



Juan Manuel Casanueva  
@jm\_casanueva

## TIC para la Incidencia

- Introducción a la TIC para Incidencia
- Estrategia y uso de TIC
- Casos y herramientas destacadas



SOCIAL**TIC**

... entre gestores de cambio, nos preguntamos

¿Cómo se puede incidir?

¿Qué formas / medios / mensajes usar?

# ¿Qué nos permite hacer la web?



Created by:



rossdawson

[RossDawson.com](http://RossDawson.com)

- Futurist
- Keynote speaker
- Strategy adviser



[AHTGroup.com](http://AHTGroup.com)

- Thought leadership content
- Social media strategy
- Enhancing business networks

# ¿Para qué sirve ... ?

- ... un blog
- ... tu página de Internet
- ... tu teléfono móvil
- ... el sms
- ... mapas en Internet
- ... Facebook
- ... Twitter
- .....

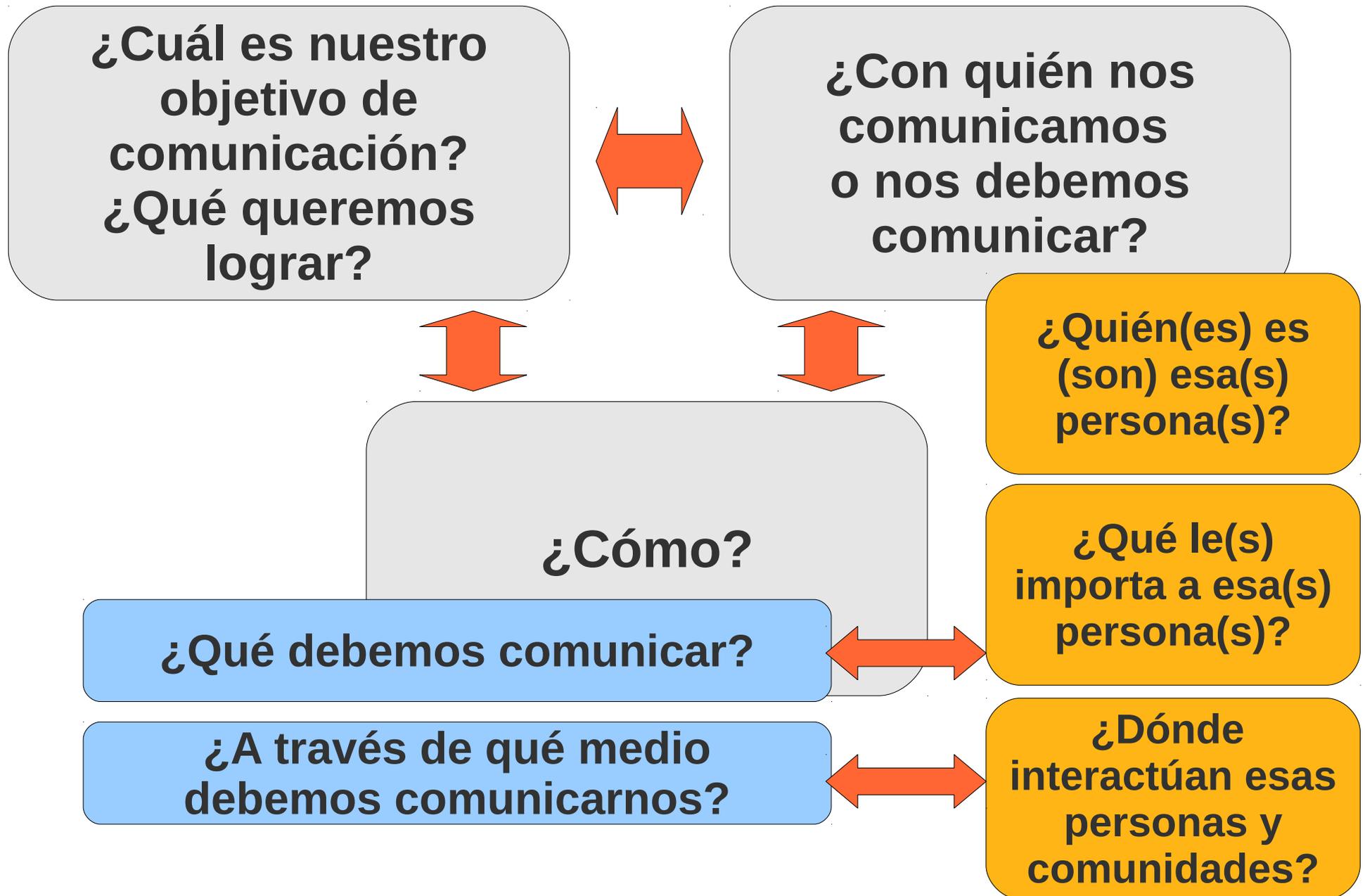
**Antes de iniciar ...  
... puntos clave para comunicar ...**

# Programa

**¿Cuál es tu causa?**

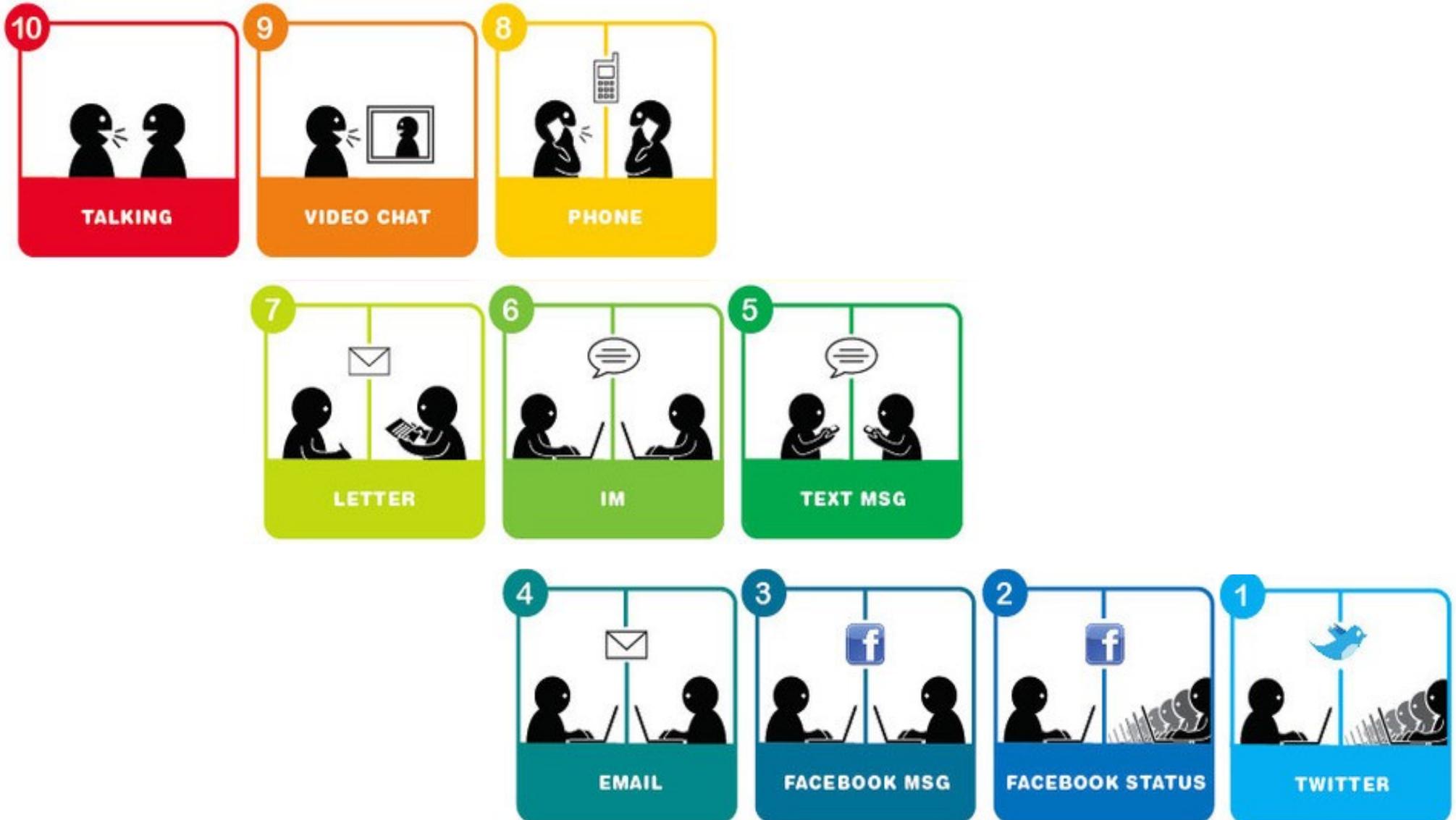
**¿Qué quieres lograr?**

# Paso 3: Diseña tus acciones

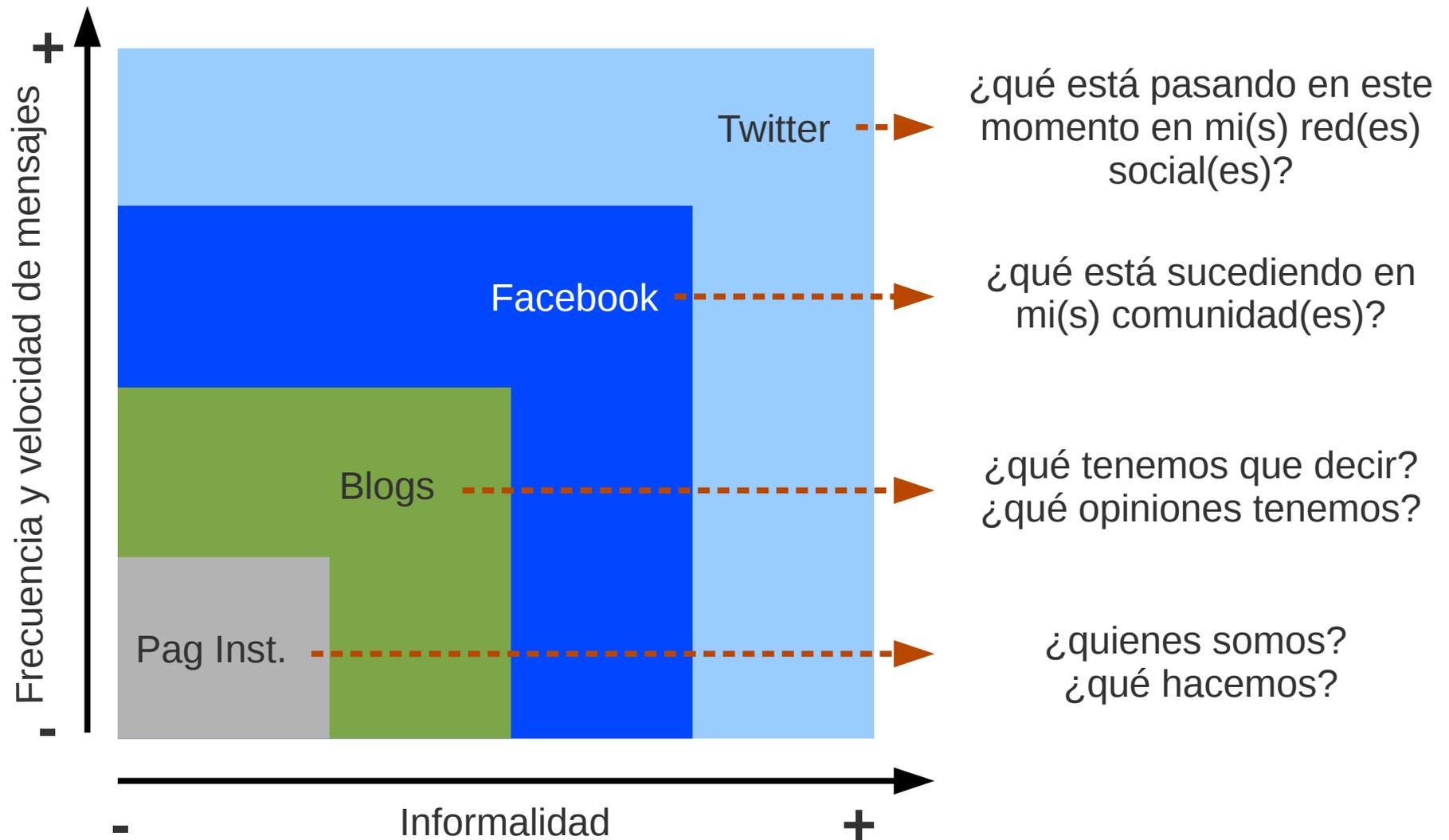


# ¿Cómo nos estamos comunicando?

## 10 LEVELS OF INTIMACY IN TODAY'S COMMUNICATION



# ¿Qué espacio virtual usar?

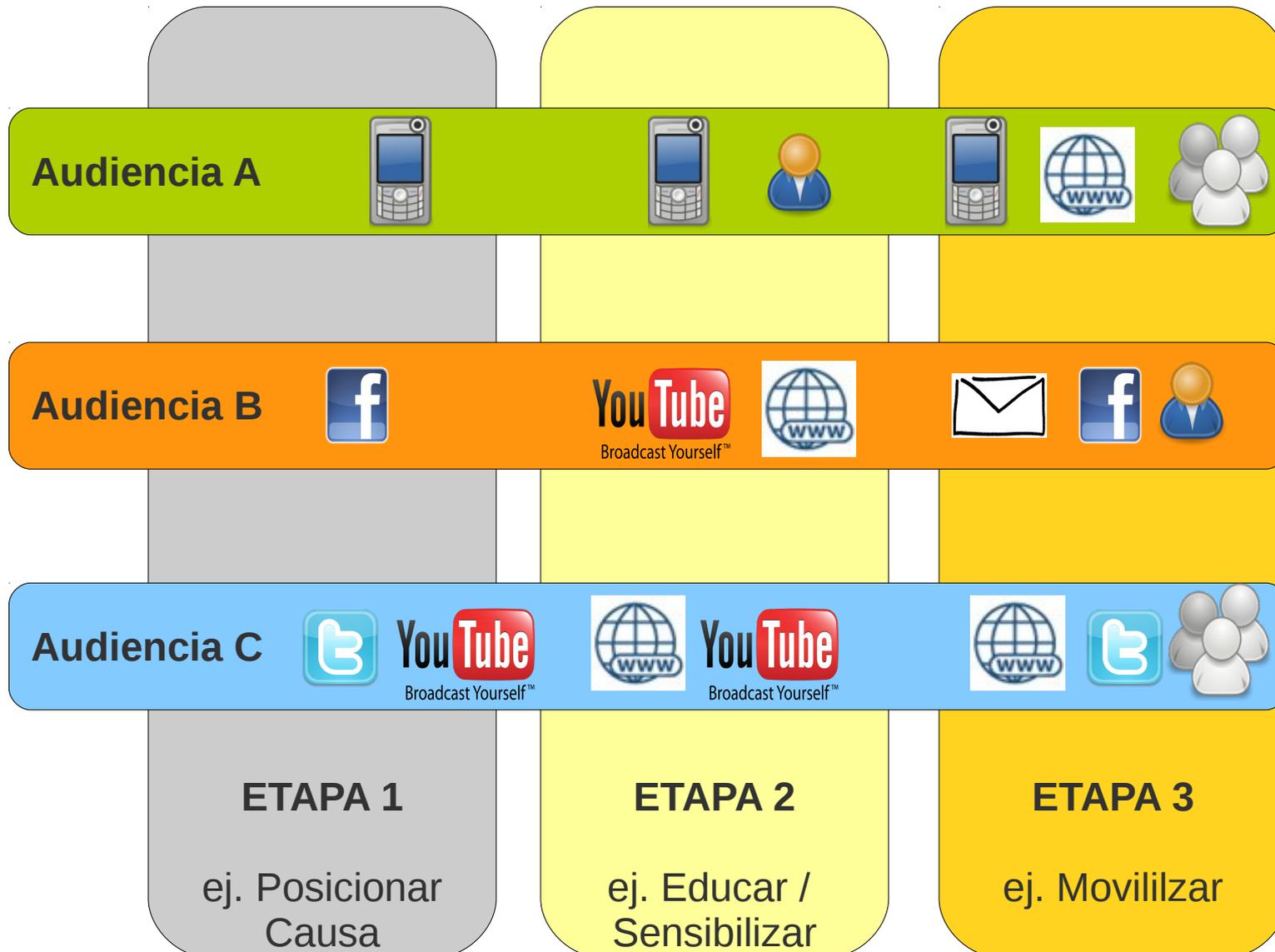


# ¿Para qué te sirve cada herramienta?

<b>Medio / Objetivo</b>	<b>Posicionar / Presentar</b>	<b>Informa</b>	<b>Sensibiliza / Concientiza</b>	<b>Vigila y Denuncia</b>	<b>Moviliza</b>
<b>E-Mail</b>					
<b>SMS</b>					
<b>Pág. Web</b>					
<b>Blog</b>					
<b>Facebook</b>					
<b>Twitter</b>					
<b>Mapa</b>					
<b>Video</b>					
<b>Audio</b>					
<b>Visualización</b>					

# Esquema de campaña

ILUSTRATIVO



**OBJETIVO CUMPLIDO**

# ¿Cuándo se está mejor preparado?

- Cuando **conoces** a tu audiencia
- Cuando sabes **qué necesita** tu audiencia para cambiar
- Cuando has **construido** una base de apoyo para tu causa
- Cuando sabes **leer** los tiempos y contextos sociales

**Algunas referencias desde la práctica ...**

# Posicionamiento de un problema

- Sin 'clientes' no hay trata
  - Las histeriqas, las mufas y las otras
  - Argentina
- Objetivo
  - Posicionar problemas, temas y causas en la sociedad
- Usos de la imagen y blog
  - Posicionar temas, causas y problemas de manera directa
  - Impactar con imagen
  - Fomentar participación y mostrar actividad colectiva en blog

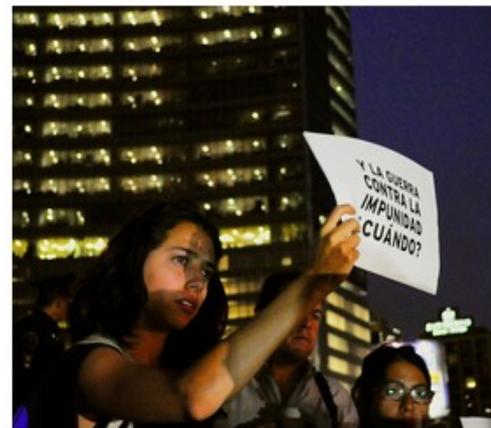


# Posicionamiento de un lema

- Banco de Consignas
  - Hispanoamérica, 2012
- Objetivo
  - Crear, imprimir y compartir archivos con consignas para movimientos sociales
- Usos de la herramienta
  - Facilitar la adopción de frases para movimientos y causas populares
  - Facilitar impresión de consignas
  - Facilitar la forma de compartir consignas

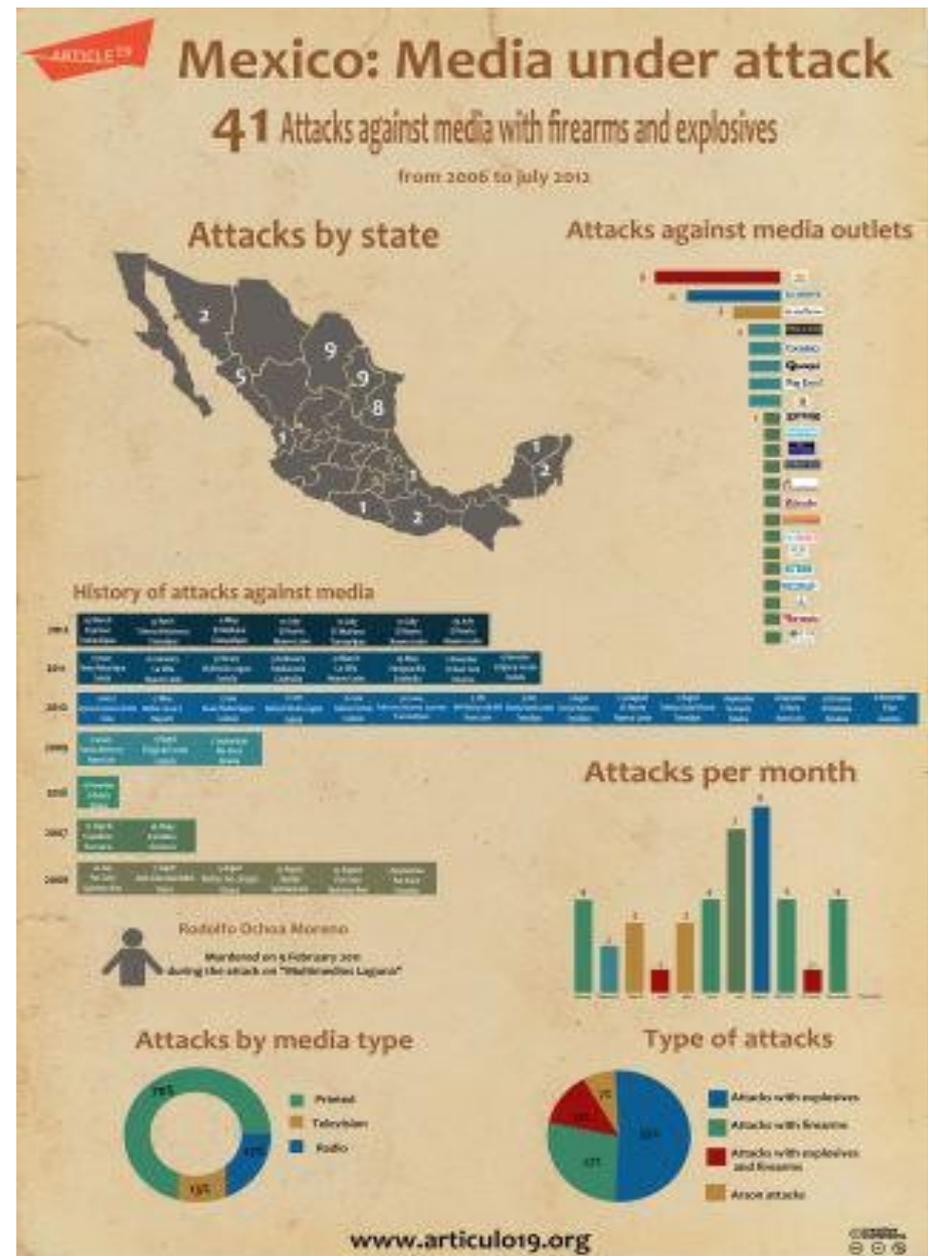
**YO NO PEDÍ  
ESTA GUERRA**

**Y LA GUERRA  
CONTRA LA  
IMPUNIDAD  
¿CUÁNDO?**

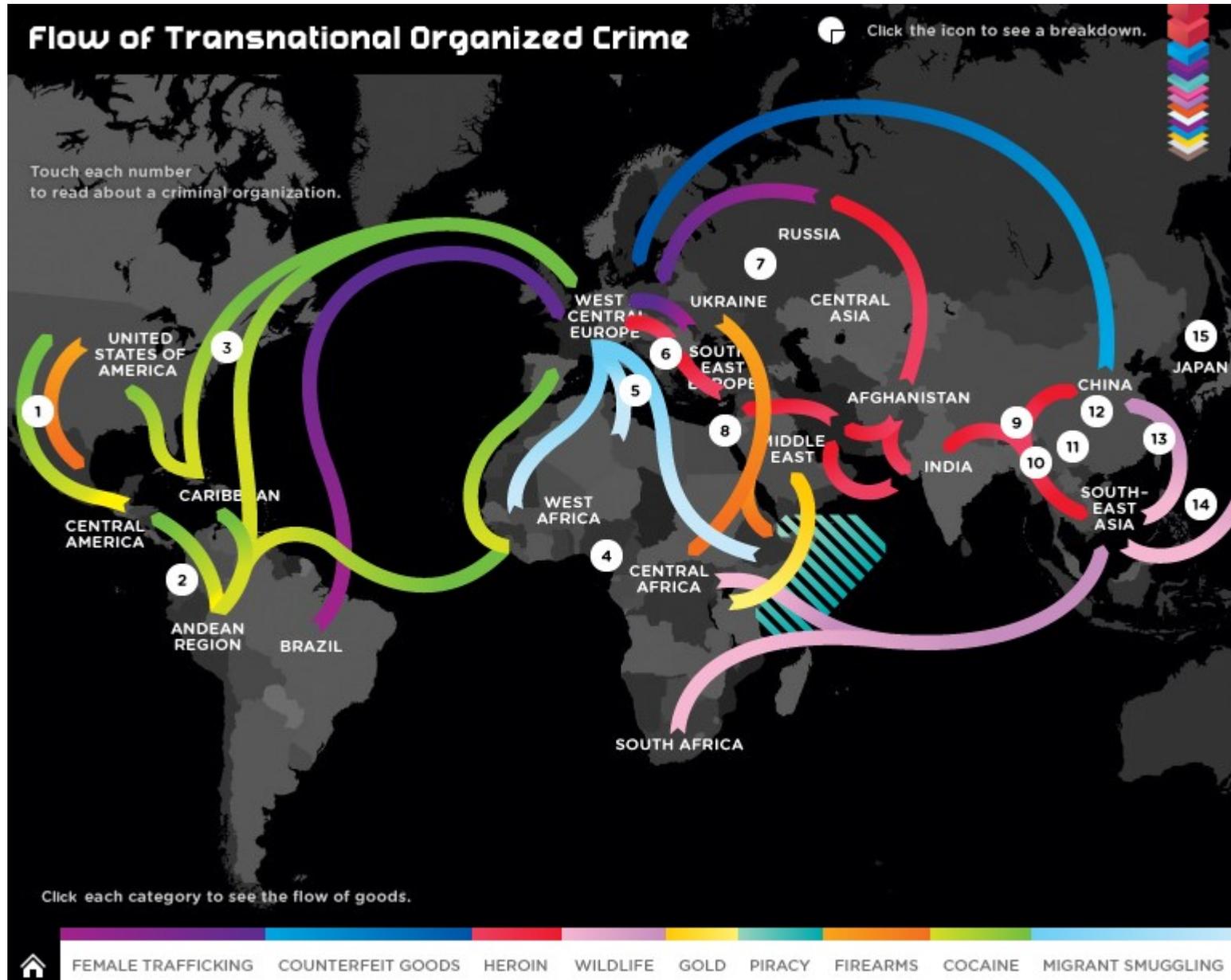


# Cuantificar una problemática

- Agresiones a Periodistas
  - Artículo19
  - México - 2012
- Objetivo
  - Visualizar de manera simple la situación de violencia contra periodistas en México
- Usos de la infografía
  - Sintetizar la información
  - Guiar la lectura con forme a la información que se quiere expresar
  - Contrastar, comparar y dimensionar información cuantitativa

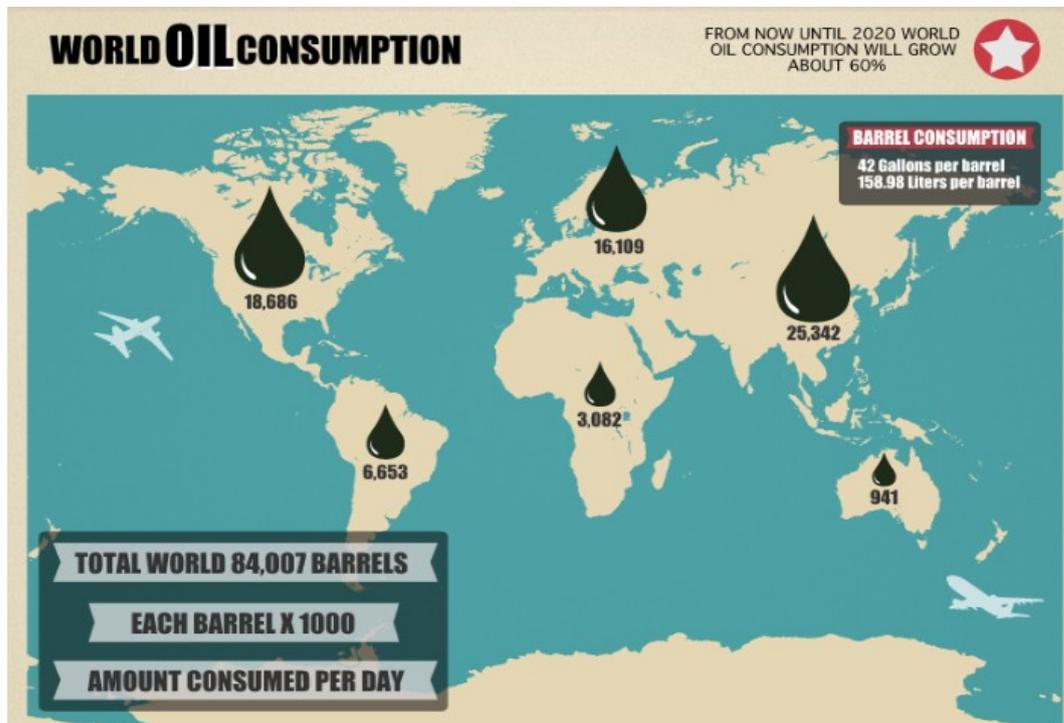


# Explicar un análisis y situación



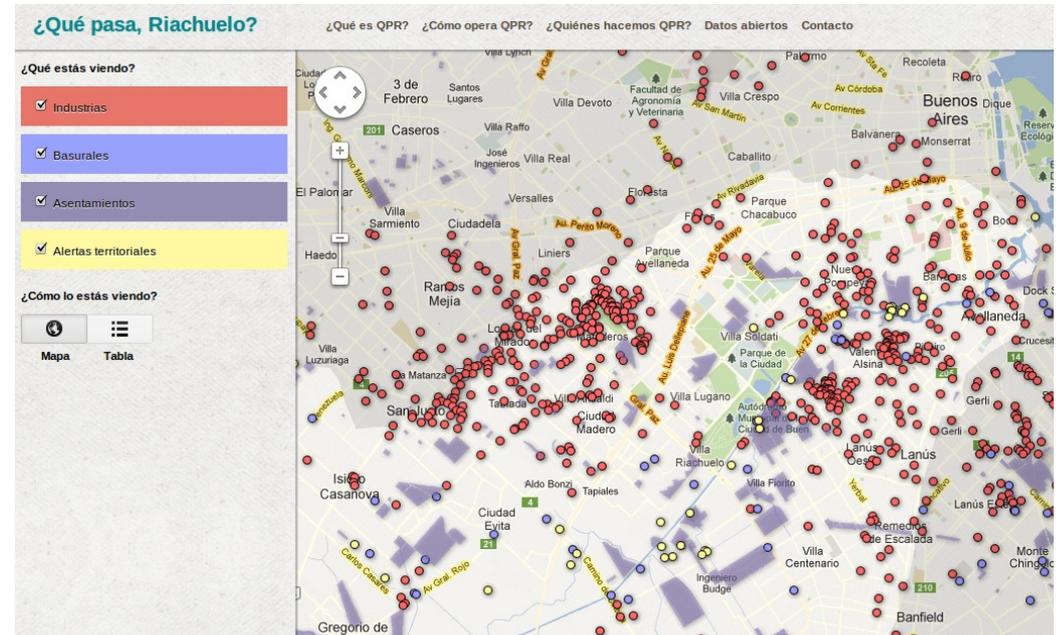
# Herramienta sugerida

- Infografías o carteles analíticos
  - Infogram <http://infogr.am>
- Infografías con gráficos y mapas
  - Easel.ly <http://www.easel.ly>



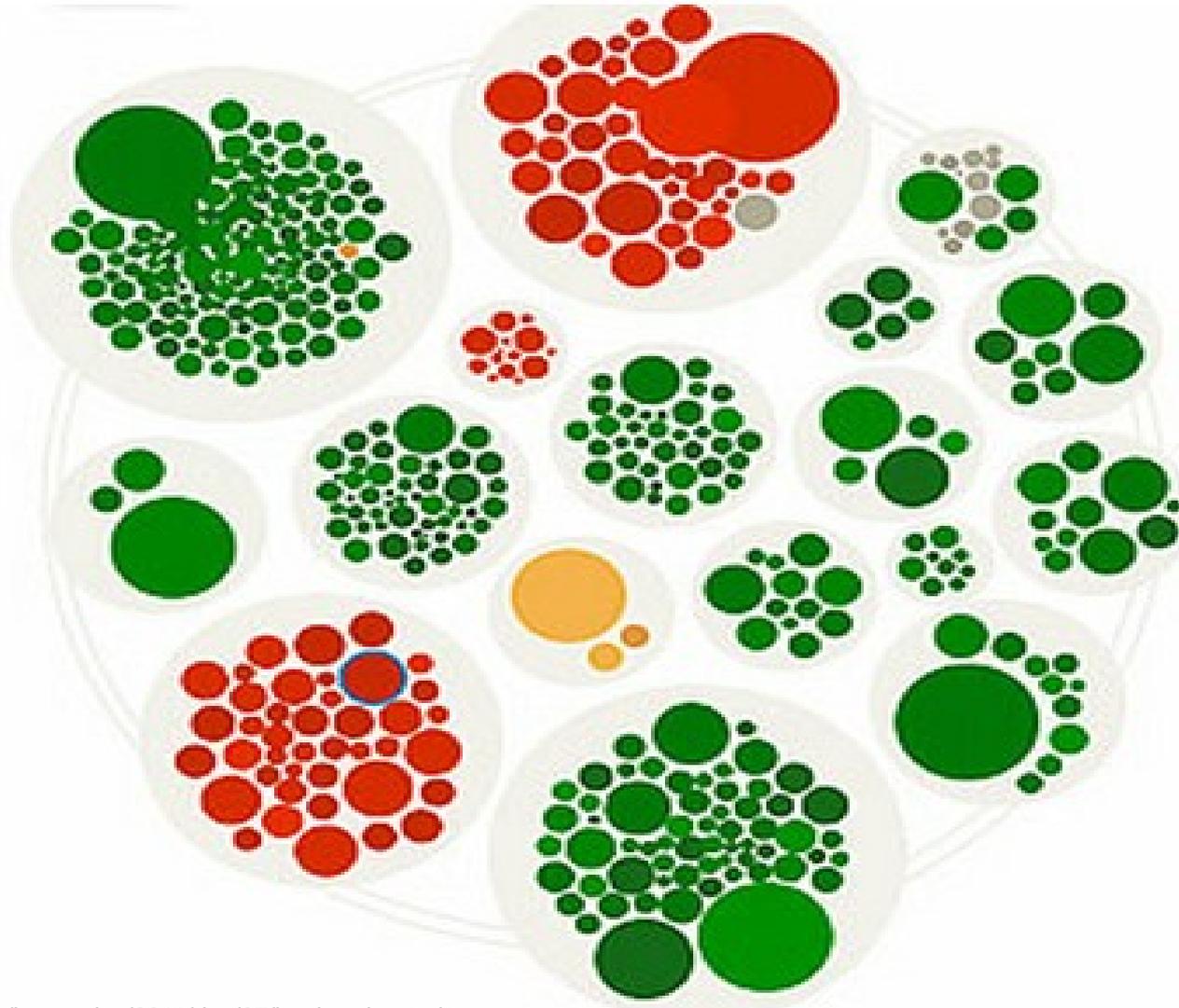
# Georeferenciación de la información

- Qué pasa Riachuelo
  - GarageLab
  - Argentina 2012
- Objetivo
  - Visualizar la problemática ambiental de la cuenca Matanzas-Riachuelo
- Usos de la georeferenciación
  - Visualizar ubicación de fuentes de problemas y brotes de efectos
  - Visualizar los avances de acciones de la gestión pública



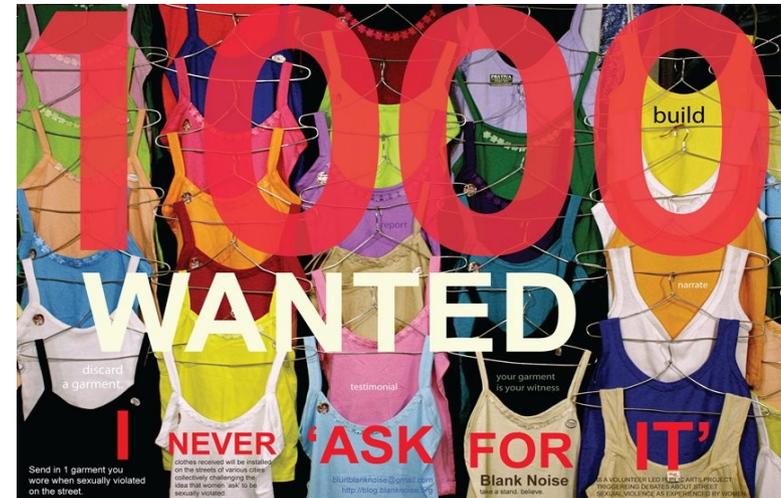
# Herramienta Sugerida

- Google Fusion Tables y Google Charts



# Involucramiento hacia una causa

- I Never Ask for IT
  - Blank Noise Project
  - India - 2008
- Objetivo
  - Involucrar a mujeres en tácticas para dar a conocer colectivamente su opinión y efectos del acoso sexual
- Usos de imágenes y redes
  - Informar y concientizar sobre una probable situación
  - Llamar a la acción



<http://blog.blanknoise.org>



# Herramienta sugerida

- Pixton

<http://www.pixton.com/mx/>



# Creación de una Comunidad

- No + Violencia contra las Mujeres
  - Participación individual
- Objetivo:
  - Debatir e intercambiar opiniones e información sobre violencia en contra de las mujeres
- Usos de Facebook:
  - Debate y expresión de la ciudadanía
  - Presentación y discusión de temas de género y violencia
  - Comunidad autogestiva
  - Crecimiento en base a la relevancia de la discusión de la misma comunidad



The image shows a screenshot of a Facebook page for the organization 'NO+VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES' based in Caracas. The page features a purple ribbon logo with the text 'NO + VIOLENCIA DE GÉNERO'. The main content area displays a post from 'Iniciativa Feminista' with a URL and a post from 'Aventuras de mujeres sólo para mujeres' with a text-based post. The page also shows a search bar, navigation icons, and a sidebar with menu options like 'Muro', 'Información', 'Actividad de tus amigos', 'Fotos', 'Videos', 'Foros', 'Notas', and 'Eventos'.



# Mobilización hacia una acción o actitud

- Bellbajao “Toca el timbre”
  - Breaktrhoug
  - India
- Objetivo
  - Mostrar como ciertas acciones y actitudes pueden frenar la violencia doméstica en el momento
- Usos del video y redes sociales
  - Posicionar una acción o actitud por parte de la ciudadanía
  - Demostrar efectividad del cambio impulsado por una persona en su comunidad
  - Empatizar con situaciones de la vida diaria



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



<http://www.youtube.com/watch?v=9t3BPv8tBP4&feature=relmfu>

# Incidencia Directa



**alconsumidor** Daniel Gershenson  
Aquí todos somos Davides, @asternux @josech @rc  
@senadocastellon. Orgullo ciudadano #ley5dejunio  
#GuarderiaABC, vs. viento y marea  
hace 4 horas



**Pajaropolitico** animalpolitico  
Calderón firma decreto de #Ley5dejunio bit.ly/pzposk  
hace 4 horas



**roblesmaloo** Jesús Robles Maloof  
@asternux @josech @senadocastellon @alconsumidor el apoyo  
de la comunidad tuitera fue clave. #Ley5deJunio  
hace 4 horas



**alconsumidor** Daniel Gershenson  
Fuimos y seremos much@s, @frijolsaltarin. Gracias a cada 1 de  
Ustedes, por consumir gran logro ciudadano. Ya hay #ley5dejunio  
#GuarderiaABC  
hace 4 horas



**josech** José Luis Chiquete  
Voy a abrazar a mi hijo en nombre de quienes hoy no pueden  
hacerlo, pero lucharon para que no vuelva a ocurrir  
#GuarderiaABC. #ley5dejunio  
hace 5 horas



**roblesmaloo** Jesús Robles Maloof  
@asternux @josech @senadocastellon @alconsumidor el apoyo  
de la comunidad tuitera fue clave. #Ley5deJunio  
hace 4 horas

change.org

## Peticiones destacadas



**Supermercados: Entreguen diariamente productos a punto de caducar a ONG locales**

por Teresa Ordás 16.212 FIRMANTES FIRMA



**Todos con Marcos para conseguir un profesor/a de Educación Especial en Garrucha**

por Pedro DeMateo 7.344 FIRMANTES FIRMA



**Pide al Gobierno del Valle de Arán que reubique a los dos osos que mantienen en un parking público**

por Fundación FAADA 22.459 FIRMANTES FIRMA



**Por un precio justo para los libros de texto**

por Elena Alfaro 72.218 FIRMANTES FIRMA

# Herramientas Sugeridas

- Peticiones en línea
  - Change.org [www.change.org](http://www.change.org)
- Mensajes Directos a Líderes de Opinión
  - Twitter [www.twitter.com](http://www.twitter.com)
- Adopción de marca por usuarios de redes sociales
  - Twibbon [www.twibbon.com](http://www.twibbon.com)



# Articulación de una campaña hacia la causa

- Chao Pescado
  - Ciudadanos y cineastas
  - Chile, 2009
- Objetivo
  - Informar y generar conciencia sobre las repercusiones que traería la construcción de la termoeléctrica en Punta de Choros, Chile
- Usos del video
  - Informar y concientizar sobre una probable situación
  - Llamar a la acción



Trailer Documental 'Chao Pescao. Salvemos Punta .  
by movimientochoapescao



Intro: <http://vimeo.com/14213537>

Trailer: <http://www.chaopescao.cl/trailer.php>

# Vigilancia y denuncia

- El Francotirador del Soborno
  - Nawaat
  - Marruecos - 2007
- Objetivo
  - Capturar y divulgar actos de corrupción (soborno a policías de tránsito)
- Usos del video
  - Grabación de hechos de la vida cotidiana que se desea vigilar y denunciar
  - Difusión de testimonios en video de actos de corrupción
  - Denuncia social de actos y situaciones sociales



# Información que empodera cívicamente

- Subsidios al Campo
  - Fundar – México
  - Información de padrones de beneficiarios del campo

The screenshot shows the homepage of the website 'SUBSIDIOS AL CAMPO EN MÉXICO'. The header features the title in large green letters and a search bar with the text 'Busca' and 'Selecciona un tipo de búsqueda' with options for 'Personas Físicas' and 'Personas Morales'. Below the header are navigation buttons for 'Análisis Nacional', 'Estados', and 'Programas'. The main content area includes a map of Mexico titled 'Distribución por estado de los 6 programas que se encuentran en el portal' and a table showing the number of pesos granted in millions from 1994-2009. A sidebar on the left contains text about the website's mission and a '¿Quiénes somos?' section.

¿Sabías que?... De acuerdo al Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación, los programas y componentes comprendidos en el Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable (PEC), están ordenados en nueve grandes vertientes: Financiera, Competitividad, Social, Educativa, Salud, Medio Ambiente, Infraestructura, Laboral y Agraria.

¿Quiénes somos?  
Subsidios al Campo en México es el primer sitio en Latinoamérica que tiene como objetivo arrojar luz sobre el destino de los apoyos financieros dirigidos al sector agropecuario en el país a través de una sencilla herramienta que permite conocer datos oficiales sobre los padrones de beneficiarios de los programas de subsidios agrícolas.

Leer más

¿De dónde vienen estos datos?

Información general

Información relevante

Se encuentra viendo la página principal

Distribución por estado de los 6 programas que se encuentran en el portal

Elige un estado

Millones de pesos otorgados	1994-2009			
84.5 a 4,487	4,488 a 8,911	8,912 a 13,335	13,336 a 17,759	17,760 a 22,184

<http://www.subsidiosalcampo.org.mx>

- Compara tu Escuela
  - IMCO – México
  - Búsqueda y comparación de indicadores por escuelas

The screenshot shows the homepage of the website 'compara tu escuela'. The header features the logo and a navigation bar with links for 'Busca tu escuela!', 'Compara tu escuela', 'Resultados nacionales', 'Contacto', and 'Sección personal'. The main content area includes a search form with options for 'Nombre', 'Cercanía', and 'Tabla de calificaciones'. Below the search form are dropdown menus for 'Escuela' (Nombre, Estado, Municipio, Nivel escolar) and a section for refining the search with options for 'Tipo de escuela', 'Calificación en matemáticas', 'Calificación en español', and 'Calificación de nuestros visitantes'. The footer includes logos for 'IDE PANZOZO!' and two video thumbnails.

compara tu escuela

¡Busca tu escuela! | Compara tu escuela | Resultados nacionales | Contacto | Sección personal

¡Busca y compara tu escuela!

Busca tu escuela por

- Nombre
- Cercanía
- Tabla de calificaciones

Escuela

Nombre

Estado: DISTRITO FEDERAL

Municipio: Cualquiera

Nivel escolar: Cualquiera

Con estas opciones puedes refinar tu búsqueda

Tipo de escuela: Cualquiera

Calificación en matemáticas: Cualquiera

Calificación en español: Cualquiera

Calificación de nuestros visitantes: Cualquiera

IDE PANZOZO!

La clave es el talento (video)

La reforma educativa (video)

<http://comparatuescuela.org/>

# Herramienta base: Comunicación por SMS

FRONTLINESMS 

HOME ABOUT THE SOFTWARE RESOURCES FOR USERS ABOUT THE PROJECT FOR DEVELOPERS BLOG COMMUNITY



FRONTLINESMS

**FRONTLINESMS ON TWITTER**

A picture speaks a thousand words: Enter the FrontlineSMS photo competition!  
<http://is.gd/gQNu7D> #m4d #Ict4d #mobile  
about 16 hours ago from TweetDeck

@g33kmate There isn't, no. It's not a specific area of focus for users in the same way that health, agriculture and

**FRONTLINESMS ALLOWS YOU TO TEXT MESSAGE WITH LARGE GROUPS OF PEOPLE ANYWHERE THERE IS A MOBILE SIGNAL.**



by  Ushahidi



# Reporteo ciudadano

- Ciudadanos

México 2011

#MtyFollow

#Reynosafollow

#VerFollow



- Objetivo:

- Monitoreo y validación de brotes de violencia

- Usos de Twitter:

- Status e información detallada desde lugar de brotes violentos
- Validación ciudadana
- Primera fuente de información en la región
- Base de decisiones cotidianas



RT @Marinneela: No hubo balacera en Xalapa, sólo camioneta encontrada con un explosivo en la salida a Ver. No confirmado #xalfollow

22 ago vía TweetDeck

☆ Favorito ↻ Retwittear ↩ Responder

# Visualización de denuncias vía Twitter

- #nosoncifras @tienennombre
  - Ciudadanía y activistas
  - México - 2011
- Objetivo:
  - TW: publicar nombres de desaparecidos y muertes
  - Mapa: visualizar nombres de desaparecidos y muertes
- Usos de Twitter y Crowdmap:
  - Difundir información desde conversaciones sociales y de múltiples personas
  - Agrupar mensajes (timeline o en mapa) sobre un tema específico



The screenshot shows a Twitter feed with the following tweets:

- Tienen nombre @Tienennombre** (18 ago): "@LaJornada: Hallan cuerpos de tres mujeres en la autopista México-Cuernavaca" #Tienennombre
- Status Quo DGO @StatusQuoDgo** (17 ago): "@pilaraguilarm: Hector Daniel Gomez Montes, 16, el encobijado hallado día 15, ejido San Ignacio,..." #durango @Tienennombre @menosdias
- FUUNDEC @FUUNDEC** (17 ago): "En este sexenio, 87 desapariciones forzadas en Michoacán fb.me/22ev5Lb8E"
- Spaintyna @spaintyna** (15 ago): "Richard Martinez Marin desaparecido en #Laredo #Tamaulipas 31/7/2010 Info @spaintyna @Tienennombre @theelteto"
- Estado Fallido @estadofallidomx** (17 ago): "@Tienennombre Desaparece periodista Mario Segura Director del Sol del Sur de Tampico. RT"

<https://twitter.com/tienennombre>



The screenshot shows the Crowdmap website interface for "Ciudadanía por la paz y justicia en México". It features a map of Mexico with numerous red markers indicating locations of disappearances. The interface includes a search bar, navigation tabs (INICIO, EVENTOS, NUEVO EVENTO, CONTACTO), and a legend for event categories:

- TODAS LAS CATEGORÍAS
- VOZ CIUDADANA #CARAVANAVIRTUALMX
- PROPUESTAS DE CAMBIO
- ACCIONES CÍVICAS
- VÍCTIMAS #NOSONCIFRAS
- TRUSTED REPORTS

Below the legend, there is a section titled "Cómo Crear un Evento" with three steps:

1. Enviando un Mensaje al Teléfono 228176174
2. Enviando un Tweet con ellos hashtag #MapaMX or #nosoncifras
3. Completando un Formulario

<http://pazyjusticia.crowdmap.com>

# Visualización de tweets e información



# Visualización y acción ante info ciudadana



Project Tehuan beta

Like

Tweet 0

+1 0

Español (MX)



+ NUEVO REPORTE

INICIO

REPORTES

NUEVO REPORTE

RECIBIR ALERTAS

CONTACTO

¿QUÉ ES TEHUAN?

¿CÓMO PARTICIPAR?

FILTROS + REPORTES NOTICIAS FOTOS VIDEO TODO



1 día

7 días

15 días

30 días

NUMERO DE REPORTES = 414

+ FILTRAR CATEGORÍAS [OCULTAR]

TODAS LAS CATEGORÍAS

COMUNIDAD

EMERGENCIAS MEDICAS

SERVICIOS PUBLICOS

VIALIDAD Y TRANSITO

SEGURIDAD

+ CÓMO CREAR UN REPORTE [OCULTAR]

## Cómo Crear un Reporte

1. Enviando un SMS al Teléfono **818.275.1078**
2. Enviando un Correo Electrónico a [tehuan@cic.mx](mailto:tehuan@cic.mx)
3. Enviando un Tweet con e/los hashtag/s **#mtyfollow** o **#VIALIDADmty** o **#mtySOS**
4. Completando un Formulario

# Consideraciones BÁSICAS

- Principios básicos de **comunicación y didáctica**
- **Veracidad** y comprobación de información utilizada
- **Seguridad** de datos, involucrad@s y terceros
- Medios de **acceso** a audiencia objetivo
- **Relevancia** del contenido para audiencia objetivo
- **Apropiación** de herramientas y mensajes
- **Participación e intercambio** de contenidos

# Comunicación llevada al día día

- Debe de haber una forma de operar
  - Coordinación entre actores dentro de la organización con el área de comunicación
  - Sinergia entre operación y comunicación
- Debe de haber responsables de generación y producción de contenidos
- Debe de haber metas de impacto
- Debe de haber reuniones de evaluación

# Sigamos en contacto

## Páginas informativas

- [www.informationactivism.org/es](http://www.informationactivism.org/es)
- [www.ticproddhh.org](http://www.ticproddhh.org)

## Seguridad y Privacidad en Internet

- [www.securityinabox.org/es](http://www.securityinabox.org/es)



**@jm\_casanueva**

**@info\_activismo**



**Grupo**

Medios Digitales para la Acción Social

**Página**

[Www.facebook.com/SocialTIC](http://Www.facebook.com/SocialTIC)

## • Correo electrónico

- [juan.casanueva@social-tic.org](mailto:juan.casanueva@social-tic.org)



Esta presentación está registrada bajo CC(BY.NC) por lo que se cuenta con el consentimiento de lo/as autores/as para su uso, distribución y adaptación para fines no-comerciales. Más información en: [www.creativecommons.org.mx](http://www.creativecommons.org.mx)