema de las mujeres de los pueblos originarios al acceso a la justicia ordinaria, nosotras desde nuestra perspectiva tenemos dos alternativas, si las mujeres indígenas quieren acceder a la justicia ordinaria, lo puede hacer, pero a su vez si desea que su problema sea resuelto en su comunidad, lo puede hacer. Pero nosotros hemos inclinado muchísimo al sistema de justicia comunitaria porque aunque es machista, sexista pero es lo más cercano a nuestras realidades porque el sistema de justicia ordinaria está en la capital de la provincia, el limitante ha sido el idioma, el recurso también y muchas de las demandas han sido traspapeladas. Las mujeres urbanas profesionales no son resueltos sus problemas peor aún van a ser resueltos los problemas de las mujeres indígenas, entonces en esos sentido nosotras estamos apelando el tema de los derechos económicos, hemos estado palpando de que también tienen que fuertemente apoyar al tema de agricultura que también estamos algunas instituciones entre las importantes el Cedis que no ha estado apoyando en toda la producción agroecológica con algunas organizaciones de mujeres, en sus huertos para el consumo, para la venta y justamente para este contexto en que estamos viviendo eso ha sido de vital importancia, y con eso están aseguradas su alimentación y también para seguir compartiendo con otras familias y otras comunidades de otros lugares.</p>	
<p>11. ¿Considera usted que tienen más influencia a través de las redes sociales que realizando movilizaciones en las calles?</p>	<p>Yo tengo mi perspectiva, bueno desde mi organización sobre todo hemos empezado las movilizaciones siempre nuestro aprendizaje, nuestras formas de lucha ha sido en las calles entonces no son solo como mujeres sino como pueblos originarios, aparte de ser mujeres nosotras siempre estamos relacionado con las comunidades y los pueblos entonces si nos reunimos como mujeres para tratar estos temas importantes que afectan la vida de las mujeres, pero también a los</p>	<p>Expone que la forma de lucha representada por su organización ha sido desde la calle, los pueblos originarios siempre han estado relacionados al tema de la lucha, demanda y movilización. No obstante considera que en este tiempo las organizaciones deben ir adaptando las demandas y la protesta por medio de las redes sociales. Coincide en que estos espacios</p>

	<p>pueblos originarios, entonces digo por otro lado también es importante hacer la lucha, la demanda, la exigencia desde las redes sociales que es lo que se está viviendo en la actualidad, pero hay que adaptarles también a ese medio, yo creo que con articulación, coalición con otras organizaciones lo podemos hacer.</p> <p>No es el fin, sino un medio que se puede conseguir, no es lo mismo escribir a través de esta red, que alzar la voz y mostrar que nuestro cuerpo sea la lucha en las calles digamos. Yo creo que hay diferentes medios que se pueden utilizar para un fin, pero por el contexto de pandemia, de crisis económica que estamos viviendo, reemplace creo que no reemplazará la lucha en las calles, lo que hemos aprendido, lo que hemos vivido y lo que hemos practicado es conseguir las acciones, las demandas que exigimos a los gobiernos y al estado en sí, es en las calles lo que se ha conseguido. Yo creo que combinarlo si va a ser de hoy en adelante.</p>	<p>virtuales son un medio para llamar a la acción, pero no son el fin. La directora comenta que nada reemplazará la lucha en las calles, que lo mejor sería combinar estas dos acciones.</p>
<p>12. ¿Cuál es el desafío al que se enfrentan los colectivos en la era de la información?</p>	<p>Yo creo que en esta era de la tecnología si hay que con las nuevas jóvenes aglutinarlas como dicen, porque también no sean aisladas, porque unas de las luchas ha sido colectivamente, no se ha conseguido, tal vez alguien pero no se ha conseguido solo una persona accionando, entonces yo creo una de los retos, no es recién es como 5 años atrás hemos mencionado que como estamos más mujeres adultas digamos en este sentido de categorizar, involucrarles más a mujeres jóvenes que nos puedan ayudar con las nuevas tecnologías y ayudarnos también en el manejo de nuevas tecnologías, a veces también ha sido difícil aprender cómo es que funciona este Zoom u otros programas, las jóvenes enseguidita manipulan y ya están ahí, nosotras estamos un poco como lentamente aprendiendo, eso es el reto que hemos estado planteando y hay algunas comunidades que ya lo han involucrado, lo problemático es que nosotros de la red estamos ubicadas, tenemos experiencia, vivencia, convivencia, trajinar en el sentido del sector rural, entonces eso no sé si es ventaja o desventaja, no entra la señal del internet, ejemplo claro tenía una línea telefónica de movistar, en Chunchi solamente funcionaba en la carretera panamericana, si bajas a la carretera panamericana cerca del municipio ya no funcionaba, también las señales de teléfono dependiendo de la operadora es</p>	<p>El desafío que han identificado es el de incluir a nuevas jóvenes, es decir involucrarlas para que se unan a la lucha y de esa manera ayuden al colectivo con el manejo de las nuevas tecnologías ya que entienden un poco más de estas herramientas.</p>

	deficiente y esa ha sido la dificultad, pero todavía nosotras nos aferramos a los medios de comunicación alternativos en este sentido.	
--	--	--

Entrevista:		
13. Dr. Pablo Escandón M. (Especialista en comunicación Digital)		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
11. ¿Cómo considera que la web sea en la actualidad un espacio para intercambiar opiniones y difundir ideologías?	La web es el espacio de mayor difusión y mayor alcance para estos temas de política, ideología, mantener la hegemonía, cambiar hegemonías, compartir cultura. Es el espacio virtual más provechoso para estos diálogos.	Según el especialista en comunicación digital, la web es el espacio de mayor alcance y difusión de temas ideológicos, un espacio provechoso para entablar diversos temas de diálogo.
12. ¿La acción colectiva se ha adaptado a un nuevo paradigma en la actualidad?	Es un nuevo paradigma en cuanto podemos movilizar de mayor manera a la gente, podemos comunicar más instantáneamente, en tiempo más rápido muchas acciones. Pero eso no quiere decir que sea el espacio más efectivo para movilizar a la gente, una cosa es la diseminación, la interactividad incluso, pero otra es el movimiento hacia la acción y ahí sí ya depende mucho de cómo la red esté funcionando, como la comunidad orgánicamente se haya configurado.	El académico expone que la acción colectiva en las redes sociales es un nuevo paradigma, porque permite movilizar a más gente, comunicarse de forma instantánea y realizar diversas acciones en menor tiempo. No obstante, sugiere que no es el espacio más adecuado para movilizar a las personas, todo depende de la configuración de las organizaciones.
13. ¿Cuál es el impacto que tiene el activismo en las redes sociales?	Principalmente tiene un impacto de injerencia en la esfera pública y en la esfera digital. Porque estamos saltando entre esfera digital, pasamos a la esfera pública con los dispositivos móviles y los micrositos o los espacios tipo WhatsApp, que pueden ser viralizados no necesariamente si yo tengo una conexión a internet, entonces ahí funciona en ese espacio como yo voy afectando la opinión pública de qué tipos de grupos también.	Establece que el ciberactivismo tiene una doble injerencia, tanto como en la esfera digital, así como en la pública, de esa manera depende como se va afectando la opinión pública desde la organización de cada grupo.
14. ¿El ciberactivismo es un mecanismo que fortalece la comunicación y refuerza la acción colectiva?	Efectivamente es un refuerzo, un complemento de como yo puedo organizar mi labor, sea digital o física y esto te ayuda muchísimo para mantener un tipo de campaña permanente si se quiere decir.	Afirma que el ciberactivismo es un complemento que ayuda a la organización de la acción colectiva de manera permanente.
15. ¿Por qué los jóvenes han perdido el interés por movilizarse en las calles y prefieren debatir los temas en las redes sociales?	Fundamentalmente porque es una práctica distinta de como ellos han visto la política también, porque durante diez, once años que estuvo el presidente Correa, tuvimos una forma de práctica de política y activismo completamente diferente hasta la llegada de él, que si eran movilizaciones, tomadas de espacio público, hubo ahí una especie de domesticación de la protesta social y de esa manera lo que hizo fue adaptarse hacia el sistema que se implantó en ese momento. Entonces hay una práctica social, no hay una tradición de salir a la	El especialista asevera que la visión que tienen los jóvenes de las prácticas políticas es fundamentalmente distinta, hace más de una década las movilizaciones eran con tomas del espacio público, protesta social, en la actualidad se ha ido perdiendo la tradición de volcarse a las calles a reclamar, sostener espacios de diálogo y discusión. La generación actual plantea otro tipo de protesta, sin agresión directa, están más en las redes sociales donde plantean

	<p>calle a pedir las cosas, sino de reclamarlo por estas vías más de consenso o de discusión o de diálogo, entonces no es solamente que estas generaciones o han vivido esas acciones, esas actividades, sino que también su práctica también ya tiene mucho más que ver con un respeto a otro, no es una agresión directa como la vemos en muchos políticos incluso ya en las deliberaciones de la Asamblea por ejemplo no encontramos agresiones como se veían antes, tampoco es que haya mucho diálogo o debate, sino que llegan a hacerse los consensos por debajo de las mesas. Entonces ahí tenemos a lo que estas generaciones están acostumbradas, por eso la web y los medios sociales son los espacios de mayor deliberación, incluso de mayor agresión para ellos.</p>	<p>espacios de discusión e incluso de mayor agresión para ellos.</p>
<p>16. ¿Se puede lograr un cambio en los temas sociales desde la web?</p>	<p>Claro que se puede, las plataformas de change.Org por ejemplo, para hacer las firmas, las peticiones, son unas presiones sociales, presiones de ciberactivismo que son muy importantes que pueden lograr hacer cambios efectivamente, porque de esa manera lo que haces es visibilizar temas que están controlados en el espacio de mayor afectación. Es decir si yo soy quien es el agresor, si yo soy quien además tiene los medios para difundir las cosas que estoy realizando, siempre va a estarse trabajando de acuerdo a lo que ese poder está diciendo, entonces me salgo por otros lados que no están optados por ese poder y ahí puedo generar el espacio para que exista una fuga, exista información y eso se riegue. Entonces plataformas de ese tipo si han generado cambios.</p>	<p>Confirma que desde la web y a través de las plataformas virtuales se puede generar un cambio, una presión a nivel social desde la práctica del ciberactivismo, porque es un sistema alternativo al que acostumbran aquellos que detentan el poder.</p>
<p>17. ¿El activismo en las redes puede ser contraproducente en algún punto para los movimientos sociales?</p>	<p>Siempre y cuando estén mal direccionados y no tengan una estrategia, eso también hay que tenerlo en cuenta que el ciberactivismo debe tener una estrategia final y un objetivo al cual se quiera llegar porque de lo contrario son solamente acciones que pueden ir mermando tanto en imagen como en sumar personas a la causa.</p>	<p>En el tema del activismo en red sugiere que puede ser contraproducente para los movimientos sociales dependiendo de si el mensaje está mal direccionado, es decir deben tomar en cuenta sus estrategias y objetivos para establecer un correcto uso de estas herramientas de comunicación.</p>
<p>18. ¿En la actualidad la comunicación en los escenarios virtuales tiene mayor repercusión que la tradicional?</p>	<p>Depende de cómo se vaya generando relacionado a la pregunta anterior, al tema de la estrategia porque si yo quiero posicionar el tema de manera permanente voy a generar una información que haga peso y se haga un contrapeso a los medios tradicionales, pero de lo contrario, si lo único que voy a hacer es generar un efecto momentáneo ahí pierdo en visión estratégica y visión de futuro. Entonces de esa manera lo que yo necesito es pensar a mi movimiento en internet como un</p>	<p>Para el Profesor en comunicación digital es importante tomar en cuenta las estrategias, porque de ello depende como están posicionados los temas para construir la información y tenga un peso en contra de los medios tradicionales. Expone que los movimientos deben tener una visión a futuro y pensar tanto en el espacio físico como en el digital como un complemento, que la acción se debe llevar por las dos</p>

	<p>movimiento igualmente físico, los dos vamos a estar siendo complementados pero no funciona el uno sin el otro, es decir si yo me quedo exclusivamente en un ambiente digital, no voy a mover a la acción a nadie, incluso por ejemplo quienes están reunidos en torno a una motivación o a un interés de base tecnológica, por ejemplo las comunidades de Mozilla, las comunidades de software libre hacen acciones físicas y presenciales que son los encuentros, que son los hackatones y todas esas acciones que siempre son complementarias a su desarrollo en web, lo mismo tiene que funcionar con las acciones que promueven las organizaciones sociales o movimientos alternativos que lo que hacen, es una presencia física y generar alternativas en ese espacio web.</p>	<p>vías, generando espacios en ambas partes.</p>
<p>19. ¿En la web se pueden crear espacios de reflexión social con la ayuda de elementos comunicacionales?</p>	<p>Claro, elementos importantes como esos es lo que está generando la narrativa de no ficción que tiene que ver mucho con los transmedia sociales, ahí tienes propuestas de transmedia que va a favor de derechos humanos, derechos de la mujeres, derechos económicos, derechos de la naturaleza, que te están contando historias que lindan, entre el periodismo, el activismo y la comunicación alternativa y popular. Entonces ahí estás encontrando también la ideología porque no está exenta el proceso ideológico y el proceso político dentro de estas narrativas de no ficción y ahí tienes un sinnúmero de ejemplos que han movido y siguen movilizandote gente.</p>	<p>Expresa que se generan elementos transmedia sociales que ayudan a movilizar a la gente, es decir en diferentes plataformas que permiten crear espacios de reflexión en torno a los temas de los derechos humanos con ayuda de la comunicación alternativa y popular.</p>
<p>20. ¿El ciberactivismo puede convertirse en un elemento fundamental de comunicación para los movimientos sociales?</p>	<p>Ahora mismo son claves por lo menos en estos tiempos de aislamiento es necesario que se estructure todas las formas de movilización, todas las formas de rechazo, de escracheo en plataformas digitales para que luego a futuro se puedan ir aplicando en espacios físicos. Entonces sí, es un espacio, es una ocasión en este momento muy importante para desarrollarlas.</p>	<p>Comenta que en este tiempo de confinamiento es oportuno ir estructurando otras formas de movilización, nuevas formas de protesta social desde las plataformas digitales, para que más tarde se pueda replicar en el ámbito físico, sugiere que en este contexto es un momento importante para ir desarrollando estos métodos de comunicación.</p>
<p>21. ¿Los movimientos tendrán que repensar la comunicación de acuerdo a los nuevos escenarios que se presentan en la web, familiarizarse con los nuevos métodos?</p>	<p>Exactamente, ahí lo importante que vayan adecuando su mensaje y su propuesta de alternativa ideológica, política, incluso movimientos religiosos que también tienen fe en esto, necesariamente tienen que modificarse y ahora los evangélicos principalmente han ido modificando, adecuando el mismo mensaje en diferentes plataformas para movilizar a su feligresía, por ejemplo, lo que no ha hecho la iglesia católica y lo mismo</p>	<p>Según el criterio del especialista los movimientos deben ir adecuando sus mensajes, para transmitirlos a través de diversas plataformas y de ese modo movilizar a la gente, porque en la actualidad la actividad social y la adhesión a las organizaciones son por estas vías.</p>

	sucede con los movimientos sociales. Han visto que eso es lo de menos, que no quieren ir por ahí, cuando el movimiento, la actividad y la adhesión ahora son por estas vías.	
--	--	--