

**RIESGOS GENERADOS A LA REPUTACIÓN DE EPM POR LAS ACCIONES
CIBERACTIVISTAS DEL MOVIMIENTO RÍOS VIVOS**

ANDREA FORONDA ROMÁN

Trabajo de grado para optar el título de Magíster en Comunicación Digital

Directora

Mg. Paula Andrea Vélez Castillo

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

MAESTRÍA COMUNICACIÓN DIGITAL

MEDELLÍN, COLOMBIA

2014

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que participaron en este proyecto de investigación y aportaron las ideas, conceptos y experiencias de forma transparente y con criterio profesional, lo cual fue fundamental para encontrar las respuestas a las preguntas que dieron origen a este estudio.

Gracias a mi directora Paula Vélez Castillo por su acompañamiento y guía.

Mi inspiración: Jairo Foronda Cano. La memoria de mi padre siempre alimentará mi espíritu soñador que cree en la equidad, la inclusión y la participación ciudadana como elemento fundamental de la sociedad que, de la mano de las instituciones, son el motor del desarrollo.

Gracias a mi madre Fanny Román Tejada por su confianza, tolerancia y ánimo incansable; a mi hermano Camilo Foronda Román por ser el referente más importante en mi vida para hacer las cosas bien.

"Declaro que esta tesis (o trabajo de grado) no ha sido presentada para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad". Art. 82 Régimen Discente de Formación Avanzada, Universidad Pontificia Bolivariana.

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is written in a cursive style and reads "Juan Forero Pausán".

Juan Forero Pausán

RESUMEN

Los estudios sobre el ciberactivismo se han centrado en definir el concepto y describir las redes sociales virtuales como herramientas de comunicación ciudadana puestas al servicio del activismo en Internet. Muy pocos han sido los estudios de caso que pueden caracterizar los efectos reales del ciberactivismo y su función social. El estudio de caso del Movimiento Ríos Vivos Antioquia en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango y la identificación de los posibles impactos en la reputación de la empresa, pretende tener un acercamiento a los elementos del ciberactivismo, su función social y su relación con el entorno para comprender cómo y en qué medida pueden causar efectos reales.

Ríos Vivos Antioquia tiene un blog, un perfil en Facebook y una cuenta en Twitter, hacen uso de cada red social con un fin específico y hacen parte de su estrategia activista de comunicación.

ABSTRACT

Studies of cyber activism have focused on defining the concept and describe the virtual social networks as tools for citizen communication at the service of Internet activism. Very little has been the case studies that can characterize the real effects of cyber activism and social function. The case study Ríos Vivos Antioquia against the construction of the hydroelectric Ituango and identification of potential impacts on the reputation of the company, aims to have an approach to cyber activism elements, its social function and its relationship with the environment to understand how and to what extent can cause real effects.

Ríos Vivos Antioquia has a blog, a Facebook page and a Twitter account, make use of each social network with a specific purpose and are part of his activist communication strategy.

PALABRAS CLAVE

Ríos Vivos Antioquia, EPM, activismo medioambiental 2.0, Web 2.0, ciberactivismo.

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	7
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
2.1.	Delimitación.....	11
2.2.	Justificación.....	11
2.3.	Preguntas de investigación.....	12
3.	OBJETIVOS	13
3.1.	General	13
3.2.	Específicos	13
4.	ESTADO DEL ARTE	14
4.1.	Introducción	14
4.2.	Ciberactivismo, un nuevo discurso social	15
4.3.	Caracterización de las herramientas ciberactivistas	16
4.4.	Apropiación de la Web 2.0 por los ciudadanos.....	21
4.5.	Reflexión final.....	24
5.	MARCO CONTEXTUAL.....	26
5.1.	Introducción	26
5.2.	Descontento social en Antioquia por la construcción de las Hidroeléctricas	26
5.3.	Organización ciudadana en Antioquia por la defensa del medio ambiente	30
5.4.	Estudio del ciberactivismo ambiental	34
6.	MARCO CONCEPTUAL.....	37
6.1.	La Web 2.0: nuevas oportunidades para los ciudadanos.....	37
6.1.1.	Algunas definiciones.....	37
6.1.2.	La comunicación ciudadana en la Red.....	41
6.1.3.	Comunicación política 2.0	44
6.2.	El e-ciudadano.....	46
6.2.1.	Transformación: de usuario y consumidor a e-ciudadano	46
6.2.2.	El poder de los ciudadanos en la Red	47
6.2.3.	La reputación corporativa, nueva forma de percepción de los ciudadanos	50

6.2.3.1.	La gestión de la reputación corporativa.....	52
6.2.4.	El poder ciudadano y la reputación on-line	54
6.3.	Ciberactivismo, el nuevo poder ciudadano	56
6.3.1.	Definición	56
6.3.2.	Técnicas de ciberactivismo: la e-protesta	61
6.3.3.	Los ciberactivistas.....	63
6.3.4.	El ciberactivismo en el discurso ciudadano	64
6.3.5.	Activismo ambiental	66
6.4.	Ciberactivismo, el nuevo diálogo social	70
7.	METODOLOGÍA.....	71
7.1.	Carácter de investigación, metodología de trabajo y propuesta de instrumentos	71
7.2.	Técnicas.....	72
7.2.1.	Etnografía virtual	72
7.2.2.	Relato de la Etnografía Virtual	76
7.2.3.	Entrevista en profundidad.....	78
7.2.4.	Registro de la observación etnográfica.....	81
7.2.5.	Análisis de la información	85
8.	RESULTADOS	87
8.1.	Creación y funcionamiento de las acciones activistas en Internet de Ríos Vivos Antioquia.....	87
8.1.1.	El sentido de los mensajes de Ríos Vivos Antioquia.....	88
8.1.2.	Ríos Vivos Antioquia y el ciberactivismo	90
8.2.	Impactos negativos que podrían causar las acciones activistas en Internet de Ríos Vivos en la reputación de EPM	97
8.2.1.	La viralidad, factor clave en el impacto del ciberactivismo	100
8.2.2.	El impacto real en la reputación.....	103
8.3.	Posibles impactos en la reputación de EPM causadas por la réplica de las acciones de Ríos Vivos en los medios de comunicación radio, prensa y televisión.....	104
8.4.	Otros resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad	109
9.	CONCLUSIONES.....	112
10.	RECOMENDACIONES.....	116
11.	BIBLIOGRAFÍA	117

1. INTRODUCCIÓN

En los años 60, Suecia decide no volver a construir grandes represas, protege sus principales 4 ríos y prohíbe mayores desarrollos en el sector. A partir de ese momento empiezan a crearse en el mundo movilizaciones sociales en contra de la construcción de represas.

Según el Movimiento Mundial por los Bosques Tropicales, la historia de las grandes represas es la historia de la violación de los derechos básicos de los pueblos que habitan el área inundada y además es la historia de la desaparición de los ecosistemas y la modificación de otros. Asegura el Movimiento, que los cambios que genera la represa en el régimen hidrológico desaparecen la fauna acuática y genera impactos graves sobre otras especies vinculadas a la cadena alimenticia. Este suceso afecta a las poblaciones humanas que dependen de estas especies para alimentarse, generan migraciones forzadas y privan a la comunidad de sus medios tradicionales para vivir (Movimiento Mundial por los Bosques Tropicales, 2003, p.10).

A los hechos sucedidos en Europa, se empiezan a sumar movilizaciones en Estados Unidos que dan como surgimiento la organización International Rivers; también se crean otros grupos en África, Asia y Suramérica, “en el mundo ya se han llevado a cabo tres encuentros mundiales de afectados por represas y en América se forma la Red LAR (Red Latinoamericana de Afectados por Represas) que convoca a movimientos, ONG, académicos, investigadores, universidades, afectados y en general personas que consideran que los ríos deben estar libres y no deben ser obstruidos por presas” Isabel Zuleta, líder del Movimiento Ríos Vivos.

El año 2000 se considera el año “pico” de las discusiones en el mundo en contra de la construcción de represas, porque se conformó la Comisión Mundial de Represas, donde todos los movimientos que defienden los ríos confluyeron en Brasil para discutir sobre la creación de estrategias que permitan la consideración de nuevas formas de generar energía que no afecten a la población.

En ese año se conforma en Colombia la Red de Afectados por Represas y nace el Movimiento Colombiano en Defensa de los Territorios y de los Afectados por Represas **Ríos Vivos**; el cual se constituye oficialmente en el año 2011 como una organización compuesta

por los procesos que defienden su territorio frente a la imposición de proyectos minero – energéticos que afectan los territorios tradicionales (Congreso de los Pueblos, 2012).

En el año 2008, en Colombia, un proyecto concebido en las décadas de 1960 y 1970 como la construcción de la hidroeléctrica más grande del país, inicia su ejecución gracias a la resolución 317 del 26 de agosto de 2008 del Ministerio de Minas Energía, mediante la cual se declara de utilidad pública e interés social los terrenos necesarios para la construcción y la operación del proyecto. Es así que nace el Proyecto Hidroeléctrica Ituango, y EPM, empresa Antioqueña de servicios públicos domiciliarios, hoy un grupo empresarial colombiano conformado por sociedades de Colombia, Centroamérica, el Caribe, Suramérica, Méjico, Estados Unidos y España, además considerado en el año 2014 como la quinta industria del país con el mayor puntaje de reputación (según lo establece el Monitor Empresarial de Merco que evalúa las variables de ética y responsabilidad corporativa, dimensión internacional, innovación, resultados financieros, calidad de la oferta comercial y reputación interna), es el responsable de financiar, construir, operar, mantener y comercializar el proyecto por espacio de 50 años.

Y con el inicio del proyecto Hidroeléctrica Ituango, nace Ríos Vivos Antioquia, grupo que lidera la movilización en defensa de los derechos de las comunidades afectadas que habitan los territorios que son área de influencia del proyecto.

Al conjunto de acciones de protesta y movilización social que emprende Ríos Vivos Antioquia en contra del proyecto, se suma la visibilidad del movimiento gracias al uso de Internet. En el año 2010 abren el blog con el objetivo de denunciar “los graves e irreparables impactos, violaciones a los derechos humanos que se vienen cometiendo con esta mega obra, además de los sucesos de contexto que agravan la situación en el norte y occidente del departamento” (Ríos Vivos Antioquia, blog); y en el año 2012 se unen a Facebook y abren su cuenta en Twitter.

Según Isabel Zuleta, Líder del Movimiento Ríos Vivos Antioquia, Internet es un medio de comunicación, que les permite comunicarse con otros procesos latinoamericanos y de otros continentes; es un espacio de memoria, que por las características de Internet, facilita la consulta de lo que ellos registran en fotografías, videos y actas. Este material sirve de

referente para otros procesos en el mundo, así como para ellos (Ríos Vivos) lo que otros movimientos publican en Internet, sirve de referente para entender la historia de cada territorio afectado para así buscar la manera de que los impactos negativos, como la violación a los derechos, no se repitan.

En el blog (<http://www.debatehidroituango.blogspot.com/>), aunque la publicación no es diaria si es periódica, se actualiza en la medida que exista un hecho que consideren debe ser denunciado. Publican actas, informes y denuncias con exigencias al Estado y a EPM; este espacio configura un archivo histórico de uso público que reúne los documentos donde se registran hechos que suceden en el territorio y se consignan además las acciones activistas y las movilizaciones en contra de la construcción de la hidroeléctrica.

En el blog, también hacen uso de recursos como creaciones literarias de pobladores, fotografías y enlaces a videos en YouTube, que además de la posibilidad de generar una respuesta emocional en el público, tiene como objetivo crear una narrativa transmedia que alimente el registro de la memoria del territorio con la identidad cultural de la población.

Por otra parte, en su perfil en Facebook cuentan con 1.586 seguidores. En sus publicaciones que llegan a ser diarias, se ve una clara intención de hacer visible las denuncias a través de la muestra del territorio y la población. Alimentan el perfil con varios álbumes de fotos y enlaces a videos en YouTube. Hacen uso de estos recursos multimediales para registrar las acciones activistas y también realizan convocatorias a eventos y movilizaciones.

En Twitter, cuentan con 512 seguidores, van reportando eventos que suceden en el territorio como las audiencias públicas y las marchas. A través de los “trinos” van narrando los aspectos que consideran relevantes para sus públicos.

Aunque Ríos Vivos concibe el uso de Internet como un medio de comunicación y de memoria histórica, las posibilidades de la Web 2.0 como la inmediatez, la interactividad, la posibilidad de participación, la gratuidad, la rapidez de difundir la información y la capacidad de llegar a amplias audiencias, pueden favorecer la estrategia activista y dar lugar a un ciberactivismo, lo cual se ha convertido en una herramienta de lucha en el mundo de movimientos que defienden los derechos humanos o la conservación del medio ambiente; de hecho, varios estudios de la Primavera Árabe, relacionan las acciones ciberactivistas como

una posibilidad que permitió que la protesta creciera sistemáticamente y alcanzara un alzamiento civil de protagonismo mundial.

El auge de la defensa del medio ambiente a través de estrategias 2.0, en particular en contra de la construcción de megaproyectos, han llamado la atención de estudiosos de este fenómeno, varios han sido los grupos que están siendo observados como Anonymous quien levantó el tema con la OpAltoMaipo en el Día de la Tierra, algunos de los casos más emblemáticos de defensa del medio ambiente a través de redes sociales en Chile han sido contra megaproyectos, los más mencionados Patagonia Sin Represas y Greenpeace (Hermosilla, 2013).

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La idea de la investigación surge de la inquietud por los efectos reales que una estrategia ciberactivista causa en las empresas o instituciones que denuncian. Aunque se ha seguido de cerca las acciones en Internet que los movimientos activistas tienen, aún falta orientar los estudios hacia la identificación de los impactos que esto logra en la realidad.

El estudio del caso Ríos Vivos en Internet en contra del Proyecto Hidroeléctrica Ituango y el impacto que esto puede generar en la reputación de una de las cinco empresas mejor reputadas del país, mostrará las formas y posibilidades en las que las acciones ciberactivistas pueden causar efectos reales.

1.1.Delimitación

Se elige el caso de Ríos Vivos Antioquia por ser el movimiento activista legítimo en contra de la construcción de la hidroeléctrica más importante de Colombia. La visibilidad de los hechos que giran alrededor del proyecto es bastante, por lo cual el seguimiento a los efectos que las acciones ciberactivistas pueden causar se podrían identificar fácilmente. Ríos Vivos Antioquia cuenta con blog, perfil en Facebook y cuenta en Twitter. Tienen un claro objetivo con el uso de Internet.

La investigación se desarrolla en el año 2014 y analiza tres momentos claves de lo que ha sido la historia de la construcción de la hidroeléctrica:

- Inicio de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango. Año 2008.
- Asesinato del líder del Movimiento Ríos Vivos Antioquia, Nelson Giraldo Posada. Septiembre – Octubre del año 2013.
- Desviación del Río Cauca. Enero – Febrero del año 2014.

1.2.Justificación

Según el estudio “Activismo Medioambiental 2.0”, desarrollado por el Observatorio de Redes Sociales de la Universidad Católica “Tren Digital” y patrocinado por la consultora medioambiental Jaime IIIanes y Asociados, en Chile; se ha demostrado que las Redes

Sociales se han convertido en una de las herramientas más utilizadas por los grupos ciberactivistas, lo cual es una tendencia mundial (Hermosilla, 2013).

Este fenómeno ha llamado la atención de los investigadores en el campo de las ciencias sociales, que han visto como los avances de la Web 2.0 le han dado herramientas a los ciudadanos para visibilizar sus necesidades, ignoradas hace muchos años por los gobernantes y las empresas mediáticas.

A pesar del interés, las investigaciones se han centrado en definir el fenómeno y en describir las plataformas 2.0 como las redes sociales y los blogs, pero no se ha avanzado mucho en el estudio de las estrategias y su impacto; de hecho se concluye en varias ocasiones que no se logra identificar que las acciones ciberactivistas tengan como consecuencia cambios reales o hayan alcanzado efectivamente el propósito que buscan.

Por el motivo anterior, la investigación pretende hacer un estudio de caso de ciberactivismo, pero centrado en identificar cómo los detalles de la configuración de la protesta en Internet pueden causar un impacto real, en este caso en la reputación de la empresa que es foco de las protestas.

1.3.Preguntas de investigación

- ¿Cómo se configuran (creación y funcionamiento) las acciones activistas del movimiento Ríos Vivos en Internet?
- ¿Qué impactos negativos podrían causar las acciones activistas en Internet del Movimiento Ríos Vivos en la reputación de EPM?
- ¿Las acciones activistas en Internet del Movimiento Ríos Vivos son replicadas por los medios de comunicación radio, prensa y televisión?

2. OBJETIVOS

2.1.General

Identificar los posibles efectos que el ciberactivismo puede causar en la reputación de una empresa, a partir del estudio de caso de Ríos Vivos Antioquia en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango.

2.2.Específicos

- Describir las acciones activistas del movimiento Ríos Vivos en Internet en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango.
- Identificar los impactos negativos que las acciones activistas del movimiento Ríos Vivos en Internet pueden causar a la reputación de EPM.
- Identificar en los medios de comunicación radio, prensa y televisión la visibilidad que tienen las acciones activistas del Movimiento Ríos Vivos en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango.

3. ESTADO DEL ARTE

3.1.Introducción

Desde los años 90 se ha visto una creciente manifestación de grupos activistas en las calles de las principales ciudades del mundo, que ha sido posible gracias a las herramientas que ofrece Internet porque su tecnología les ha permitido a los ciudadanos organizarse y realizar convocatorias masivas. En la ciudad de Seattle, por ejemplo, alrededor de 50 mil personas protestaron contra la cumbre de la OMC, y adicional, tuvo como resultado el nacimiento del grupo ciberactivista Indymedia, conformado por un colectivo de periodistas que se manifiestan principalmente contra la globalización; en Washington, unas 30 mil personas se reunieron para protestar contra el Banco Mundial; en Génova, más de 150 mil personas manifestaron su rechazo a la globalización; en febrero y marzo del año 2003, se pronunciaron millones de personas de la mayoría de países del mundo en contra de la guerra en Irak, y solo por mencionar algunas (Fernández, 2012, p.631).

Este fenómeno ha llamado la atención de los investigadores en el campo de las ciencias sociales, que han visto como la evolución de Internet, hacia la llamada Web 2.0, le ha dado la oportunidad a los ciudadanos de reunirse, crear redes sociales y visibilizar sus necesidades, ignoradas hace muchos años por los gobernantes y las empresas mediáticas.

Hasta el momento, las investigaciones más relevantes se han centrado en definir el fenómeno, conocido hoy en día como ciberactivismo; en describir las plataformas 2.0, como las redes sociales y los blogs, principales herramientas usadas por los grupos ciberactivistas; y en otros casos, se han realizado estudios de caso que tienen como resultado la descripción de las acciones usadas por los grupos ciberactivistas y sus mensajes. Aunque los resultados de los estudios han sido un importante avance para fundamentar las investigaciones futuras, ha llegado el momento de iniciar la investigación de los grupos ciberactivistas con una mirada integral de sus estrategias, que logre dar luces concretas sobre el poder de su convocatoria, su duración en el tiempo, su posible impacto en las instituciones o empresas que atacan y el logro de los objetivos que buscan. Por el momento, una de las conclusiones comunes en los estudios realizados, es que no se logra identificar que las acciones

ciberactivistas tengan como consecuencia cambios reales o hayan alcanzado efectivamente sus propósitos.

En la exploración presentada a continuación, se expondrá una selección de investigaciones, artículos y ensayos que dan muestra del cómo ha sido la evolución del estudio del ciberactivismo, tal como se ha resumido en el aparte anterior, y finaliza con la presentación de investigaciones de casos concretos, haciendo énfasis en grupos de ciberactivismo medioambiental, con el fin de tener un acercamiento a lo que se resolverá en el presente trabajo de grado. Las investigaciones recogen el estudio del fenómeno en Europa y América, principalmente en España y Chile, sin diferencias sustanciales en los resultados sobre el uso de las herramientas digitales y la apropiación por parte de los ciudadanos, lo que podría indicar que el ciberactivismo, sus estrategias y la efectividad pueden funcionar de forma similar en distintos lugares del mundo. El material fue obtenido de EBSCOhost, Google Académico y otras referencias sugeridas que se rastrearon a través del motor de búsqueda Google.

3.2. Ciberactivismo, un nuevo discurso social

Las investigaciones del activismo en Internet han explicado cómo las herramientas de la Web 2.0, el acceso gratuito y la facilidad en su manejo, han permitido que los ciudadanos se apropien de la Red, no solo como un medio de entretenimiento, sino como un medio de comunicación pública. Dalmonte (2012), estudia el movimiento ¡Desocupa! En El Salvador, y con base en el concepto “*esfera pública*” de Habermans: *formación y circulación de asuntos de interés público*; explica como las redes sociales permiten que las ideas, propuestas, interpretaciones y opiniones de los ciudadanos, se inserten en el proceso discursivo de la sociedad (ya no es solo los periodistas). Revela que el impacto que esto causa en el discurso, es el surgimiento de la polarización de fuerzas, porque el poder de las voces reunidas en redes virtuales, responden a las demandas de grupos, empresas o ideologías; es así que, la nueva organización discursiva, es el confronto discursivo, porque diferentes grupos de opinión publican sus puntos de vista.

Dalmonte (2012) realiza, entonces, un análisis sobre los procesos hegemónicos y contra-hegemónicos, lo cual verifica a través del análisis crítico, evaluando las estrategias y el posicionamiento de los grupos activistas y otros, que se encuentran en la Red .

Para caracterizar ese nuevo discurso que se genera en Internet, hace un seguimiento comparativo entre la comunicación sobre la protesta en contra de la privatización de los espacios públicos que realizan los dos principales diarios del país El Salvador, y la comunicación en redes sociales emprendida por el movimiento ¡Desocupa!

Del estudio comparativo, Dalmonte (2012) concluye que el periodismo en la acción comunicativa, promueve la formación de consensos sociales, trata diferentes puntos de vista; y que, aunque en teoría se asocia al interés público, busca intereses de consumidores, de hecho en algunos casos puede representar intereses empresariales.

En cambio, los grupos sociales, se pueden organizar a favor de un interés común que busca el bien social. Las redes sociales incluyen al ciudadano en los procesos discursivos, mientras que el periodismo tradicional, selecciona, encuadra y divulga los asuntos relevantes, dejando por fuera la expresión de las minorías, en muchas ocasiones.

Dalmonte (2012) concluye que hechos que denunció ¡Desocupa! No se publicaron en la prensa, es como si hablaran de realidades distintas en su discurso.

Esta investigación de Delmonte es importante porque aporta a la nueva teoría comunicativa que se crea en el entorno digital, y explica los nuevos discursos que aparecen en la sociedad gracias al ciberactivismo, pero no logra ahondar en el impacto que causa en el entorno o los efectos que puedan causar en la reputación de las instituciones que denuncia.

3.3.Caracterización de las herramientas ciberactivistas

Uno de los países latinoamericanos que más ha avanzado en el estudio del ciberactivismo es Chile. En el año 2009, Suazo, Martínez, Elgueta & Álvaro realizan una investigación sobre la utilidad de las aplicaciones Causas y Grupos, de la red social Facebook, en el activismo social. El interés no es ajeno al auge del ciberactivismo en ese país, desde el año 2000 se empezó a notar el surgimiento masivo de blogs, fotologs, perfiles en My Space, Flickr y de

publicaciones en YouTube y Podcaster; tanto así, que Chile fue catalogado como el país con mayor número de fotologs en el mundo y el de mayor participación de usuarios en Internet. “En el año 2008 Chile fue considerado el país con mayor crecimiento de usuarios en Facebook a nivel mundial” (Suazo et al, 2009, p.124).

El objetivo de su investigación era conocer cómo estas dos aplicaciones eran usadas para la movilización y cuál era más susceptible de constituir ciberactivismo. Fueron seleccionadas estas dos aplicaciones porque se ha notado su capacidad de construir una agenda independiente a la de los medios tradicionales, que ha desembocado en movilizaciones de ciberactivismo relevante como Mi Primer PC... pero de verdad, enfocada en disminuir la brecha tecnológica en los sectores más pobres de la población, y liberacióndigital.org encargada de defender la libertad de elegir el software, el uso libre de software y que se genere una industria nacional de software.

El método de investigación que usaron durante dos meses fue descriptivo ex post facto, incluyeron la observación participante y una pauta de cotejo para recolectar los datos. La selección de la muestra fue no probabilística, seleccionaron 10 grupos y 10 causas, teniendo como criterio las de mayor número de adherentes. Adicional, usaron una pauta de cotejo secundaria para relacionar grupos y causas menores, denominados hermanos, que compartían temas comunes con los otros (Suazo et al, 2009, p.139).

Los resultados de la investigación, permitieron corroborar varios conceptos que se han construido sobre las redes sociales, como (Suazo et al, 2009):

- Las redes sociales son una amplificación de nuestro círculo social inmediato, pues refuerza lazos existentes y crea nuevos.
- Se caracterizan por su estructura anárquica y horizontal.
- Son redes de organización distribuida, sin controles, sin aparcamientos de la información.
- Posibilitan la robustez del flujo de comunicaciones por el mayor acceso a la información y la menor capacidad de limitar el acceso.

Se logró ver cómo estas características han favorecido el desarrollo del ciberactivismo y la configuración de protestas, apuntan Suazo et al, (2009) “Las personas canalizan ahí su descontento social y ponen en la agenda pública temas que a su juicio no están bien” (p.140).

Sobre la aplicación Grupos, se identificó que son espacios de reunión social con raíces offline, que pueden ser usados con fines ciberactivistas pero también tienen mucho auge como espacio de reunión social. De la muestra seleccionada, 11 trataban temas triviales, solo 9 eran temas relevantes de los cuales 6 se enmarcaban como ciberactivistas. Otra característica importante es que los Grupos permiten un administrador de contenidos, pero son generalmente redes distribuidas.

Sobre la aplicación Causas se identificó que es usada para reunir personas que buscan ejercer una mayor presión social y crear una fuerza de cambio. De la muestra seleccionada, la mayoría trataba temas relevantes y eran usadas como espacios de participación y opinión.

Otras conclusiones generales relevantes fueron (Suazo et al, 2009)

- Las redes sociales refuerzan más los lazos existentes del círculo social inmediato.
- La mayoría de grupos ciberactivistas tienen origen offline.
- Las redes sociales reflejan la forma de ser y el contexto en que cada persona se desarrolla.
- Facebook entrega dos herramientas que permiten el desarrollo del activismo social: Causas y Grupos.

Pasando a otro continente, se encuentra una investigación realizada en España por García & Hurtado (2013), sobre la influencia de las redes sociales en la participación de la juventud en las acciones sociales colectivas, en la cual se describe cómo influyen en la percepción y las conductas, y cómo causan el nacimiento de nuevas relaciones sociales.

Sobre la percepción, la actitud y el comportamiento del público, la investigación muestra que las redes sociales permiten mayor participación en situaciones de solidaridad y asociacionismo offline.

Se destacan las características del público que usa la red social en internet, porque es un colectivo que es capaz de hablar con más de 50 personas al mismo tiempo, con un alcance de

gran cantidad de información de carácter político, social y cultural con un solo clic (Hurtado, 2013).

La metodología usada es cuantitativa. Se realiza una encuesta a los jóvenes de las principales universidades del país. Las variables de la encuesta: perfil del usuario, tiempo invertido en las redes sociales, tipo de información que buscan, forma en la que se extiende su red (Hurtado, 2013).

El resultado de la investigación, en este caso, sugiere ahondar sobre el estudio de las relaciones que se establecen en las redes sociales, en los que se puede tener como variables el contexto que las origina, las características de las interacciones, cualidades del vínculo, cualidades de los miembros de la relación, conflictos asociados a las interacciones; estos estudios sugeridos tienen que ver más con los profesionales que se especializan en el campo sociológico o antropológico, que con profesionales de la comunicación digital y especialistas en el activismo 2.0.

Las principales conclusiones de esta investigación, que aportan a la observación del ciberactivismo, es que define una nueva forma de activismo social, la cual denominan “clickactivismo”, que es el famoso “Me gusta” al cual todavía no se le ha hecho un seguimiento juicioso que logre mostrar si tiene un verdadero impacto offline (Hurtado, 2013).

Otra conclusión importante es que, a pesar de que España es considerado el quinto país en el mundo que más usa las redes sociales, solo un 20% de los jóvenes las usa para animar y construir redes activistas. Por lo cual se cree que es importante investigar sobre la identificación de formas que permitan orientar a los jóvenes a participar en la política de forma activa (Hurtado, 2013).

Otro estudio de un grupo ciberactivista en España, fue el realizado por Ferreas en el año 2011, pero en este caso para caracterizar la red social Twitter. Su objetivo: contextualizar y analizar los flujos informativos que el movimiento 15-M tenía en esta red social.

En el estudio se usó un método de análisis en el que se tuvieron en cuenta tres pautas:

- Datos relativos al desarrollo y la difusión del movimiento 15M en Twitter. Se analizaron los hashtag que se incrementaron durante las manifestaciones y las palabras más usadas en los tweets.
- La presencia de la prensa escrita en Twitter y la cobertura informativa en el papel del movimiento.
- Datos sobre los partidos políticos y los partidos en Twitter.

Las conclusiones de esta investigación muestran que la organización ciberactivista puede alcanzar un poder tal, que logra desembocar hechos de protesta en el espacio público, como la calle. Aunque el estudio no tuvo como alcance el impacto y la influencia del movimiento 15-M en las elecciones, si se resalta que Twitter permite, y en general las redes sociales, propagar de forma rápida y amplia la información, pudiendo llegar a miles de personas al mismo tiempo con alcance global.

La investigación también concluyó que el uso de las redes sociales permite informarse e incrementar de forma significativa el capital social, además las personas que participan en ellas tienen un mayor grado de compromiso cívico y participación en política.

Las conclusiones dan una buena señal sobre los riesgos que puede generar el activismo en las instituciones que atacan y en la oportunidad que tienen de lograr los objetivos y el cambio social que buscan, pero aún así su enfoque no fue este por lo cual las apreciaciones no son asertivas.

Sobre la caracterización del ciberactivismo, también se encuentran estudios que no tienen una mirada tan positiva, es el caso de De Rivera, que en el año 2011 realiza un análisis sobre la influencia de Facebook en las revueltas del mundo árabe.

Para su análisis, se remitió al número de usuarios que los países árabes tienen en las redes sociales, y halló que solo en Túnez alcanza un 20%, en Egipto, Libia y Yamen la participación es marginal.

También reunió una muestra de las páginas alusivas a la revolución con más seguidores, e identificó que en su mayoría eran institucionales, no de origen ciudadano.

Encontró también que Facebook no permite verificar las cuentas, por lo cual no pudo comprobar la procedencia real de las páginas, ni el origen de las iniciativas.

Terminado su análisis concluye que: aunque Facebook permite y facilita la viralidad de la información, no facilita el establecimiento de dinámicas de auto-organización, ni la generación de espacios para el nacimiento de nuevas sensibilidades políticas. Y aunque hay mayor exposición de los acontecimientos que se desarrollan en un territorio, no necesariamente promueve un funcionamiento más democrático de la sociedad o crea mayor conciencia social; de hecho, esos sitios, funcionan en algunos casos más para mostrar publicidad corporativa que servir como retrato fiable de la realidad del país (De Rivera, 2011).

3.4. Apropiación de la Web 2.0 por los ciudadanos

Otro tipo de investigaciones se han centrado en observar cómo los ciudadanos se apropian de los recursos de la Web 2.0 para crear productos activistas y protestar. Brisset en el año 2011, publica un artículo en el que hace un seguimiento a lo que ha sido el empleo de obras audiovisuales para la transformación social. Inicia su exploración desde el nacimiento del activismo fílmico, en el año 1918 cuando empiezan a dar en el cine espacio a noticieros semanales en donde se mostraban diferentes frentes de los combates de la guerra. Este recorrido histórico nos lleva hasta el año 1998, donde se empieza a ver el uso de la Red para crear colectivos de protesta a través de la unión de videos descentralizados. Resalta el movimiento Video Activist Collective en Toronto y el grupo ciberactivista Indymedia.

Además, nace la figura del videoactivista, un rol con capacidad de influenciar la agenda política y generar conciencia social.

Concluye resaltando las posibilidades actuales de la Web 2.0 de la mano de los dispositivos móviles, hoy después de un siglo, la apropiación de los recursos audiovisuales para la movilización social tienden a ser protagonistas de la protesta ciudadana.

Otra de las investigaciones más relevantes es el informe sobre activismo medioambiental 2.0 realizado en el año 2013 por el Observatorio de redes Sociales de TrenDigital en Chile.

Es un estudio, de metodología cuantitativa, que tiene por objetivo descubrir la forma como los usuarios se han apropiado de las redes sociales.

Mide qué canales informativos utilizan los chilenos para expresar sus opiniones e informarse respecto a temas ambientales. Pero no hay una caracterización concreta de las estrategias ciberactivistas y su impacto en el cambio social.

La técnica usada es una encuesta on-line representativa de la población adulta con acceso a Internet. Lo que arroja unos datos pero no se logra analizar a profundidad la situación, lo cual se podría lograr con el uso de una metodología cualitativa.

Los objetivos que buscó fueron identificar la penetración, frecuencia y principales usos de las redes sociales en Chile, las manifestaciones 2.0, principales temas y la importancia de las redes.

Esta investigación en particular aportó poco a entender el ciberactivismo desde la apropiación ciudadana, pues el estudio se centra en el uso que los usuarios le dan a la Web 2.0. No profundiza sobre movimientos ciberactivistas en concreto, ni el impacto de las estrategias ciberactivistas.

Como lo vimos anteriormente, uno de los grupos ciberactivistas de más impacto en el mundo fue el movimiento 15-M. En el año 2011, Costa & Piñeiro, realizan un análisis de este fenómeno y muestran cómo los ciudadanos se apropian y potencian las redes sociales como herramientas de activismo social, en una nueva arena de juego social y político, gracias a la Web 2.0, que contiene “aplicaciones simples e intuitivas que favorece la aparición de plataformas colaborativas u otras formas de información creadas por el usuario, con posibilidades de interacción” (Castaño, 2008, citado por Costa & Piñeiro, 2011).

En el análisis, resaltan el uso de Facebook para compartir comentarios y establecer propuestas e iniciativas de cambio, y Twitter para la difusión de mensajes cortos.

Aunque resaltan la importancia del movimiento y su figuración on-line y off-line, no ahondan en las características de su discurso, y concluyen, al igual que otros investigadores del 15-M, que falta ahondar más sobre la continuidad de este tipo de iniciativas y del fenómeno (Costa & Piñeiro, 2011, p.1465)

Finalmente, se referencia el testimonio de Hernán Nadal (2011) publicado por la revista Nueva Sociedad, sobre la apropiación que hizo el grupo activista Greenpeace de las herramientas de la Web 2.0, en Argentina. El cual sirve de estudio de caso para mostrar cómo este movimiento hace un uso efectivo del ciberactivismo reflejado en dos casos exitosos: la Ley de Bosques en Argentina y la batalla en favor del reciclaje de las pilas usadas.

Para este grupo ciberactivistas, explica Nadal (2011), el ciberactivismo se ha convertido en la mejor herramienta para obtener éxito en las campañas ambientales y en la comunicación directa con las personas interesadas. Una de las prácticas más efectivas es el envío masivo de correo electrónico y el apoyo que cualquier persona puede darle a una causa a través de la aceptación de peticiones virtuales.

Gracias al ciberactivismo, Greenpeace logró que millones de ciudadanos votaran a favor de la ley forestal, que finalmente fue aprobada. Nadal narra que el éxito se debe a tener un objetivo claro, que era ejercer la mayor presión sobre los senadores encargados de aprobar la ley, los cuales estaban próximos a elecciones. Además de iniciar la campaña por el voto de la ley, le dieron a los ciberactivistas de cada provincia el e-mail de los senadores para que realizarán una solicitud expresa de petición on-line, y además crearon una aplicación para enviar y recibir mensajes de texto en los celulares, a través de los cuales invitaban a las personas a sumarse a la causa.

Por su parte la campaña “El que las hace, las paga” que buscó que las empresas importadoras de pilas se responsabilizaran de exportar esos residuos para su reciclado, fue exitosa gracias a la presión ejercida por los ciudadanos. La campaña inició con una solicitud de unirse a la protesta, luego en Twitter invitaron a sus seguidores a escribir en la cuenta de Energizer que se hiciera cargo del material, tras un par de días, la empresa cerró su perfil, lo mismo hicieron con Duracell pero en su correo electrónico. En Facebook difundieron la causa y también realizaron invitaciones para que los seguidores reclamaran en las páginas de Facebook de las

empresas de pilas. Luego pasaron a la canalización del reclamo en las páginas de las empresas dueñas de esas marcas.

Este caso es una muestra concreta de la apropiación de las herramientas Web 2.0 por los grupos ciberactivistas y cómo la configuración de estrategias adquieren un alcance tal que puede afectar de forma real la imagen y la reputación de las empresas que atacan.

3.5. Reflexión final

Las principales investigaciones encontradas se centran en describir el ciberactivismo, pero no en el resultado de las estrategias, cómo se forman y qué tipo de impacto logran.

La metodología cuantitativa, usada en la mayoría de ellas, recoge una muestra amplia que da como resultado características generales que pueden aplicarse a partes concretas del modelo de comunicación ciberactivista, por ejemplo: los principales mensajes que circulan o el uso de las herramientas Web 2.0. Pero no permiten arrojar resultados concretos sobre el impacto de estrategias ciberactivistas particulares en la sociedad, lo cual debe hacerse a través de análisis cualitativos de movimientos en particular.

Aún no se ha explorado el impacto de esta nueva forma de activismo social, su fuerza y su impacto. Se sugiere que el estudio de casos concretos ayuda a conseguir este objetivo, una muestra es el testimonio de Nadal sobre el caso Greenpeace, si se sigue la investigación de esa forma, con una mirada integral de la estrategia y sus resultados, se puede tener un avance más claro en el impacto que genera el ciberactivismo. Un ejemplo es la investigación realizada por Gómez (2013) sobre las estrategias ciberactivistas usadas por las comunidades indígenas Nasa y Mapuche de Colombia, aunque faltó medir más el impacto en el cambio social, si logra mostrar la forma cómo se crea una estrategia ciberactivista, cómo funciona y qué ventajas trae a la organización social. Lo anterior alcanzado a través de una metodología cualitativa que combinó la Webgrafía, las entrevistas a profundidad, el estudio de campo y la etnografía multisituada, que permite investigar fenómenos sociales que no se ubican en escenarios aislados sino que son un producto de la interacción de múltiples actores y contextos locales y de articulaciones globales.

Gómez (2013) menciona que este tipo de investigación apenas se está realizando porque para los teóricos, las estrategias ciberactivistas de las organizaciones sociales se originan por prácticas que no tienen una reflexión conceptual, lo cual no es cierto porque como lo descubren Pato & Tamayo (2006) en su investigación sobre los valores, creencias ambientales y comportamiento ecológico de activismo, quienes tienen un mayor conocimiento ambiental y estudian en áreas relacionadas presentan más comportamientos activistas; es decir, mientras las personas tengan mayor acceso a la información y al conocimiento, más interés tendrán de manifestarse y organizarse. Quienes hacen parte de los movimientos ciberactivistas no son ignorantes.

La principal conclusión de Gómez (2013) es que el ciberactivismo se da como una reconfiguración de la participación política. Es una nueva forma de auto-organización social, que permite mezclar las formas de participación política que se han dado históricamente con las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.

Estos movimientos ciudadanos se fortalecen porque Internet permite crear lazos colaborativos dentro y fuera de la Red. Resalta que el proyecto social que se busca es más fuerte, porque las estrategias ciberactivistas permiten el diálogo, a diferencia de las otras formas de comunicación activistas que tratan de homogenizar el mensaje, éstas son más incluyentes y evitan que el discurso se uniformice, lo cual ayuda a ganar más adeptos.

Gracias a la Webgrafía, se logró identificar que los recursos hipermediales legitiman el discurso referente a la lucha política porque, por ejemplo, se logra mostrar a través de recursos como el video evidencias de la situación social que acompañan la protesta.

En el análisis del lenguaje usado en la estrategia ciberactivista se resalta el reconocimiento que se hace de las lenguas indígenas Nasa y Mapudungun, lo que permite que las minorías alcancen un mayor protagonismo en la vida política de una sociedad.

Como se puede observar el análisis de un movimiento en concreto permite identificar mejor el ciberactivismo, para dar paso, con paso firme, al estudio sobre su impacto en la sociedad.

4.MARCO CONTEXTUAL

4.1.Introducción

Para encontrar los posibles riesgos que un movimiento ciberactivista puede causar a las empresas o instituciones que presionan, se ha visto que la forma efectiva de hacerlo es a través del estudio de caso, pero teniendo una mirada integral del movimiento ciberactivista, esto significa tener en cuenta su origen, el territorio donde actúa, la causa de la protesta, la situación social de la comunidad donde se encuentra el conflicto y la estrategia implementada por el movimiento (coordinación y objetivo de las acciones on-line usadas en la protesta).

Revisar ese contexto, donde está enmarcada la protesta ciberactivista, permitirá ver si el movimiento puede tener el poder y la sostenibilidad en el tiempo que necesita para ganar el respaldo de los ciudadanos y alcanzar sus objetivos.

A continuación, se hará un recorrido bibliográfico para entender por qué, específicamente en Antioquia, existe un descontento social particular por la construcción de las hidroeléctricas, lo cual ayudará a caracterizar la situación actual bajo la cual se enmarca el nacimiento de la protesta liderada por el movimiento Ríos Vivos, en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango. Luego, se revisará el estado de la organización ciudadana en Antioquia por la defensa del medio ambiente.

Finalmente, veremos algunas investigaciones que justifican la conveniencia de orientar el presente trabajo de grado al estudio de caso.

4.2.Descontento social en Antioquia por la construcción de las Hidroeléctricas

La influencia del círculo social inmediato en el cual se encuentra una persona, no solo define su cultura sino que la moviliza. Es ahí donde inicia su participación en las primeras redes sociales, su familia y sus amigos, para luego buscar otros círculos con los cuales sienta afinidad en sus gustos, en su forma de vivir y concebir el mundo.

Internet, le ha permitido a las personas extender sus redes sociales y hacer parte de grupos en los cuales pueden comunicarse y manifestar su descontento social.

Por lo anterior, se hace necesario revisar la situación que vive la población ubicada en los territorios que son área de influencia de las hidroeléctricas en Antioquia, para entender los conflictos y el descontento social que se genera en la población de esas zonas, y que promueve la manifestación de grupos ciberactivistas.

Una de las investigaciones más importantes se ha desarrollado en el municipio de San Carlos por el Grupo de Memoria Histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Este estudio publicado en el año 2012, explica el conflicto armado que se generó en este municipio, consecuencia de la llegada de grupos armados ilegales atraídos principalmente por la modernización del territorio originada por la construcción de las hidroeléctricas, el Aeropuerto de Rionegro y la Autopista Medellín-Bogotá.

Gracias a esta investigación, se entiende que los grupos ciberactivistas en Antioquia, que están en contra de la construcción de las hidroeléctricas, no defienden únicamente la conservación de los recursos naturales, sino también los derechos humanos. Lo anterior porque se encuentra un pasado negativo cargado de abusos a la población civil por parte de las empresas encargadas de construir los proyectos, y por la aparición de grupos paramilitares y guerrilleros que han querido establecerse en las zonas de influencia de las hidroeléctricas con el propósito de dominar la población y los recursos que allí se generan.

La investigación *San Carlos, memorias del éxodo en la guerra* entrega información que ayuda a entender los miedos de la población, los intereses que defienden, las formas usadas por los ciudadanos para defenderse en medio de este conflicto, y los mecanismos que usaron para formar redes ciudadanas que los protegieran:

En 1960, en el oriente antioqueño, se impulsó un modelo modernizador animado por el Gobierno nacional y las elites regionales, que incluía, entre otros proyectos, la instalación de un complejo hidroeléctrico con capacidad para generar el 30% de la energía eléctrica del país (Grupo de Memoria Histórica, 2012, p.48), pero ¿por qué una obra que podría generar

desarrollo para la región, se convirtió en uno de los hechos más lamentables para la población?

La construcción de los embalses implicó un crecimiento acelerado de la población, llegaron 3.350 trabajadores de diferentes lugares del país lo que implicó un cambio en las dinámicas sociales y culturales, “que la misma población interpretó como una *pérdida de la cohesión y la identidad local*” (Grupo de Memoria Histórica, 2012, p.48).

Además, la falta de legislación en ese momento, convino para que las obras se llevaran a cabo sin previa consulta a la comunidad y sin contar con estudios de los impactos ambientales, sociales y económicos, tampoco se diseñaron estrategias comunicativas para dar a conocer los beneficios que este proceso traería al municipio y a la población; además, no se consultó con los afectados los criterios que orientarían la indemnización (Grupo de Memoria Histórica, 2012).

Otro factor desencadenante de violencia fue la falta de valoración de los predios y el aumento en el costo de los servicios públicos. Muestra el Grupo de Memoria Histórica (2012) que “se adquirieron un total de 638 predios y se desplazaron 2.705 personas” (p.50). Denunciaron los pobladores que la negociación de predios estuvo acompañada de formas de presión y violencia como el asesinato de varios líderes de movimientos cívicos. Además, se unificaron las tarifas de energía, que conllevó al alza de la tarifa.

Debido a la situación que atravesaba la población y la vulneración de sus derechos fundamentales, se crearon varios movimientos cívicos que desencadenaron protestas y movilizaciones ciudadanas en todo el país.

El movimiento cívico tuvo mayor auge entre los años 1981 y 1984 e incluyó: paros cívicos regionales, asambleas populares, concentraciones callejeras y marchas (Grupo de Memoria Histórica, 2012, p.54), además del surgimiento partido político Movimiento de Acción San Carlitana, que luego se convirtió en la Unión Cívica Municipal.

Su pensamiento y accionar político permeó las Juntas de Acción Comunal que promovieron en los años noventa un modelo campesino de desarrollo rural.

Es importante resaltar que al movimiento se vincularon diversos sectores de la sociedad, quienes, según lo explica el Grupo de Memoria Histórica (2012), desarrollaron un profundo sentido de pertenencia y altos niveles de compromiso por sus causas y sus luchas, lo que aumentó la participación en las acciones emprendidas. La gente sentía que el movimiento recogía sus intereses y necesidades.

Al conflicto generado por la construcción de las hidroeléctricas, se sumó posteriormente la llegada de paramilitares y guerrilleros a la zona, lo que encrudeció el conflicto y terminó con cifras aterradoras como las siguientes: 76 víctimas por minas antipersonales, 33 masacres en un periodo de diez años, 30 de las 74 veredas del municipio de San Carlos abandonadas en su totalidad y más de veinte de manera parcial, cerca de 5 mil atentados a la infraestructura, asesinatos selectivos de líderes cívicos, 156 desapariciones forzadas, violencia sexual contra las mujeres, tomas al pueblo, extorsión y cuatro periodos de grandes desplazamiento (Grupo de Memoria Histórica, 2012.).

Este pasado marcó sin duda el imaginario colectivo de la población, causando temor; además, porque las comunidades continuaron viviendo las amenazas de los grupos al margen de la ley y el abandono del Estado. Es apenas normal, que las personas se organicen en grupos que hagan visibles sus necesidades.

Para dar una mirada actual a la situación del territorio donde se construye la Hidroeléctrica Ituango, se hace referencia al artículo *Hidroituango y autopistas de la montaña* publicado por Proantioquia en diciembre del año 2011. En el artículo destacan que la construcción de hidroeléctricas es una de las formas de generación de energía más limpias que se conoce y de mayor protección del medio ambiente, pero que de igual forma, no se puede desconocer la situación social de las poblaciones ubicadas en los municipios que son área de influencia del proyecto.

Entre los posibles impactos que puede generar el proyecto y que deben ser controlados por las autoridades nacionales, departamentales y locales, mencionan: desplazamiento e inmigraciones, valorizaciones de la tierra, oportunidades de trabajo digno y en ocasiones abusos (Proantioquia, 2011).

Las características del territorio y la población sobre las cuales llaman la atención son: subregiones de pobreza reconocida, de insuficiente presencia del Estado, de presencia creciente de la economía criminal por parte de cultivadores y procesadores de narcóticos y explotadores de minería ilegal criminal, de control político, económico y territorial de bandas criminales (Proantioquia, 2011).

Proantioquia hace un llamado, precisamente para que no se repita la historia vivida en el suroriente antioqueño, y que la inversión de estas grandes obras sea realmente aprovechada por la población, generando una mejor calidad de vida y equidad.

Con la historia que se ha vivido en el departamento, se puede concluir que es natural que grupos activistas tengan entre ojos la construcción de este tipo de proyectos y encuentren en los medios digitales una forma de extender su protesta a más redes sociales que respalden su causa y que además llamen la atención de la población nacional e internacional sobre lo que está pasando en el territorio.

4.3.Organización ciudadana en Antioquia por la defensa del medio ambiente

Ahora bien, bastante es el descontento social, los temores y la exigencia de políticas claras que tiene la población impactada por la construcción del proyecto Hidroeléctrico Ituango, pero ¿cómo canaliza la comunidad en Antioquia su descontento social y manifiesta su preocupación por la conservación del medio ambiente y sus derechos fundamentales? Conocer la experiencia que han tenido las organizaciones ciudadanas en Antioquia, también es un factor importante del contexto en el cual se enmarca el presente trabajo de grado, porque nos da a conocer el poder de los movimientos sociales, su legitimidad social y la capacidad que tiene la población de este departamento de auto-organizarse y de definir proyectos claros en defensa del medio ambiente y de su territorio.

La respuesta a esta pregunta, sugiere la revisión de estudios relacionados a identificar el papel de las organizaciones sociales en la gestión ambiental.

En la consulta realizada no se encuentran investigaciones profundas sobre el tema, la mayoría de estudios se centran en censos que ayudan al gobierno municipal y departamental a identificar cuántas y cuáles son las organizaciones que existen. Se rescata un trabajo de grado, realizado en el año 2004, por López & Palacio, estudiantes en ese momento de la Especialización en Gestión Ambiental de la Universidad de Antioquia, titulado el *Papel de las organizaciones sociales en la gestión ambiental municipal*. Su objetivo, describir el papel y la efectividad de las organizaciones sociales responsables de la gestión ambiental en sus municipios. A continuación se detallan los principales aportes y conclusiones que sirven al contexto de este trabajo de grado:

Las organizaciones sociales ambientales en Colombia nacen por la exigencia que el Gobierno Nacional demanda a las autoridades municipales de gestionar, de mano de los grupos sociales y productivos que son los que realmente conocen sus necesidades y las respuestas efectivas que se deben implementar para satisfacerlas, manejar el ambiente de manera que se garantice el saneamiento básico y la atención en salud, el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano y la responsabilidad de prevenir y controlar los factores del deterioro ambiental; tal como está plasmado en la Constitución Nacional de Colombia y lo determina el Sistema nacional Ambiental –SINA- (López & Palacio, 2004, p.11)

La gestión ambiental que debe realizar el gobierno con la participación de la comunidad debe enfocarse a: “establecer un ordenamiento territorial y uso del suelo; ejecutar programas y políticas nacionales sobre el ambiente y los recursos naturales renovables; preservar y defender el patrimonio ecológico; vigilar y controlar la movilización, procesamiento, uso y aprovechamiento de los recursos naturales; vigilar y controlar los riesgos químicos; y estudiar los factores de riesgo para la salud” (Min. Medio Ambiente, 1993; Latorre, 1998; citado por López & Palacio, 2004, p.12).

Para que el mano a mano Gobierno – Sociedad funcione, es necesario que la sociedad civil se movilice y concientice, y esto es posible, afirman los investigadores, solo si se organizan en grupos. Es así que nacen en Antioquia varias organizaciones sociales ambientales, pero ¿qué

papel están cumpliendo? ¿Realmente están defendiendo los derechos de la población? La investigación se desarrolla en el municipio de Marinilla y tiene como propósito responder estas preguntas que serán un referente para tener una idea de la situación de las organizaciones en todo el departamento.

La metodología utilizada es un tipo de estudio descriptivo (que permitiera conocer la dinámica y la situación de las organizaciones sociales en Marinilla) con un método de estudio de caso (para analizar el fenómeno real y cubrir las condiciones del contexto).

La muestra se seleccionó entre todas las organizaciones ambientales del municipio que desempeñaban una o varias de estas actividades: conservación del ambiente y los recursos naturales renovables; generación de alternativas para la solución de problemas ambientales; participación en la planificación o control del ordenamiento ambiental territorial; prevención de problemas ambientales locales; investigación aplicada para la atención de problemas locales; educación ambiental; veeduría y control ciudadano ambiental; y fomento del desarrollo sostenible.

El tipo de organizaciones seleccionadas se categorizan en: ONG, asociación o agrupaciones comunitarias con o sin personería jurídica, u organizaciones cooperativas o solidarias de carácter social.

En total, se realizó la investigación con 22 de las 23 organizaciones sociales existentes y 20 de las 47 Juntas de Acción Comunal que había en el municipio (López & Palacio, 2004)

Principales conclusiones:

- Las organizaciones en su mayoría son pequeñas y han nacido para apoyar la solución de problemas individuales como la falta de empleo.
- Las organizaciones netamente ambientalistas son recientes y surgieron en la última década, lo cual está relacionado con el auge de los mecanismos de participación social creados por la Constitución de 1991.
- Las organizaciones tienen gran dependencia de las instituciones del ámbito municipal y regional para el desempeño de sus actividades. Realizan sus actividades alrededor de lo que planea el Gobierno, para obtener beneficios y liquidez a través de contratos.

- El principal conflicto al que orientan sus actividades (63%) es a la conservación de los recursos naturales.
- Se caracterizan por su debilidad en la estructura administrativa, planeación, capacidad administrativa, poca autonomía para su desarrollo y proyección, ausencia de planes estratégicos, de objetivos, de proyectos, tienen poca visión de futuro, falta de liderazgo, falta de conocimientos ambientales sólidos y de uso de los mecanismos de participación ambiental.
- Se evidencia una falta de apoyo y de comunicación entre las organizaciones, no existe articulación e interacción, no se conocen y no se apoyan.

La debilidad de estas organizaciones, sumada a su falta de autonomía derivada de la dependencia del Gobierno, se evidencia en la inexistente participación ciudadana y social para la definición de políticas ambientales que den solución a las problemáticas en las localidades. Este antecedente, que con seguridad no ha cambiado mucho, pues no se identifica en la planeación de los municipios antioqueños un protagonismo claro de la comunidad, es una señal de la falta de credibilidad que los movimientos sociales tienen entre la población, además porque en muchas ocasiones los líderes comunitarios se unen a intereses políticos particulares favoreciendo así a unos individuos y dejando de lado el beneficio del común.

Esta historia da una señal de la credibilidad y el respaldo que puede conseguir el movimiento Ríos Vivos, pues este factor con seguridad impactará el logro de sus objetivos.

Sobre el movimiento Ríos Vivos, en particular, es un movimiento colombiano que tiene como misión la defensa de los territorios y de los afectados por las represas. Nació en abril del año 2011, con 120 participantes entre “mujeres, hombres, pescadores, campesinos, mestizos, mineros ancestrales afrocolombianos e indígenas, gentes de los ríos Yuma (Magdalena), Cauca, Sogamoso, Anchicayá, Salvajina, Guarinó, Sumapaz, Guatapé y Cocorná. Su organización se compone de procesos en defensa de los territorios amenazados por la imposición de los proyectos minero-energéticos que afectan los territorios” (Congreso de los Pueblos, 2012).

El 12 y el 13 de marzo del año 2011 celebraron su primer encuentro en donde produjeron una declaración pública, de la cual resalto los siguientes puntos que sirven de contexto para entender el contenido de su estrategia activista (Congreso de los Pueblos, 2012):

- Afirman que la intervención de la cultura occidental ha hecho que en el país desaparezcan anualmente decenas de afluentes hídricos y que los centros poblados se conviertan en coaclas. No se dimensiona su valor ambiental, cultural y espiritual.
- Se pierde el significado que tienen como bienes comunes el agua, se privatiza y beneficia solo a unos grupos reducidos.
- Los proyectos minero-energéticos inducen las violaciones de los derechos humanos (violencia, desplazamiento, despojo).
- Expresan su preocupación por la proliferación de proyectos hidroeléctricos que destruyen la dinámica natural de los ríos y amenaza las formas de vida tradicionales; además, que no responden a las necesidades de la comunidad local.
- Denuncian que las represas no deben ser consideradas mecanismos de desarrollo limpio.

4.4. Estudio del ciberactivismo ambiental

En relación al contexto nacional y local en el cual se establece el campo de estudio del presente trabajo de grado, que es la Web 2.0 y las manifestaciones de activismo 2.0, no se encuentran estudios importantes sobre los grupos ciberactivistas de Colombia y específicamente en Antioquia en la actualidad, que tienen como propósito la defensa del medio ambiente.

En otros países, que han tenido movilizaciones ciudadanas de gran impacto y han mostrado un crecimiento importante en el uso de Internet, específicamente un aumento significativo de la participación de usuarios en las redes sociales virtuales, se ha avanzado más en las investigaciones del ciberactivismo. Este es el caso de Chile.

Como referencia importante del avance del ciberactivismo ambiental en Chile, se encuentra el proyecto Activismo Medioambiental 2.0 que adelanta el Observatorio de Redes Sociales TrenDigital de la Universidad Católica de ese país.

Se ha focalizado en el tema ambiental porque es uno de los más populares entre los grupos ciberactivistas en el mundo, y está tomando gran popularidad en la opinión que los ciudadanos comparten a través de sus redes sociales. El estudio reveló que en Chile, el 52.9% de los encuestados ha postado su opinión sobre el tema en las redes sociales y un 48.4% se ha unido a un grupo de protesta en Facebook que tiene como propósito la defensa del medio ambiente (Hermosilla, 2013).

Otro hecho que despertó el interés de los investigadores en Chile, fue la capacidad que tuvo el grupo ciberactivista Anonymous de poner en la agenda pública el foco en las empresas Aes Gener y Aguas Andinas, encargadas de construir la central hidroeléctrica Alto Maipo, con la cual impactan los ríos que surten de agua a Santiago de Chile. Este movimiento también denunció a Sergio del Campo, Subsecretario de Energía de ese país, por hechos de corrupción (Hermosilla, 2013).

En el año 2011, la revista Nueva Sociedad con sede en Buenos Aires, dedica su edición N.235 a *La política y al ciberactivismo hoy*; en esta oportunidad, publica el testimonio de Hernán Nadal, director de Movilización Pública de Greenpeace Argentina, quien hace una descripción de las estrategias ciberactivistas usadas para que el congreso aprobara la ley forestal y para que las empresas encargadas de importar pilas se responsabilizarán de su reciclaje.

Acercándonos un poco más a nuestro país, encontramos la investigación realizada por Gómez, R, en el año 2013, sobre las estrategias ciberactivistas usadas por las comunidades indígenas Nasa y Mapuche.

Es importante tener en cuenta que el estudio de caso es la metodología ideal para resolver el problema de investigación del presente trabajo de grado, que es:

¿Cuáles son los riesgos que las estrategias ciberactivistas, usadas por movimientos ambientales que van en contra de la construcción de megaproyectos, pueden generar en la reputación de las empresas encargadas de construirlos?

Estudio de caso de las estrategias de activismo 2.0 usadas por el movimiento Ríos Vivos en contra de la construcción del Proyecto Hidroeléctrico Ituango.

Es ideal porque en el estudio del activismo 2.0 y las manifestaciones ciudadanas, intervienen una cantidad de variables políticas, económicas, sociales y culturales que solo pueden interpretarse a través de la observación juiciosa de un fenómeno. La buena descripción que se haga de la estrategia ciberactivista particular, de sus objetivos y de su alcance será fundamental para identificar los riesgos que podrían tener las instituciones que atacan, en este caso EPM.

5. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se hace una recopilación de los principales conceptos que ayudan a tener un acercamiento teórico al tema del trabajo de grado.

Se hará una descripción del espacio social en el que vive el fenómeno del ciberactivismo que es la Web 2.0 y las oportunidades de participación política que le da a la población, lo anterior se complementará con la descripción del actor que dinamiza esta manera de usar Internet: el e-ciudadano.

Finalmente se describirá el ciberactivismo, se profundizará en el que surge como defensa del medio ambiente y se hará una revisión del concepto reputación corporativa.

5.1.La Web 2.0: nuevas oportunidades para los ciudadanos

5.1.1. Algunas definiciones

Un nuevo espacio social se ha dado paso entre las dinámicas humanas. Es un medio de comunicación que ha evolucionado, que tiene características particulares que lo hacen trascender de una simple herramienta de transmisión de información, se hace referencia a Internet bajo la concepción contemporánea de Web 2.0.

La Web 2.0, su interactividad, multimedialidad e hipertextualidad le ha dado a las personas oportunidades de participación, de intervención en la agenda social y de movilización, derechos que han sido negados durante la historia por la intervención del poder ejercido por los gobiernos, instituciones y empresas mediáticas.

Este entorno, en el cual vive el ciberactivismo, es necesario estudiarlo y entenderlo con el propósito de comprender cómo la integración de los elementos que lo conforman se han convertido en parte esencial del ciudadano, pues ahora hacen parte de su cotidianidad y son esenciales para el desarrollo de su cultura y su transformación en actores sociales.

En el año 2007, la Fundación Orange, de la mano de Antonio Fumero, ingeniero de Telecomunicaciones; y Genis Roca, Licenciado en Historia y especialista en arqueología, realizan una descripción de la Web 2.0 y su funcionamiento.

En este trabajo, caracterizan la Web 2.0 (concepto registrado por sus creadores, la editorial O'Reilly Media) como un verdadero espacio social en el que todas las personas, sin importar su género, su condición social, económica o la edad pueden encontrarse para formar una sociedad real que gira en torno a la información, la comunicación y el conocimiento.

Uno de los puntos más importantes que mencionan, es que es un espacio viviente, que es reconfigurado constantemente por sus habitantes (entiéndase usuarios o consumidores), quienes se sienten con la libertad de hacer suyas las herramientas de comunicación que encuentran, transformarlas y potencializarlas. La Web 2.0 es “animada por los súper usuarios que adoptan la ética hacker, el software libre, incrementada por la incorporación generacional de los denominados nativos digitales” (Prensky, 2011, citado en Fumero & Roca, 2007, p.10).

Según Fumero (2007), la Web 2.0 ha superado la llamada Web de datos y debe considerarse como un entorno tecnosocial, pues es la Web de las personas, es donde interactúa la sociedad, y es esta la que define cómo y dónde nos comunicamos y relacionamos a través de las nuevas herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios.

Por su parte, Calderon (2011) define este nuevo entorno o espacio social como cibercomunidad, porque la actuación del usuario, ahora convertido en ciudadano digital, modifica e interviene en los procesos de producción de contenidos y adquiere nuevas capacidades de interacción con otros ciudadanos en la Red con los cuales establece “múltiples contactos, sin importar la distancia, para compartir experiencias, problemáticas, preocupaciones y expectativas” (p.19).

Pero ¿qué es lo que encontramos en la Web que ha dado la posibilidad a los humanos de vivir en un mundo más allá de lo tangible? La respuesta se encuentra en su tecnología, que aglomera un conjunto de “fenómenos multifacéticos: blogs, servicios on-line, redes sociales, servicios, aplicaciones y nuevos usos sociales” (Fumero & Roca, 2007, p.11), herramientas que le han permitido a los individuos socializar, interactuar y participar.

El desarrollo de estas herramientas se debió en gran medida a la innovación inyectada por los hackers, quienes fueron autores de la evolución de muchas aplicaciones reservadas con celo a fines gubernamentales y académicos, “en la medida que aumentó el intercambio abierto, libre

y gratuito de desarrollos tecnológicos fue consolidándose una sub-cultura hacker basada en la apertura a la que se incorporaron conceptos como: innovación cooperativa, construcción social de la tecnología o propiedad comunitaria” (Cobo & Pardo, 2007, p.42).

Fumero & Roca (2007) complementan con otro elemento que fue fundamental en el momento de desarrollar sistemas de gestión de contenido y de plataformas de prestación de servicios de publicación, colaboración y conversación como los blogs y los wikis; este elemento al que ellos se refieren son los sistemas de gestión del conocimiento y de gestión documental.

Este tipo de software diseñado especialmente para facilitar el trabajo empresarial, llegó a otros ámbitos como el personal, para dar paso a la sociedad de la conversación que crece constantemente a la par de la del conocimiento.

Precisamente una de las características más importantes de la Web 2.0 es el software social que permite la conversación, a continuación algunas definiciones citadas por Fumero (2007):

Clay Shirky: software que soporta la interacción grupal.

Adina Levin: conjunto de herramientas para facilitar la interacción y la colaboración, que dependen más de las convenciones sociales que de las propias funcionalidades que ofrecen.

Stowe Boyd: es el software construido a partir de las siguientes premisas: dar soporte a la interacción conversacional (...), dar soporte a la retroalimentación social (...) y dar soporte a las redes sociales (...).

Otra característica importante de la Web 2.0 es su capacidad de crear redes sociales gracias a su dimensión interactiva (capacidad de navegar por hipervínculos y de participar); lo cual, en conjunto con la hipertextualidad y multimedialidad, permiten que los usuarios creen estructuras comunicativas en red, en donde pueden producir autónomamente sus mensajes y nuevos espacios comunicativos alternativos (López et al, 2005).

Pero la tecnología y su abanico de posibilidades no son los únicos protagonistas en las características de la Web 2.0. Un elemento esencial, con el cual no podría definirse, es el

usuario. El individuo es el verdadero actor que termina por configurar la Web 2.0. Su papel activo en la Red como: consumidor, ciudadano, cliente, votante o lector, es el que le da vida a este nuevo espacio, que no podría ser posible sin la intervención de la inteligencia humana.

Como lo menciona Nafria (2007) “las aplicaciones sociales son protagonistas de la Web 2.0 pero no serían nada sin la participación activa de los usuarios” (p.19).

Es así que los elementos que convergen en la Web 2.0 (las herramientas a bajo costo y la experiencia de las personas con su uso) dan la posibilidad de crear como lo llaman Fumero & Roca (2007) procesos sociotécnicos emergentes, que se definen a partir de la acción colectiva mediada por la tecnología: la inteligencia colectiva.

La Web 2.0 se ha convertido así en parte importante de la vida y ha logrado intervenir la realidad de una forma notable. A continuación se enumeran los elementos resaltados por Fumero & Roca (2007), que hacen parte de la Web 2.0, y que han logrado transformar el espacio, el tiempo, las relaciones y la información:

- Transformaciones espaciotemporales: la instantaneidad que es la “velocidad de las señales ópticas en los circuitos... inmediatez en todas las interacciones” (p.31), la ubicuidad, que se refiere a la falta de localización, las personas pueden acceder a la red desde cualquier lugar (Fumero & Roca, 2007), la distalidad como la posibilidad de la comunicación a distancia (Fumero & Roca, 2007), la movilidad generada particularmente por la innovación en los dispositivos tecnológicos que permiten la comunicación móvil, lo que ha generado nuevos usos y costumbres del usuario y la reticularidad, referente a “nuevas posibilidades de comunicación y acción global. Hoy las redes sociales aparecen, por ejemplo, como una nueva generación de comunidades virtuales (p.31).
- Transformaciones jerárquicas de relación intelectual con el entorno tecnológico y los objetos: neuralidad, la red adquiere “propiedades neuronales. Puede convertirse en el soporte para una actividad pseudo intelectual, como la realizada por el cerebro humano” (Fumero & Roca, 2007. p.30); y la intelectividad, “propiedad sublimada que trasciende la mera funcionalidad... todo el potencial conectivo dl NET podría llegar a generar una especie de inteligencia colectiva” (Fumero & Roca, 2007. p.30).

- Transformaciones en el propio cuerpo, relaciones sensoriales, fronteras de acción personal e identidad: representalidad como “la construcción virtual que nos representa en cualquiera de los universos virtuales existentes en Internet” (Fumero & Roca, 2007. p.30), protesicidad, capacidad de convergencia tecnológica “capacidad de las infotecnologías se integran en dispositivos nanotecnológicos y biotecnológicos para extender las propias posibilidades funcionales del cuerpo humano”, multisensorialidad la adopción de Internet en dispositivos como las “redes de sensores miniaturizados por la nanotecnología” (Fumero & Roca, 2007. p.30) por ejemplo la nariz electrónica, interactividad entre el hombre y la máquina y la capacidad de socialización, virtualidad que se refiere a la forma de vivir del hombre en una nueva realidad y rastreabilidad, es que cualquier acción realizada en la red deja huella.
- Transformaciones hacia un lenguaje unificado, modos de captación y manejo de información: digitalidad (el lenguaje binario logró automatizar todas las formas de comunicación, logrando una convergencia de medios), potencialidad (la realidad que se muestra en la virtualidad nunca está acabada por completo y el hombre puede cada día innovar con nuevos servicios y funciones), omniprocesalidad (la capacidad de procesamiento permite que la Web se extienda a diferentes dispositivos) y análogodigitalidad (van desapareciendo las fronteras entre el mundo virtual y real).

Conversación, comunicación, participación, redes sociales, universalidad... Nunca antes las personas habían tenido la posibilidad de asumir por sus propios medios un protagonismo real en el espacio social, haciendo valer su papel como consumidores, ciudadanos, clientes, votantes, lectores. A continuación se profundizará en una de las posibilidades que la Web le ha dado a las personas: la comunicación ciudadana; con el propósito de conocer en detalle uno de los factores fundamentales que hace posible el ciberactivismo.

5.1.2. La comunicación ciudadana en la Red.

Cada día, la Web 2.0 va penetrando la vida cotidiana de las comunidades donde se empieza a popularizar Internet. La posibilidad de acceder a la Red desde cualquier dispositivo móvil y el avance en las aplicaciones, sobre todo las que están dedicadas a ofrecer un servicio o

facilitar una transacciones como las bancarias, de compras, las de gobierno en línea y de socialización, han hecho que los ciudadanos dependan de la tecnología para comunicarse con otras personas e interactuar con las instituciones o empresas con las que quieren establecer algún tipo de relación.

Estas dinámicas han creado un nuevo tipo de individuo, denominado por Fumero & Roca (2007) como Infocudadano (p.98).

El infocudadano es el usuario común de la Web, no es un experto en tecnología, es un ciudadano cuya existencia se expresa por relaciones y formas sociales soportadas por la tecnología. En el mundo pueden existir más de 102 millones de ciudadanos que viven en la infociudad (Fumero & Roca, 2007, p.102), una cifra que va en aumento gracias a la penetración de Internet en todos los países del mundo y los esfuerzos de los gobiernos por incrementar su alcance en poblaciones desfavorecidas.

Uno de los avances de la Web es la interactividad y ha sido esta característica la que ha animado a los infocudadanos a asumir una actitud democrática y a buscar en la Web nuevas oportunidades de participación, “surgen nuevas formas de comunicación que afectan significativamente a las audiencias en su relación con los medios” (López et al, 2005, p. 334).

Antes del auge de la Web 2.0 los ciudadanos dependían de las empresas mediáticas para alzar una voz potente que hablara de sus necesidades y derechos en la sociedad, su posibilidad de comunicarse estaba asociada en gran parte por la comunicación de masas, y la dimensión relacional y de interacción de la comunicación había quedado relegada a un segundo plano.

Hoy, gracias a las innovaciones en comunicación de la Web 2.0, los infocudadanos o en su conjunto la sociedad de la información “se erige como el motor de la participación de los individuos en la comunicación, que es en sí misma sine qua non para la democracia” (López et al, 2005, p. 335).

Se empieza a evidenciar con gran relevancia e impacto la comunicación ciudadana en la Red, “la comunicación es un derecho esencial de las sociedades democráticas que representa un

proceso participativo e interactivo vital para su organización. Y eso es lo que está haciendo hoy Internet” (López et al, 2005, p. 336).

La Web 2.0 ha establecido un carácter distinto en las personas en relación a la manera cómo asumen el uso de Internet, según Rincón (2007) los usuarios se aburririeron de ser consumidores y reclaman su participación como ciudadanos en este nuevo espacio social (p.6). La tendencia de homogenización y privatización de la comunicación ciudadana creada por las empresas mediáticas se está acabando, y ya se puede encontrar en la Web expresiones culturales, lenguajes, historias y mensajes cargados con la estética y el estilo narrativo propio de la población, incluso de grupos categorizados como minorías.

La comunicación en la Red cambia y se considera en gran parte comunicación ciudadana, según Rincón (2007), porque:

- La comunicación empieza a responder a las necesidades ciudadanas de la cultura propia: entretenimiento, expresión, colectiva (se deja al individuo para llamar la atención del ciudadano y el colectivo), identidad.
- Se empieza a crear una comunicación de reconocimiento social.
- Cambia la narración: la información que se encuentra busca contar historias que generan identificación, conversación y utilidad para los ciudadanos.

De hecho, los gobiernos, instituciones y empresas empiezan a incorporar estos nuevos elementos en su lenguaje para relacionarse efectivamente con los infoc Ciudadanos en la Web, y los profesionales de la comunicación van cambiando su función como intermediarios sociales: “el comunicador deja atrás el concepto de emisor activo y se convierte en mediador de espacios democráticos y participativos” (Cerezo et al, 2011, p. 19).

El auge de la comunicación ciudadana en la Web y el poder que va adquiriendo gracias a la posibilidad de formar redes de alcance mundial va creando en la Red una esfera pública alternativa donde los infoc Ciudadanos empiezan a comportarse como verdaderos actores políticos, generando así manifestaciones activistas y críticas, tal como lo explica Cremades

(2007) “se cambia la distribución del poder. Se pasa del Estado y las Instituciones a las personas, quienes con la posibilidad de Internet van formando redes de poder”.

El poder de la comunicación ciudadana en la Web se ve incrementado por la crisis de la democracia, que en la mayoría de países es una democracia representativa que está cansando a los ciudadanos, quienes no ven reflejados en sus gobernantes, la defensa de sus derechos y la satisfacción de sus necesidades, “los ciudadanos reclaman mayores espacios en la toma de decisiones políticas, sociales y culturales” (Cremades, 2007. <http://www.elcultural.es/revista/letras/Micropoder-La-fuerza-del-ciudadano-en-la-era-digital/21049>), lo que va dando lugar a una democracia interactiva y participativa, como lo menciona Cremades (2007) “la cosa pública se puede intervenir y se puede formar un diálogo social, a través de las nuevas tecnologías, en pieza clave de un nuevo modelo democrático más relacional y dialógico, es decir, interactivo” (<http://www.elcultural.es/revista/letras/Micropoder-La-fuerza-del-ciudadano-en-la-era-digital/21049>).

La comunicación ciudadana adquiere así un tinte más político, que tiene un interés colectivo, y va dejando de ser un asunto individual para convertirse en un accionar colectivo, animado por el poder que otorgan las conversaciones en red.

5.1.3. Comunicación política 2.0

La intervención de los ciudadanos en la Web cambió la naturaleza de la información, no solo se están escuchando más sus voces, como se veía en el capítulo anterior, sino que están transformando la Red en un espacio de debate político y de participación democrática, como lo diría Nafría (2007), los ciudadanos están comprometidos con una nueva democracia digital. “El usuario se convierte en un actor participativo, atento, activo y reivindicativo, además proveedores de influencia” (Cerezo et al, 2011, p.11).

La participación política de los ciudadanos está favorecida por las herramientas y medios que la Web 2.0 y la innovación en dispositivos móviles ponen a su servicio; a través de estos, las personas exigen más transparencia en la información de los gobiernos y las instituciones; los ciudadanos tienen ahora la oportunidad de contrastar fuentes, de investigar más los temas y

de acercarse a líderes de opinión con los cuales pueden entablar un diálogo directo gracias a los blogs, lo que pone a prueba la credibilidad del Estado. También pueden participar más en las decisiones y realizar un mejor control político. Es así que, la comunicación política en la Web 2.0, que aquí se denominará Comunicación política 2.0 abre las puertas de una nueva forma de Gobierno Abierto en la que los ciudadanos, los parlamentos y el gobierno deben modificar su papel y su actitud (Cerezo et al, 2011).

Según Cerezo et al, (2011), un gobierno abierto se caracteriza por:

- Ser transparente, colaborativo y participativo.
- El cambio en la forma como los ciudadanos quieren relacionarse con el gobierno. Las personas quieren entablar un diálogo horizontal con sus representantes sin la intermediación de ningún otro agente en esa conversación, lo que sugiere una transformación en el papel de las empresas de medios masivos y los periodistas.
- Un mayor protagonismo de los individuos, los cuales carecían de visibilidad en la sociedad civil, por lo cual tenían que organizarse en movimientos sociales como las ONG para lograr que sus voces fueran escuchadas, “ahora, a través de Internet y de la Web social, es el ciudadano, el individuo quien puede tomar el poder, organizarse, tejer redes sociales y construir arquitecturas sociales efímeras” (p.7).

En relación a lo que tiene que ver con la participación en política, la Web 2.0 también ha sido aprovechada por los partidos políticos y los candidatos que aspiran a ocupar un cargo en el gobierno y representar a los ciudadanos, porque esta se ha convertido en una nueva plataforma de propaganda de campañas políticas. En la Red, los candidatos pueden extraer la opinión de los ciudadanos sobre su comportamiento electoral, no solo por la facilidad de realizar encuestas masivas dirigidas, sino porque el software social, como los blog o las redes sociales, permiten conocer el discurso político que asumen los ciudadanos. Es importante anotar que este recurso ha beneficiado a partidos y candidatos tradicionales y a nuevos líderes y movimientos ciudadanos que no tienen una organización o estructura aparente (Cerezo et al, 2011).

La Web 2.0 ha transformado la cultura de las personas y ha reforzado el espíritu activista al darles las herramientas para potencializar su discurso y facilitar la creación de redes para intercambiar opiniones, contenidos y realizar convocatorias. Ha mostrado que la participación política no solo tiene que verse reflejada en las elecciones sino que pueden intervenir constantemente para que las decisiones e intervenciones que el gobierno realice sean más cercanas a la solución de las necesidades reales de la población, “los procesos de gobierno siempre pueden ser mejorados con la participación de los ciudadanos, dejar de ser jerárquicos para pasar a un modelo en red” (Cerezo et al, 2011, p.8), esto es una democracia deliberativa.

5.2.El e-ciudadano

5.2.1. Transformación: de usuario y consumidor a e-ciudadano

Hasta el momento se ha revisado cómo se ha transformado el entorno virtual, convirtiéndose en un espacio social alternativo que ha pasado a ser parte de la cotidianidad de las personas y viene transformando las actividades de la ciudad y sus dinámicas sociales.

Ahora, se hará un zoom en la definición del protagonista que le da vida a este espacio social, el ciudadano.

Como se ha notado, no se ha dicho usuario o consumidor sino ciudadano. Esto se debe a la Web 2.0 que ha permitido que la Red se convierta en un espacio social, ha dejado de ser un simple directorio de información o medio de comunicación, para darle la posibilidad a las personas de interactuar, colaborar, participar, transformar, desarrollar su cultura y formar redes sociales, “como afirman los expertos de Future Trends Forum, la tecnología social está cambiando el carácter del contenido que consumimos y el carácter de las poblaciones, así como el ritmo de compromiso entre personas, gobiernos y organizaciones: ya no solo consumimos información, ahora también la emitimos, la agregamos, la evaluamos y tomamos decisiones en tiempo real” (Fundación Innovación Bankinter, 2012, p.39).

Antes, el usuario o el consumidor, usaba Internet solo para transferir datos, por ejemplo cuando se realiza una transacción o en el momento de inscribirse a recibir notificaciones de páginas Web; en otras ocasiones, solo para consultar información. Ahora la interactividad ha cambiado su carácter y le ha otorgado los mecanismos para que intervenga el medio y su

contenido con su propio conocimiento, a lo cual se suma la experiencia que ofrece el software social, lo que permite que las personas establezcan relaciones privadas y públicas con otros individuos. En la Red, el ser humano puede adquirir, proyectar y desarrollar su personalidad, lo que cambia las relaciones de poder entre los ciudadanos y las instituciones.

Estas posibilidades han llevado a que los valores, las normas, las leyes, los diferentes contratos sociales establecidos en los derechos y deberes universales, se trasladen al entorno virtual; también, las personas “han tenido la oportunidad de organizarse en grupos” (Arcila, 2006, P.20), que sin importar las fronteras geográficas, se unen por ideas, gustos, estilos de vida o valores. Es así que, se ha pasado de usuarios y consumidores a ciudadanos del mundo gracias a la Web, “estas nuevas formas de interacción posibilitadas por las tecnologías favorecen el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un capital social, que se genera cuando se comparten las redes sociales, la confianza, la reciprocidad, las normas y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas” (Rheingol, 2005, citado en Cobo & Pardo, 2007, p. 48). La Web 2.0 le ha otorgado al individuo la capacidad de ejercer ciudadanía gracias a la interactividad que ofrece el entorno virtual.

Finalmente se resaltan los elementos que Joyanes, citado en Arcila (2006), considera que son los que propiciaron que cambiara el rol de consumidor a ciudadano:

- El hogar electrónico.
- La telecompra.
- El telebanco.
- El ciberdinero.
- La enseñanza multimedia y la telenseñanza.
- El ocio y el turismo.
- La democratización de la palabra.

5.2.2. El poder de los ciudadanos en la Red

Todas las posibilidades que tiene el individuo en la Red, han empezado a surtir efectos en el mundo social real, la relación entre los ciudadanos y sus gobernantes no es la misma y se ha

empezado a notar una creciente manifestación de grupos de protesta, “acontecimientos como la primavera árabe y Occupy Wall Street demuestran el poder de los medios sociales a la hora de dotar a las personas con herramientas para que se oigan sus voces” (Fundación Innovación Bankinter, 2012, p.37).

Y más aún cuando el medio es la Web 2.0, que permite a los ciudadanos obviar la necesidad de un filtro para que su necesidad, preocupación o idea sea pública. Los ciudadanos están en capacidad de formar o hacer parte de redes de alcance mundial con la posibilidad de intervención en la agenda pública.

Esta posibilidad se puede ver reflejada en los siguientes hechos, que cada día son más comunes:

- Debates on-line que van sumando apoyo hasta convertirse en protestas masivas en la calle.
- Gobiernos, corporaciones, empresas e instituciones cada día más abiertas al diálogo, gracias a la web 2.0 y a la presión que vienen ejerciendo los públicos de interés de las organizaciones.
- Empresas de medios masivos haciendo un gran esfuerzo por ser más precisos en reflejar el sentir de la sociedad.

La Web ha otorgado a las personas una capacidad increíble de autorganización lo que le da poder, así lo precisa Whada Kanfar presidente de Shrq Forum y exdirector general de Al Jazeera Network:

“La tecnología social permite a las personas movilizarse en la Red alrededor de causas o ideas en cuestión de segundos. Los ciudadanos de a pie pasan a formar parte del proceso de toma de decisiones gracias a su aprovechamiento de las tecnologías sociales. En definitiva, el individuo gana poder en un mundo cada vez más global” (Citado en Fundación Innovación Bankinter, 2012, p.40).

Estamos viviendo una transformación del rol ciudadano y aunque, según la escala social tecnológica definida por Forrester para EU en el año 2012, solo el 24% de las personas

actúan en la Web como creadores de contenido, el 36% como conversadores y el 36% es crítico, estos hábitos podrían aumentar y superar el 73% que ahora marca el de espectador, si cada día se sigue facilitando el acceso a la Red, continúa la innovación en software social y sobretodo porque las voces de esos prosumidores o influenciadores van subiendo el volumen en cuanto el público cree más en la opinión, el comentario y el veredicto de un conocido que el oficial (Fundación Innovación Bankinter, 2012).

Las personas están aprovechando mejor el conocimiento que publican sus amigos para tomar mejores decisiones y mejorar su calidad de vida, según los expertos del Future Trends Forum, las tecnologías sociales han conferido a las personas autoridad, audacia, compromiso y sabiduría (Fundación Innovación Bankinter, 2012).

El poder ciudadano en red, puede influenciar la forma de relacionarse de las empresas que venden servicios y productos con sus grupos de interés, así mismo la de los gobiernos, los medios y las instituciones con sus públicos; pero, para fines del presente trabajo de grado, se detallará el poder que adquiere el ciudadano y que promueve al activismo.

A continuación se enumeran las cualidades de la tecnología que potenciaron el poder de los ciudadanos y sus actuaciones activistas. Estas fueron descritas por la Fundación Innovación Bankinter (2012) en la descripción realizada del fenómeno del poder de la masa originado en la Red, suscitado por la Primavera Árabe y las protestas de Occidente:

- El uso de la tecnología social es el nexo común que se encuentra en el origen de los disturbios.
- La auto organización, formación de grupos y ánimo on-line se genera por la transparencia social y el acceso ilimitado a la información que los individuos encuentran en la Red.
- Las personas pueden reavivar en tiempo real sus ánimos activistas en tiempos de flaqueo gracias a la tecnología.

- La tecnología permite traspasar los límites informativos que los gobernantes imponen en tiempos de crisis.
- La tecnología le brinda a los ciudadanos la posibilidad de entender la situación específica, conocer sus antecedentes, acceder a los análisis de los líderes de opinión de forma directa y en algunos momentos realizarles preguntas, cuestionarlos o criticarlos directamente.
- La tecnología permite transmitir la información con una alta velocidad.
- La tecnología social refuerza y motiva a los individuos para sentirse parte de una comunidad, organizarse y luchar por sus derechos.

Con el propósito de dar un contexto a los riesgos que ese poder ciudadano en la Red puede causar a las empresas y gobiernos, en el siguiente capítulo se explicará cómo el poder ciudadano influye en la reputación on-line.

5.2.3. La reputación corporativa, nueva forma de percepción de los ciudadanos

Se realizará una descripción de la reputación con el propósito de tener los conceptos básicos sobre este tema que permitan comprender en el análisis de los resultados cómo las acciones activistas del Movimiento Ríos Vivos en la web 2.0 podrían impactar la reputación de EPM, y como los e-ciudadanos y sus interacciones influyen en la reputación.

Según Charles J. Fombrun (2011) “la reputación corporativa se desarrolla a partir de las percepciones que los grupos de interés tienen sobre la empresa” (p.20), pero es una percepción que tiene una característica especial porque consiste en una opinión con base en la información que se obtiene de los componentes estructurales de la organización como las señales del mercado y la contabilidad lo cual ofrece un indicador del rendimiento económico,

señales institucionales que indican la forma de actuación de la empresa frente a las normas sociales, y señales de su direccionamiento estratégico.

No es una percepción superficial, supone un conocimiento amplio de la organización e histórico, es decir, es una percepción creada también por la información que se tiene de la actuación de la organización con sus grupos de interés durante el tiempo, “la reputación corporativa es el reconocimiento que los stakeholders de una compañía hacen de su comportamiento corporativo a partir del grado de cumplimiento de su compromiso con relación a sus clientes, empleados, accionistas si los hubiera, y la comunidad en general” (Villafañe, 2004, citado en Lozano, 2005) .

La reputación es diferente a la imagen corporativa por varias razones; como se explicó, la reputación se crea a partir de la realidad de la empresa, de las actuaciones demostradas durante el tiempo, mientras que la imagen se crea a partir de un proyecto presente de comunicación. Otras diferencias son: la reputación es estructural y permanente, la imagen es coyuntural; la reputación es mensurable y verificable empíricamente, mientras que la imagen es difícilmente objetiva; la reputación agrega valor, la imagen genera expectativas; la reputación se genera en el interior de la empresa, la imagen se construye fuera de la organización (Villafañe, 2004, citado en Lozano, 2005).

Capriotti (2009) analiza las similitudes y diferencias de la imagen y la reputación para una mayor comprensión del asunto. En relación a los conceptos de imagen y reputación vinculados al emisor, los define como las características o atributos que la empresa quiere que sus grupos de interés conozcan. En este punto, tanto para la imagen o la reputación, la compañía tiene un mayor control y manipulación. Relacionados con el receptor, ambos conceptos se definirían como una percepción de los públicos de la organización, una representación mental, sería una construcción que pertenece a los públicos que son considerados “sujetos creadores”. A pesar de que los dos conceptos hacen parte del mismo proceso general de comunicación (emisor, receptor) si existen diferencias, que se identifican en la forma de gestión, por ejemplo: la gestión de la imagen corporativa se asocia a empresas realizando acciones superficiales para verse mejor, mientras que en la gestión de la

reputación, las empresas adoptan medidas sustantivas y responsables con sus grupos de interés para ganar la aceptación de los públicos. Otra diferencia es que la imagen se considera un producto de la comunicación, mientras que la reputación es el resultado de la conducta de la organización, en ese sentido, la reputación tiene una visión más integral.

5.2.3.1. La gestión de la reputación corporativa

Actualmente la reputación se ha convertido en un activo muy importante para las organizaciones, diferentes estudios han demostrado que los clientes están basando sus decisiones de compra de productos y servicios en la reputación de la empresa, así mismo los inversionistas y los profesionales que buscan empleo actúan según la percepción de la reputación (Fombrun, 2011).

Según explica Villafañe, hoy las empresas están viviendo una crisis de confianza originada en los últimos años del pasado milenio, cuando se evidenció como el desprestigio de grandes corporaciones fue una de las grandes fuentes de inestabilidad del sistema económico. De ahí, se creó una nueva racionalidad empresarial, que consiste en preocuparse más por el rol que la empresa debe desempeñar en la sociedad (Villafañe, 2004, citado en Lozano, 2005).

Fombrun (2011) concluye de varios estudios de percepción de los consumidores de las empresas más grandes del mundo, que el 39% de los clientes se fija en el producto, frente a un 61% que se fija en las empresas detrás de los productos; es decir en la percepción que tienen del balance capital físico y financiero, de lo humano, lo organizacional, lo intelectual y los activos, lo cual constituye el capital de reputación.

En esa nueva racionalidad empresarial, las organizaciones empiezan a realizar una gestión de la reputación estratégica, que a diferencia de la gestión de la imagen que se gestiona con estrategias de comunicación; la reputación, exige el esfuerzo de todas las áreas de la compañía, los financieros, de proyectos, publicitas, empleados, etc. para que sus actuaciones generen percepciones favorables en los públicos (Fombrun, 2011).

A las acciones que se realicen al interior de la empresa, que impactan el entorno, se suma a la gestión de la reputación, la comunicación de esas acciones; es fundamental que los grupos de interés conozcan lo que hace la empresa con transparencia.

Cuando se realiza una buena gestión de la reputación, este intangible empieza a crear un valor económico tangible para las empresas, porque influyen en el grado de apoyo de los consumidores, inversionistas y otros públicos interesados (Fombrun, 2011), “cada vez los estudios y las realidades de las empresas, los precios, los ingresos y el mercado se benefician más con una buena reputación” (p.20).

Según Villafañe (2005), la permanencia de una empresa en el tiempo depende de la buena percepción que hoy tienen los públicos; lo cual está ligado directamente con la sostenibilidad y la ética. El crecimiento económico sostenible implica una visión ética de los negocios que es el retorno de valor, no solo a la empresa y su dueño, sino a todos sus grupos de interés. Su gestión implica tener principios de responsabilidad corporativa como: la existencia de compromisos explícitos con sus grupos de interés, verificados, la transparencia en cualquier entorno y con cualquier interlocutor, el diálogo estable y permanentemente con los grupos de interés de la empresa y una máxima armonía entre las metas a corto y largo plazo del negocio.

La gestión de la reputación contiene variables importantes del management como los resultados económicos, calidad de la oferta comercial, la innovación y la internacionalización; así como las débiles: la calidad laboral, la ética y la responsabilidad corporativa, es un asunto transversal a la compañía (Villafañe, 2004, citado en Lozano, 2005).

Tener en cuenta los comentarios y los hechos que publiquen Ríos Vivos a través de sus acciones activistas offline y online es importante porque influyen en la formación de la percepción de la reputación que crean los públicos. Lo anterior es porque sus mensajes están relacionados con hechos reales, hablan de las actuaciones de la empresa en relación con las comunidades que impacta.

5.2.4. El poder ciudadano y la reputación on-line

Es importante tener en cuenta que una empresa no tiene reputación y reputación on-line; la reputación es una sola porque lo que sucede en el mundo virtual es el reflejo del mundo real y no es posible que una empresa tenga buena reputación off-line y mala reputación on-line. Como se definió, la gestión de la reputación de una empresa influye en los argumentos que una persona usa en Internet cuando se refiere a esa empresa; así mismo, cómo actúa una empresa en Internet se verá reflejado en los argumentos que los ciudadanos usen en la realidad cuando se refieran a esa empresa. Explica José Vahos (2014) en la entrevista realizada para la interpretación de las observaciones, que “aún no se encuentra una definición teórica de reputación on-line, está en desarrollo, pero aún no existe. Existe más avance teórico en el concepto de reputación que en reputación on-line. No hay un acuerdo teórico en reputación on-line, lo trabajan como un asunto de visibilidad y marca, pero no tiene estudio de fondo porque se trata de una parte contenida por la reputación, una nueva área originada a partir de la gestión de las relaciones de las organizaciones con sus públicos en la web 2.0.

Define José Vahos (2014) la reputación corporativa como “un asunto de percepción de unos intangibles que unos públicos tienen sobre una corporación, como lo es la imagen; pero a diferencia de esta última, que es más llevada por las emociones, la reputación es un juicio de valor basado en argumentos. La persona debe estar en capacidad de dar las razones para justificar su juicio. La imagen es un asunto coyuntural.”

Apunta que la reputación corporativa es un asunto más estructural que la imagen de una corporación. “Cuando se lleva el concepto de reputación corporativa a Internet, se pierde esa conexión con lo estructural. Empiezan a aparecer definiciones como: es lo que dicen o comentan de mi organización en internet; lo cual tiene que ver más con la imagen porque es variable, depende una experiencia y se basa en emociones. Uno en Internet encuentra es percepciones revueltas y mixtas en blog, en redes sociales, en páginas web, etc.” José Luis Vahos (2014).

Según Alonso, J. (2011), la reputación es “la opinión que otros tienen de mí. Se forma con base a lo que yo hago y lo que digo, y a lo que otros perciben de mis actos o palabras, cómo lo interpretan y cómo lo transmiten a terceros” (p.6). Una persona, empresa, institución o un gobierno puede tener buena o mala reputación lo que definirá la aceptación, credibilidad y posicionamiento que tenga en su entorno, por eso la importancia de su gestión como se explicó en el aparte anterior.

Para cualquier actor social, público o privado, persona o institución, la reputación es fundamental para lograr sus objetivos de vida o alcanzar sus propósitos organizacionales, porque a través de esta se define la aceptación y la credibilidad que genera en sus públicos. Por lo anterior es tan importante saberla gestionar.

Con la entrada de la Web 2.0 en la cotidianidad y el poder que ha dado a los ciudadanos, han surgido nuevos influenciadores en los que la comunidad cree más por encima de las empresas periodísticas. Estos influenciadores se encuentran en las redes sociales y constantemente están cuestionando y confirmando la autoridad que nunca dan por supuesta, es por eso que las personas, instituciones y gobiernos se están empezando a preocupar por crear una buena reputación on-line (Cerezo, 2011, p.3).

El software social, la capacidad de organización y de creación de redes sociales en Internet, sin importar fronteras de cualquier tipo (económico, geográfico o cultural), y el rol activista que ha adquirido el e-ciudadano, se han convertido en un mecanismo de comunicación humana muy eficiente que impacta directamente la reputación, que luego se trasladará efectivamente al mundo real.

Gestionar la reputación en el mundo on-line no es fácil y, según Cerezo et al, (2011, p.8), se diferencia en gran parte de la gestión que puede hacerse en el mundo real, debido a:

- Lo que se publica en Internet permanece. La forma más fácil de difusión en Internet es la copia. Si dices algo se transmite y muchas personas lo conocen.

- Los motores de búsqueda hacen que lo que se publica se encuentre fácilmente. No es posible ocultar información.
- Los individuos anónimos pero con reputación e independencia son más influyentes que los medios.
- Siempre hay alguien que tiene criterio, credibilidad y desmonta fácilmente una información falsa.
- El poder de los micro-expertos, que son aquellos líderes de opinión que compiten con los periodistas de alta credibilidad a través de sus blogs y las redes sociales, es totalmente independiente y fuera del alcance de algún contrato social. Estos son importantes influenciadores y tienen una gran facilidad de compartir su experiencia y conocimiento.

En conclusión se debe tener en cuenta que al momento de hablar de reputación on-line estamos hablando de la misma reputación que debe ser gestionada teniendo en cuenta nuevos elementos en la comunicación que aparecen gracias a Internet. El poder de los ciudadanos en la Red puede derrumbar fácilmente y con mayor velocidad la reputación.

5.3.Ciberactivismo, el nuevo poder ciudadano

5.3.1. Definición

Se ha visto como se transformó el entorno virtual a la llamada Web 2.0; así mismo, el poder y el papel de los protagonistas que le dan vida a este nuevo espacio social: los e-ciudadanos, y su influencia en la reputación on-line. Ahora se desarrollará la definición del ciberactivismo, manifestación contemporánea que se debe gracias a la Web y a los e-ciudadanos, y desencadena el fenómeno de estudio del presente trabajo de grado.

Esta manifestación se ve aún más potente por la facilidad que la Web 2.0 le ha dado a los ciudadanos de organizarse, unirse y hacer más fuertes sus voces sin importar las distancias, la

cultura, la edad o la geografía; todo lo anterior, gracias a la posibilidad de crear redes sociales de múltiples nodos distribuidos.

El ciberactivismo es un tipo de organización social en Internet dedicada a protestar contra los abusos de las instituciones, la amenaza al medio ambiente, el mercado, entre otros motivos. Según Ugarte (2005) el ciberactivismo es “toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del «boca a boca» multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal” (p.85).

Según Loreto (2004), el activismo digital no es nuevo, “se registran acciones de este tipo desde la época heroica de los BBS (listas de distribución de información pre www). De todas formas fue con la aparición del World Wide Web, en los 90, que se convirtió en un fenómeno mundial” (p.4). Algo de historia según Loreto (2004, p.4):

- Italia fue la cuna en Europa, de ahí se extendió a España. Francia y Austria se preparan hackmeetings, también se empiezan a dar manifestaciones a nivel continental las llamadas netstrikes o manifestaciones virtuales.
- A América llega a EEUU y Canadá. Aparecen grupos que adoptan el esteticismo asignado por los críticos. Nace la Eletronic Civil Desobedience

Ahora es más común que el ciudadano en la Web sea activista, participe o promueva una protesta ciberactivista y muchas veces sin darse cuenta. Cuando se lanza un comentario en las redes sociales, se hace con la intención de que otras personas lo acepten, lo comenten o lo compartan, de esta forma se va activando una protesta que puede llegar a formar un movimiento social.

Por su parte Ugarte (2005) plantea que existen dos formas de ciberactivismo, “la primera es la lógica de campaña: construir un centro, proponer acciones y difundir la idea. La segunda es iniciar un swarming, un gran debate social distribuido con consecuencias, de entrada, imprevisibles” (p.86).

La primera forma se refiere al modo tradicional en el que el ciudadano participa de un movimiento activista: existe un objetivo concreto, hay un enemigo o una amenaza que hay que denunciar para cambiar o eliminar y se crea una estrategia para la movilización. En esta forma de ciberactivismo los adherentes no intervienen en el diseño de la campaña. La segunda forma de ciberactivismo, el *swarming*, tiene más participación ciudadana: se lanza un tema a la opinión pública, generalmente en las redes sociales, y las personas van generando sus acciones activistas a través de las herramientas del software social como compartir una imagen, comentar o publicar, el proceso deliberativo va creciendo hasta que espontáneamente se genera una cibertrouba o se llega a un consenso social (Ugarte, 2005).

El objetivo del ciberactivismo es generar movilizaciones informativas a través de redes ciudadanas donde las personas (nodos) se comunican de forma horizontal. Todos pueden aportar y acceder libremente a la información que deseen.

El mismo Ugarte, (2005) equipara el ciberactivismo con el concepto de multitudes inteligentes de Rheingold o inteligencia colectiva de Levy porque es una red distribuida en la que no existen nodos que sirvan de filtros para entregar la información al colectivo, tampoco existen nodos centrales que seleccionen los nodos que se van a unir a la red; es un colectivo cohesionado porque se identifican unos a otros, se ven reflejados los unos en los otros, encuentran reconocimiento y todos tienen la misma oportunidad de participación.

Es importante tener en cuenta que el ciberactivismo se relaciona con el concepto de inteligencia colectiva, bienes o recursos comunes y cooperación.

Con el concepto de inteligencia colectiva porque el ciberactivismo funciona bajo una lógica participativa, en la que no se establece una ideología limitada sino que los ciberactivistas (que puede ser cualquier ciudadano), pueden aportar al futuro deseable que visiona la red en la que se encuentra, es por ese motivo que no hay panfletos sino blogs.

En relación a los conceptos de bienes o recursos comunes y cooperación, podemos decir que en el caso del ciberactivismo equivalen al fin y el medio. El fin, porque el colectivo ciberactivista se cuestiona por los asuntos públicos en la búsqueda de cambiar la realidad y encontrar un futuro distinto que responda a las necesidades ciudadanas, no a lo que define un

gobierno. Y la cooperación es el medio, porque es un modelo de organización asambleario, horizontal y participativo (Fernández, 2012).

El modelo de comunicación ciberactivista se diferencia de la estructura del modelo de comunicación tradicional porque:

- Rompe con la idea de que existen únicos nodos con el poder de transmitir la información únicamente porque creen ser los especialistas. **El ciberactivismo funciona bajo una lógica de red distribuida** donde hay infinitas formas de unir los nodos, donde todos tienen la oportunidad de participar transmitiendo información, y toda participación es reconocida y valorada por el colectivo

Según Ugarte, (2005), a diferencia de las redes centralizadas (en las que un solo nodo tiene el poder para transmitir la información, como los gobiernos) y las redes descentralizadas (donde el poder y la transmisión de la información depende de unas empresas que tienen el poder como las empresas mediáticas), en las redes distribuidas todos los nodos (sean sujetos, organizaciones, movimientos ciudadanos, entre otros) tienen el poder de producir y transmitir la información, además tienen la capacidad de conectarse de varias formas (Ugarte, 2005).

- La información no pertenece a algunos pocos, tampoco hay que esperar para recibirla. **El ciberactivismo funciona bajo la ética hacker**, en la que las ideas y la información es de libre acceso. El conocimiento no se atesora, se comparte (Ugarte, 2005).

- En el ciberactivismo no tiene tanta importancia el medio usado para divulgar una información, sino que se premia el medio usado que permita la interpretación y el análisis de la información. Por eso pasamos de la página Web a los blogs (Fernández, 2012).

- A diferencia de los periodistas, los ciberactivistas actúan bajo la ética hacker; es decir, ellos buscan el reconocimiento, no la remuneración, transmiten información buscando reputación no retribución, se unen al colectivo por satisfacción no por trabajo (Ugarte, 2005).

- Los ciudadanos, convertidos en ciberactivistas, utilizan Internet como medio para generar debate y acción, no para difundir información y lograr coordinación (Fernández, 2007).

- En el ciberactivismo no hay jerarquías, el poder está distribuido en todos los nodos de la Red. La información no fluye de forma horizontal sino vertical.
- La inteligencia colectiva cohesionada bajo un fin ciberactivista, busca la transformación, mientras que bajo el modelo de comunicación tradicional la consecuencia en el entorno es la sensibilización (Fernández, 2012).
- En el modelo de comunicación tradicional, el nodo que transmite la información es el encargado de expandir el mensaje haciendo uso de diferentes herramientas y medios; mientras que en el ciberactivismo conforme se difunde la protesta se activan las redes sociales formando un sistema de comunicación y organización sin centro y sin líderes (Castells citado por Fernández, 2012).

Ugarte (2005) menciona otros detalles de la forma de comunicación ciberactivista, que es importante tener en cuenta para conocer mejor su funcionamiento:

- En las redes de comunicación distribuidas, bajo la cual funciona el ciberactivismo, la información que circula corresponde a ideas que invitan a la conversación y el diálogo, no la adhesión. Nunca son ideologías cerradas.
- En esta forma de interacción el discurso es una profecía autocumplida, las personas que se unen creen que pueden cambiar las cosas.
- La comunicación proyecta opciones de futuro, invita a sumarse.
- Una de las herramientas Web más usadas es el blog porque permite el debate y da paso al diálogo.
- Es importante resaltar que en el ciberactivismo se evidencia una fuerte autonomía del ciudadano. A diferencia de los partidos políticos, en los que las personas se adoctrinan y defienden una ideología, en el ciberactivismo las personas se mueven en red, hoy pueden hacer parte de un movimiento pero mañana de otro.

Según Fernández (2012), los estudios que han logrado avanzar sobre la descripción del ciberactivismo dejan muchas dudas por resolver, pues poca ha sido la profundización en su impacto. Menciona sobre la metodología usada, que muchas se basan en cuestionarios estándar sobre acción política como el de Almond y Verba (1970) y la escala de acción política no convencional de Marsh (1977), pero no se ha creado uno específico para la cultura cívica on-line.

5.3.2. Técnicas de ciberactivismo: la e-protesta

Ahora se hará una descripción de las herramientas de la Web 2.0 que los activistas encuentran más efectivas para alcanzar su propósito y que más han propiciado la participación política a los ciudadanos.

Una de las más populares ha sido el blog, el cual aportó significativamente a la comunicación pública y ciudadana porque los mecanismos de transmisión de información que lo componen facilitan las conversaciones.

Según López et al, (2005) los Weblogs, son un modelo comunicativo que pone al alcance de los ciudadanos la posibilidad de generar y publicar sus propios contenidos, además son una herramienta de probada validez como sistema de expresión libre y eficaz. Gracias a estas características, se han convertido en una forma de democracia extrema, ya que tradicionalmente, los medios han asumido que existía democracia y que los ciudadanos buscan información, pero en el ámbito comunicativo de la 'blogosfera' existe una concepción diferente según la cual se entiende que la información es lo que tenemos –lo que nos rodea- y que lo que buscamos los ciudadanos es democracia.

Los ciudadanos, en su mayoría activistas, que usan los blogs, son personas con voluntad y deseo de compartir sus pensamientos y experiencias, y a la vez saber lo que otros piensan. No les molesta la retroalimentación, compartir el conocimiento con otros, además les gusta la velocidad y están constantemente en la búsqueda de reconocimiento (Fumero & Saez, 2006, citado en Fumero & Roca, 2007)

Otra de las herramientas más populares y que permite que se dé la colaboración, característica esencial del modelo de comunicación ciberactivista, han sido las wikis.

Las wikis nacen en el año 1995 como un sistema de documentación, y en el año 2001 se posicionan en Internet con gran innovación, gracias al nacimiento de Wikipedia. En ese momento la wiki se convierte en la plataforma tecnológica que permite que una Web se convierta en una colección extensible de páginas Web entrelazadas bajo el sistema hipertextual y que su contenido se pueda editar por los visitantes (López et al, 2005).

La combinación de herramientas de la Web 2.0, que hacen los grupos ciberactivistas, como los blogs, las wikis, las redes sociales, los mensajes por correo electrónico y las páginas Web, para crear estrategias de movilización y cambio, son denominadas según Fernández, (2012) como e-protesta. Veamos algunas características de la e-protesta identificadas por el investigador, que nos muestran en qué momento un software social o una herramienta Web se convierte en un medio ciberactivista:

- En la e-protesta, los ciberactivistas usan las herramientas de comunicación de forma no convencional, ellos mismos se representan en el medio a través de su propia forma de narración, y deciden qué información se transmite y en cuáles redes en la web quieren estar.
- El mensaje que se difunde es principalmente político. Es un tipo de acción política no convencional que ha sido propiciado por Internet. Primero por la facilidad que ofrece de acceso a la información, lo cual le permite a las personas ampliar su conocimiento sobre la situación social de su entorno y del gobierno. Segundo porque Internet ofrece herramientas que permiten que los ciudadanos transmitan información y generen conversaciones sobre un tema.
- El discurso está enfocado en la protesta. Buscan causar debate y generar acción. La transmisión de la información es horizontal.
- Aunque no existen nodos principales, es en red que los ciudadanos logran transmitir la información. En el momento que se difunde la protesta se activan las herramientas TIC y las personas usan sus blogs y redes sociales para viralizar la protesta.

En conclusión la e-protesta, como técnica de ciberactivismo, va más allá de la búsqueda de sensibilización o la mera divulgación de información que conlleva el uso tradicional de los medios de comunicación; en este caso, se busca la transformación del entorno a través de la participación de los ciudadanos.

5.3.3. Los ciberactivistas.

Se ha explicado cada vez más la especificidad de uno de los usos que está cautivando más a los ciudadanos por la posibilidad de participación política, el ciberactivismo; ahora, seguiremos con la descripción del rol que cumple el ciudadano cuando, consciente o de forma involuntaria, decide ser ciberactivista.

Según Calderon, (2011), los ciberactivistas son “gerentes de información de portales que fungen como filtros y gestores del caos en los contenidos de Internet, que trabajan para un colectivo determinado de interactores, actuarán como inspiradores y animadores de la inteligencia colectiva del grupo” (p.18).

Por su parte, Ugarte (2005) los define como: “alguien que utiliza Internet, y sobre todo la blogsfera, para difundir un discurso y poner a disposición pública herramientas que devuelvan a las personas el poder y la visibilidad que hoy monopolizan las instituciones” (p.66)

Para ser ciberactivistas los ciudadanos deben, como lo explica Ugarte (2005, p.64-66):

- Renunciar al poder centralizado. En ningún momento un solo nodo tiene el poder. Recordemos que el ciberactivismo se da bajo una red distribuida, donde solo se alcanza el objetivo en la medida varios nodos van sincronizando su mensaje hasta lograr un cambio en la agenda pública.
- Lograr un discurso que empodere a las personas, para que estas lo hagan suyo y lo difundan. El mensaje debe lograr convencer al público y darles la seguridad de que pueden cambiar las cosas.

- Usar las herramientas Web, no para hacer convocatorias, sino para aumentar la participación ciudadana en política. Las herramientas tienen que hacerse de forma que la gente pueda reconocerse en otros como ellos.

Loreto (2004), por su parte, desarrolla el concepto de otro rol activista que surge en Internet, el Hacktivista. En este caso, se refiere a las personas que usan el activismo en la búsqueda de la libertad de información, la democracia y la sociedad abierta. A diferencia de los ciberactivistas, los hacktivistas no usan estrategias sino tácticas, en cuanto ellos consideran que son las pequeñas perturbaciones las que producen aperturas de nuevas oportunidades de acción y pensamiento. Un ejemplo es el Tactical Media que se refiere a la idea de desobediencia civil en la Red, bajo la táctica: ofender y bloquear.

Para entender el accionar de los hacktivistas, es importante tener en cuenta el concepto de libertad, el cual es transversal a su filosofía y se convierte en el propósito fundamental. Ellos conciben la Red como un espacio social donde los hombres son libres, susceptibles de emanciparse por ellos mismos. El ideal de libertad individual es valorado como un pilar constitutivo de las sociedades modernas. Por ese motivo es que actúan con autonomía, organización y velocidad, sin intermediarios, de forma individual, sin filtros, sin jerarquías en tiempo real. Se sienten en libertad absoluta y de poder (Loreto, 2004)

Las personas que se dedican a hacer hacking, phreaking o crear tecnología para conseguir un objetivo político y social, no son calificadas como criminales pues sus tácticas son consideradas un método leve de Netwar (infoguerra), una forma legítima de protesta que se concentra en objetivos gubernamentales o empresariales (Loreto, 2004). Ellos usan Internet como un agente para la justicia social.

5.3.4. El ciberactivismo en el discurso ciudadano

El ciberactivismo se ha convertido en una forma de participación democrática que está dando un carácter particular al uso de Internet. En la actualidad, es común que en las redes sociales comiencen a aparecer mensajes activistas que buscan algún tipo de cambio social, sin tener

como amigo un líder político o de opinión. Esto se da porque los mensajes activistas están siendo acogidos cada día más por los ciudadanos comunes que sin pensarlo y a una velocidad extraordinaria, empiezan a usarlo en su lenguaje, lo ven en los amigos y en los familiares. El ciberactivismo está cambiando el discurso ciudadano.

Según Rincón (2007) el ciberactivismo se hace más común en el discurso ciudadano porque los seres humanos están cansados de ser consumidores y se convierten en ciudadanos activos políticamente.

A diferencia de los intelectuales de la academia y de la política, “los ciudadanos están usando Internet no como un medio para hacer propaganda, pasar contenidos, ejercer poder o dominar conciencias; lo usan para construir redes que crean inteligencias colectivas, redes donde se pueden ver y querer” (Rincón, 2007, p.6).

El contenido del mensaje ciudadano con tinte ciberactivista se enfoca en las necesidades ciudadanas de la cultura propia, las cuales se hacen visibles a partir de su propia estética y voz. El tono y el lenguaje en el que se habla es común a todos los miembros de la comunidad a la cual se dirigen. La narración que fluye en la Red tiene que ver con sus historias, mensajes que vienen de la vida personal, familiar y laboral (Rincón, 2007).

Los ciudadanos han encontrado en la Web redes con referentes de sus creencias, con algún valor comunitario, espacios donde adquieren más autoestima, están motivados a participar, creen en la política, en los diálogos, los pactos y en la organización social. Cuando participan de este tipo de redes se van apropiando cada vez más del lenguaje ciberactivista.

Lo anterior ha dado un espíritu diferente a los ciudadanos que han encontrado en la Web el medio para reclamar sus derechos y hacer visibles sus necesidades, según Castells (2009) la libertad de acceso a la información y de autocomunicarse masivamente, “le ha otorgado a los ciudadanos la capacidad de generar cualquier tipo de ideas, incluso la de desafiar el poder de las empresas, dismantelar la autoridad del gobierno o cambiar fundamentos culturales” (p.540). Es así que el ciberactivismo ha llegado al discurso ciudadano.

5.3.5. Activismo ambiental

Para completar finalmente los conceptos que servirán de guía en el presente trabajo de grado, es importante conocer el ciberactivismo ambiental, uno de los movimientos con mayor auge a nivel mundial en Internet.

¿Cómo llegó el tema ambiental a ser tan popular en el mundo para ser hoy uno de los protagonistas del ciberactivismo y encabezar la lista de los planes gubernamentales e institucionales?

El activismo ambiental, según Castells (2009) se popularizó en los años setenta cuando se empezó a notar el calentamiento global. “Científicos y ecologistas se tomaron los medios de comunicación para enviar mensajes que buscaban cambiar la opinión pública e influir en quienes tomaban las decisiones” (p. 401).

A pesar de sus esfuerzos, el tema no era prioridad de los gobiernos, por lo cual se impulsó la celebración del Día de la Tierra en abril de 1970, lo que hizo que el tema se visibilizará en el mundo. El número de artículos pasó de tres a más de veinte al año. En los años 80 el tema ya era tan conocido que pudo ser incluido por primera vez en las encuestas de opinión (Castells, 2009)

En la década del 2000 el tema ya se había convertido en un asunto político central a nivel mundial, “en gran medida como consecuencia de los cambios que se habían producido en las mentes de los ciudadanos del mundo entero” (Castells, 2009, p.408).

La cultura ecologista nace pues, según Castells (2009), desde la celebración del primer Día de la Tierra en abril de 1970, lo cual trajo un cambio radical en la opinión pública respecto al medio ambiente y las implicaciones del calentamiento global en particular. Un cambio cultural de impacto mundial.

De lo que nos muestra Castells es importante tener en cuenta dos elementos que nos ayudan a entender el movimiento ciberactivista ambiental.

El primero es el papel que jugaron los medios de comunicación de masas, que se convirtieron en la primera fuente de información ciudadana. Y el segundo es la unión de científicos, ecologistas y líderes de opinión que formaron movimientos sociales de alcance global, a través de los cuales lograron colocar el tema del calentamiento global en la agenda pública. Esa unión: medios de comunicación y activistas ciudadanos, fue en su momento efectiva, y lo seguirá siendo más ahora con la posibilidad de interactividad, velocidad y creación de redes que ofrece la Web 2.0.

Gracias a Internet, hoy los movimientos activistas ambientales se han convertido en la fuente de información más fiable en materia medioambiental (Castells, 2009) y la posibilidad de comunicarse en redes horizontales con la ciudadanía y otros grupos en defensa del medio ambiente, le han otorgado un gran poder. Con Internet, pudieron dejar a un lado las empresas publicistas y empezaron a hacer uso de la interactividad para crecer y fortalecerse. A continuación algunos ejemplos de movimientos ambientales que han aprovechado el ciberactivismo (Castells, 2009):

- Stop Climate Chaos, se creó en el 2005 y agrupa más de 70 ONG, su propósito declarado: construir una coalición sólida que articule un mandato público insoslayable que promueva la acción política para detener el cambio climático provocado por la acción humana. Lanzaron en Internet su campaña “Yo cuento” en octubre del 2006.
- Alliance for Climate Protection, fundada por Al Gore en Estados Unidos. Promovió de forma efectiva la educación sobre el cambio climático
- Friends of the earth (Amigos de la Tierra) tiene delegaciones nacionales en setenta países y aglutina a 5000 grupos activistas locales.
- World Wide Fund For Nature o World Wildlife Fund (WWF) fundada en Suiza en 1961. Tiene más de 2000 proyectos de conservación. Y promueve la Hora del Planeta por redes sociales y otras estrategias en Internet.

Internet ha desempeñado un papel fundamental, hoy los movimientos sociales medioambientales han eliminado las fronteras y dependen de Internet para la difusión de información, comunicación y coordinación. Una de sus herramientas clave son las redes sociales que ha aumentado extraordinariamente la capacidad de los grupos ecologistas y ha incrementado la colaboración internacional. Algunos ejemplos (Castells, 2009):

- Earth Island Institute aumentó sus socios, la difusión de los recursos informativos y el fomento de la participación política.
- Rainforest Action Network y Greenpeace, tienen una red de sitios Web para coordinar las acciones globalmente y para animar a la gente a actuar como testigos.
- Environmental Defense en 1999 se transformó en una red de organizaciones de base que se coordinan e informan a través de Internet.
- Amigos de la Tierra tuvo 4 mil enlaces a su página Web desde otros sitios, y su página Web facilitó un número de puntos de entrada para que los usuarios pasaran a la acción.
- Safe Climate Act, en EU, utiliza su página Web para animar a los grupos locales o a los particulares a iniciar campañas o vincular las campañas de un barrio a una red mayor.
- Stop Global Warming apunta a la viralización, tiene una página de promoción donde facilitan imágenes y banners promocionales que se pueden utilizar en otras páginas de redes sociales.
- Greenpeace y su estrategia multimedia, además de su red de sitios Web, usan podcast, blog, páginas en redes sociales y televisión en banda ancha.
- WWF: combina sitio Web, boletín electrónico y videos en YouTube, con anuncios en televisión, radio y prensa.

Internet le ha permitido a las organizaciones por la defensa del medio ambiente “pasar de su énfasis original de llegar a una audiencia amplia a fomentar la participación masiva de los ciudadanos aprovechando la capacidad interactiva de la Red” (Castells, 2009, p.428). Internet: facilita una puerta al activismo, eleva el perfil de campaña, moviliza el activismo en línea, estimula el activismo local y atrae participantes a las manifestaciones.

Para acercarnos más a lo que fue la conformación del movimiento ciberactivista ambiental en América Latina, se referenciará la investigación realizada por Arriagada (2004) sobre la caracterización del movimiento ambiental chileno, entre los años 1960 y 1998.

Según la investigadora, la década del 50 es documentada por varios autores como la fecha en la que surge la preocupación por conservar y cuidar los recursos naturales (Arriagada, 2004).

Dicha preocupación fue originando la conformación de movimientos activistas por la defensa del medio ambiente, que surgen según Leff (1990, citado en Arriagada, 2004, p.7) como:

“una toma de conciencia y como una respuesta a las manifestaciones y condiciones actuales de la acumulación y expansión del capital: la destrucción ecológica y la degradación ambiental producidas por el proceso de crecimiento guiado por la maximización de los beneficios y excedentes económicos en el corto plazo; las crisis alimentarias, energéticas y de recursos generados por los patrones dominantes de producción, distribución y consumo”.

A diferencia de Castells, Arriagada (2004) considera como punto de partida del movimiento verde a nivel mundial la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente realizada en Estocolmo en el año 1972, que luego en el año 1992 se denominaría Cumbre de la Tierra.

Pasada la mitad del siglo veinte, las ideas conservacionistas provenientes de Europa y Norteamérica penetraron vertiginosamente en Latinoamérica, creándose así las primeras organizaciones sociales preocupadas por el tema ambiental. “En América Latina han existido diversas organizaciones ambientalistas, sobre todo dedicadas a la conservación de la naturaleza, por lo menos desde fines de los 50” (Gudynas, 1994, citado por Arriagada, 2004, p.11).

Hoy el movimiento ciberactivista ambiental tiene alcance mundial y los grupos locales como el movimiento Ríos Vivos podrían tener un gran impacto por la posibilidad de sumar voces ciudadanas a su protesta.

5.4.Ciberactivismo, el nuevo diálogo social

La Web 2.0 se ha configurado en un nuevo espacio social a partir del desarrollo de Internet, un medio de comunicación y de organización de información que ha evolucionado para darle un papel protagónico al individuo. Hoy se cuenta con herramientas interactivas, hipertextuales y multimediales que le han otorgado poder ciudadano a la comunidad, que empieza a posicionar su voz en la agenda pública y a crear redes sociales de alcance mundial.

A lo anterior se suma el activismo, que se ha sumergido en el discurso ciudadano, en consecuencia de la participación política que ha favorecido el software social de la Web 2.0. Es así que, los ciudadanos empiezan a cuestionar y a sumarse a organizaciones de protesta en la búsqueda del respeto por los derechos humanos, la conservación del medio ambiente y otros objetivos que buscan el bienestar social y ambiental.

Dicho poder es tan relevante que las empresas, instituciones y los gobiernos han empezado a cambiar la forma de relacionarse con sus públicos, dando prioridad al diálogo más que a la divulgación de información, sobre todo por conservar una buena reputación y evitar crisis organizacionales.

Lo anterior es lo que se ha mostrado a través del recorrido conceptual, que ayuda a comprender una nueva forma de democracia deliberativa y de manifiesto social que está cambiando las interacciones en la ciudad, lo cual se dinamiza a través del ciberactivismo. Esta es la base para continuar con lo que se ha planteado en el presente trabajo de grado: identificar los posibles riesgos que un grupo ciberactivista puede causar en las empresas que atacan, para así tener una referencia de la efectividad que podría alcanzar una estrategia ciberactivista y su poder para dar paso de una democracia representativa a una interactiva.

6. METODOLOGÍA

6.1. Carácter de investigación, metodología de trabajo y propuesta de instrumentos

Se propone el estudio de caso Ríos Vivos Antioquia-Reputación EPM para encontrar los posibles efectos negativos que las acciones activistas en Internet pueden causar realmente. Se elige la metodología cualitativa para realizar el estudio del perfil en Facebook, el blog y la cuenta en Twitter del Movimiento, además para realizar el análisis de los posibles efectos.

Se tiene en cuenta la etnografía virtual planteada por Hine (2004) para realizar la descripción de las relaciones, actividades y significaciones que se forjan en los espacios virtuales usados por Ríos Vivos, y realizar un seguimiento a las publicaciones en radio, prensa y televisión del Movimiento Ríos Vivos Antioquia, como una forma de medir la visibilidad de sus acciones, y el riesgo reputacional que esto puede tener para EPM; también, se hace uso de la entrevista a profundidad a la Líder del Movimiento Ríos Vivos Antioquia, Isabel Cristina Zuleta, para tener un contexto general del Movimiento y la forma en la que conciben el uso de Internet; y la entrevista a profundidad a tres expertos en reputación: José Luis Vahos, docente de la Facultad de Comunicación Social de la UPB, quien actualmente adelanta un proyecto de investigación sobre la gestión reputacional de la comunicación corporativa on-line; Beatriz Muñoz, profesional de la empresa Estudio y Moda, experta en el tema marca digital, y Luis Fernando Marulanda Maya, profesional mercado de EPM quién actualmente gestiona la reputación online de la organización.

El estudio de caso se realiza en tres momentos claves de la historia de protesta de Ríos Vivos contra el proyecto Hidroeléctrica Ituango, que son considerados de riesgo alto a la reputación de EPM por la polémica regional e internacional que los hechos causan, estos son:

- Inicio de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango. Año 2008.
- Asesinato del líder del Movimiento Ríos Vivos Antioquia, Nelson Giraldo Posada. Septiembre – Octubre del año 2013.
- Desviación del Río Cauca. Enero – Febrero del año 2014.

6.2.Técnicas

6.2.1. Etnografía virtual

Como lo plantea Hine (2004. P.13) la etnografía es una metodología ideal para estudiar los fenómenos que suceden con el uso de Internet y con la construcción de sentido que surge alrededor de ella, porque permite explorar las complejas interrelaciones existentes entre lo que se piensa que es Internet y para qué sirve, con el contexto en el cual se está usando, en este caso en la comunicación del Movimiento Ríos Vivos Antioquia.

La etnografía de Internet permite observar en detalle las formas en que se experimenta el uso de la tecnología, teniendo en cuenta las relaciones, las actividades y las significaciones que se crean entre quienes participan (Hine. 2004. P.13). El etnógrafo virtual no se pregunta qué es Internet, sino cuándo, dónde y cómo es, que para este caso es la manera de describir la formación de la comunicación de Ríos Vivos y el alcance de su impacto real.

“La etnografía mantiene un interés especial por el estudio de “lo que la gente hace” con la tecnología y, una vez, que interpretamos el ciberespacio como un lugar en el que se actúa, podemos empezar a estudiar exactamente qué se hace, por qué y en qué términos” (Hine.2004,p.33)

Hine (2004) nos plantea dos formas en las que se puede concebir Internet: como cultura o como objeto cultural, sobre estas dos variables se observa el uso de Internet por Ríos Vivos con el propósito de encontrar los efectos que pueden tener las comunicaciones en Internet sobre los procesos off-line.

Internet como cultura plantea una observación a los discursos y las interacciones, cuáles son los signos sociales que se trasladan de la realidad a la virtualidad, cómo influye la identidad social, cómo funciona la individualidad en los procesos grupales, qué tipo de formaciones sociales se crean en este espacio (Hine.2004.p.30).

Internet como objeto cultural, ayuda a comprender el uso del medio como algo significativo. Permite identificar su trascendencia como medio para identificar la forma que adquiere

socialmente de acuerdo al uso y al contexto. “Estudiar las formas que ha adquirido a lo largo del tiempo ayudaría a entender sus rasgos y condiciones y, sobre todo, a explicar cómo es que se ha asentado como resultado lineal del progreso hacia determinadas metas, o como la encarnación de los intereses de algún grupo en particular” (Hine. 2004. P.47)

La forma como Ríos Vivos Antioquia usa Internet, ya es una manera de darle valor social porque responde a una construcción derivada de las acciones activistas y de la identidad del Movimiento, lo que le adhiere a sus espacios virtuales una postura y un carácter particular significativo y aceptable.

Se tiene en cuenta en la observación lo sugerido por Hine (2004) en la inmersión on-line: combinar las interacciones, con el tiempo, el sentido y la percepción de comunidad que sucede en el espacio virtual, para lograr el objetivo que persigue el investigador.

Limitar la observación a tres momentos específicos de la historia no es per sé, son hechos escogidos por la sensibilidad que tienen para Ríos Vivos, lo cual permite estar más cerca de los contenidos y los modos en lo que estos se producen y utilizan.

Explica Hine (2004) que explorar la cultura emergente de Internet, es explorar la gestión de relaciones en un espacio y un tiempo determinado, viendo los juegos de autoridad e identidad que surge en las interacciones y la apropiación de la tecnología para un propósito. Por lo cual, tener la observación bajo tres contextos específicos facilita la identificación del uso cultural dado por Ríos Vivos.

La observación de las maneras como los públicos responden en los espacios virtuales usados por Ríos Vivos, y la forma cómo el Movimiento se comunica con los participantes, ofrece una suerte de triangulación a través de la cual los hallazgos pueden ser comprobados de modo cruzado.

De esta manera se puede encontrar la función social que tiene el uso de Internet por parte de Ríos Vivos Antioquia, “la etnografía nos ofrece la promesa de poder acercarnos a la comprensión de cómo las personas interpretan el mundo que los rodea, cómo organizan sus vidas, a diferencia de

los estudios cuantitativos que nos ofrecen representaciones prefiguradas de conceptos aislados o impuestos por el investigador” (Hine.20014.p.56).

El análisis de los datos recogidos en la etnografía virtual debe ser hecho a la luz de las interpretaciones, motivaciones y experiencias de quienes participan en el uso de Internet, por lo cual se complementa el estudio con la entrevista a profundidad a la líder de Ríos Vivos Antioquia.

Por otra parte, la etnografía aplicada a la observación de los medios de comunicación radio, prensa y televisión en los periodos detallados del análisis de caso de la comunicación en internet de Ríos Vivos Antioquia, permite medir la fuerza de los mensajes del Movimiento, en cuanto los titulares y los estilos de redacción en las noticias desarrollan las identidades de la empresa periodística por lo tanto la relación, aceptación e identificación que estos medios masivos tienen con el Movimiento y que aportan o inciden en la reputación mediática de la organización involucrada. El rastreo de los medios de comunicación se realizó con la aplicación Prensnet, herramienta que hace un rastreo general a la información que el investigador quiere identificar en los medios masivos. Se seleccionaron las opciones radio, prensa y televisión por ser los medios de comunicación masivos más importantes en nuestro contexto.

La necesidad de salirse del espacio virtual y realizar una observación de los medios off-line es necesaria para identificar el alcance de la comunicación virtual de Ríos Vivos y la fuerza que tienen en los públicos, ya que es común que la respuesta de las personas en Internet sea mínima, porque la mayoría actúa como mirones o fisgones, lo cual, como lo considera Hine (2004), es un problema para los estudios etnográficos (p.37), “los mundos online y offline se conectan entre sí de maneras complejas. El espacio en que ocurren las interacciones virtuales se produce socialmente y, a la vez, se nutre de una tecnología cuya base es también social” (Baym, 1998. Citado por Hine, 2004, P.53).

“Los eventos presenciales se logran representar en Internet con sentido, y las manifestaciones en la Red se traducen al mundo físico, por ejemplo, a través de los medios de comunicación” (Hine, 2004, p.143).

Ahora, como lo explica Hine (2004), el paso crucial de las observaciones es la interpretación de las características de las interacciones para encontrar su función en el sentido social, para lo cual la entrevista a profundidad a los expertos en reputación permitirá entender cómo las formas de uso, halladas en la observación, pueden afectar la reputación de EPM.

La etnografía virtual usada para esta investigación se resume en la selección de un acontecimiento de la vida real, reflejado en Internet a través de acciones activistas y las manifestaciones de esas acciones en el mundo offline (medios masivos de comunicación). Los pasos para aplicar la etnografía virtual a la investigación se determinan con base en el ejemplo suscitado por Hine (2004):

- Elección de caso de estudio: uso de Internet por parte de Ríos Vivos Antioquia. Se elige este movimiento activista por ser el actor social legítimo que actúa en defensa del territorio y la población impactada por la construcción de la Hidroeléctrica Ituango. La comunicación que este grupo genera en Internet contiene una serie de mensajes que podrían trascender el espacio virtual y causar efectos reales como el impacto negativo a la reputación de EPM, empresa responsable de la construcción y operación de la Hidroeléctrica Ituango.
- Selección del espacio virtual: se elige para la observación etnográfica los tres espacios virtuales usados por Ríos Vivos en su comunicación: blog, Facebook y Twitter; con el propósito de identificar de forma integral el uso social y el sentido que le dan a Internet y el impacto que los mensajes publicados pueden causar.
- Registro etnográfico: se crea un cuadro que permite registrar las notas de campo: registro de fotos, videos, publicaciones escritas, las impresiones que la observación suscitó, las características de las interacciones en el sitio, la descripción de las relaciones en los sitios (cómo dialogan), la descripción del espacio (sobre qué aspectos quieren llamar la atención); también se crea un cuadro de registro para las noticias publicadas en radio,

prensa y televisión, que permiten observar el tipo de narrativas que se están produciendo, dónde y quién las propone y el impacto en la reputación.

Al igual que Hine (2004) la documentación de la impresión que dejan en el investigador los grupos de discusión, es importante para esta investigación, porque es la forma de argumentar la autenticidad en Internet: las afirmaciones constan de pruebas, se nota que las personas que interactúan son cercanas al territorio, habitantes de la zona, se apoyan en conocimientos científicos, qué recursos utilizan. Solo si una publicación es auténtica puede trascender a la realidad y ser legítima para los líderes de opinión, los cuales son cruciales para la gestión de la reputación.

Así mismo, como lo fue para la observación etnográfica para Hine (2004), la experiencia mediática off-line en esta investigación es una base legítima de opinión, descripción y producción de relatos, que para este caso podrían ser capaces de impactar la reputación.

- Interpretación de los datos: a través de las entrevistas a profundidad se pretende obtener el contexto para interpretar los hallazgos en el uso de Internet por parte de Ríos Vivos, e identificar si los hechos que denuncia Ríos Vivos en los medios digitales y su alcance podrían llegar a influir la percepción de los ciudadanos hacia EPM.

6.2.2. Relato de la Etnografía Virtual

El primer paso, antes de ingresar al mundo virtual, fue la entrevista a la líder de Ríos Vivos Antioquia Isabel Cristina Zuleta, con el propósito de tener el contexto del Movimiento y darle sentido a las observaciones que posteriormente se harían en el blog, el perfil en Facebook y la cuenta en Twitter.

La entrevista a Isabel Zuleta se dividió en tres categorías: sobre el Movimiento, el Movimiento en Internet y el concepto de ciberactivismo para el Movimiento.

El contacto a la líder no fue fácil. Este era uno de los riesgos, pues el investigador es funcionario de EPM y se podría ver cuestionada la objetividad del estudio. No fue posible contactarla por el celular, así que se procedió a enviarle diferentes mensajes a través del blog, Facebook y Twitter en el que se le hizo llegar una carta explicando el objetivo de la investigación. Finalmente se recibió respuesta a través de Twitter y se procedió a hacer la entrevista.

Con este contexto el paso siguiente fue realizar la observación de los espacios virtuales de Ríos Vivos, se creó un cuadro para registrar la descripción de cada publicación y los hallazgos relacionados con: la descripción del fenómeno social como funcional, desde el discurso, el uso de Internet como objeto cultural y la descripción de la relación de Ríos Vivos a través de Internet con sus usuarios.

Luego se realizó la observación y el registro de las publicaciones en radio, prensa y televisión local, nacional e internacional en los medios masivos que rastrea la herramienta informática Prensanet (no se tuvieron en cuenta medios alternativos) relacionadas con Ríos Vivos en los tres momentos seleccionados para el estudio. También se diseñó un cuadro para el registro de las noticias, en los que se describía el tipo de noticia, la fuente, el tipo de medio, resumen de la noticia y tipo de mención a EPM.

Finalmente se realizó la entrevista a los expertos en reputación con el propósito de conocer el funcionamiento de la gestión de la reputación y los aspectos del entorno que la pueden impactar. La información obtenida en estas entrevistas, en relación con los hallazgos en las observaciones, permite identificar si las acciones activistas de Ríos Vivos Antioquia en Internet podrían tener efectos reales sobre la reputación de EPM. Los expertos que se entrevistaron fueron: José Luis Vahos

Haber combinado la observación on-line con la off-line y las entrevistas a profundidad para tener el contexto de la investigación, es la manera sugerida por Hine (2004) para realizar una buena etnografía virtual, pues como lo explica “lograr que un sitio Web realmente tenga sentido como acción social, depende de un conjunto de interpretaciones acerca de lo que es la

tecnología, la audiencia y la relación entre el espacio y el tiempo” (p.183); por lo cual, no se debe aislar el espacio virtual de la realidad, del espacio y el tiempo en el cual fue creado y de las situaciones que le dan el contexto; finalmente, todo lo que se ve en Internet es el reflejo de lo que sucede en la realidad y el impacto de la comunicación en Internet producto de la inmediatez, la interactividad, la posibilidad de participación, la gratuidad, la rapidez de difundir la información y la capacidad de llegar a amplias audiencias, se verán reflejadas en la realidad.

6.2.3. Entrevista en profundidad

Como lo indica la teoría de la entrevista en profundidad, esta técnica se basa en el juego conversacional, un diálogo preparado, diseñado y organizado. Por lo cual, las tres entrevistas se realizaron cara a cara para propiciar la conversación.

El tema y el diseño de las preguntas fue hecho por el investigador, mientras que el entrevistado pudo desarrollar durante el tiempo de la entrevista toda la información necesaria para los objetivos de la investigación como: “elementos cognoscitivos (información sobre vivencias y experiencias), creencias (predisposiciones y orientaciones) y deseos (motivaciones y expectativas)” (Universidad de Alicante, http://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/la_entrevista_en_profundidad.html). Por la información que se puede obtener en la entrevista en profundidad es que esta es usada con fines orientados a los objetivos de una investigación social, como es el caso de este trabajo de investigación.

El tipo de entrevista en profundidad usada para los cuatro casos es estructurada: “discurso no continuo que sigue el orden de las preguntas planteadas, preparadas de antemano, con un orden determinado. Este tipo de entrevista permite rapidez en la recogida de la información y se debe tener previamente un alto nivel de información” (Universidad de Alicante). El conocimiento previo del investigador fue obtenido en la realización del marco referencial y en su experiencia profesional como funcionario de EPM.

La entrevista en profundidad estructurada realizada a la líder de Ríos Vivos Antioquia Isabel Cristina Zuleta, se dividió en tres categorías: preguntas sobre el Movimiento, que tienen el

objetivo de obtener la información sobre los antecedentes de Ríos Vivos, su forma de actuación, conformación del movimiento y lugares donde actúa; preguntas sobre el Movimiento e Internet, enfocadas a conocer cómo conciben Internet y con qué fines lo usan; y preguntas sobre el ciberactivismo, orientadas a identificar qué entiende el Movimiento por ciberactivismo.

A continuación se detallan las preguntas:

Sobre el Movimiento:

- ¿Cuáles son los antecedentes del Movimiento Ríos Vivos en el mundo y cuál es el origen en Colombia?
- ¿En qué consiste la filosofía del Movimiento Ríos Vivos en Colombia y cómo define la forma de actuación?
- ¿Cuántas personas hacen parte del Movimiento y cuántos seguidores aproximadamente tienen en Colombia?
- ¿En qué lugares de Colombia actúa el Movimiento y cuáles son las causas que apoya?

El Movimiento e Internet:

- ¿Qué significa para ustedes el uso de Internet?
- ¿Cómo conciben la audiencia a la cual quieren llegar a través de Internet? ¿Tienen en cuenta sus capacidades tecnológicas, su localización social?
- ¿Cómo contabilizan la audiencia?
- ¿Han identificado la localidad de las audiencias con las que interactúan?
- ¿Buscan algún tipo de relacionamiento con otras páginas web? ¿Cómo lo hacen o lo logran?
- ¿Cuál ha sido la experiencia con el diseño de páginas web de los responsables de la construcción del material digital del movimiento?

El ciberactivismo para el Movimiento:

- ¿Cómo entienden y asumen el ciberactivismo?

- ¿Cuál es el caso de ciberactivismo más exitoso que han tenido y por qué?
- ¿Qué acciones ciberactivistas tienen en contra de la Hidroeléctrica Ituango? ¿En qué consisten y qué efectos esperan de cada una?
- ¿Cuáles han sido los resultados positivos que han obtenido de las acciones ciberactivistas en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango?
- Los momentos: inicio de la construcción de la hidroeléctrica, asesinato del líder Nelson Giraldo Posada y la desviación del Río Cauca, ¿impactaron la estrategia diseñada o implicaron replantear la forma de comunicación en Internet?
- ¿La falta de apoyo de los medios masivos de comunicación puede impactar la estrategia de comunicación en Internet?

Antes de realizar la entrevista, se explicó al entrevistado el objetivo de cada una de las categorías. Isabel Zuleta estuvo de acuerdo en responder las preguntas excepto las relacionadas directamente con la estrategia ciberactivista como: ¿Cuál es el caso de ciberactivismo más exitoso que han tenido y por qué?, ¿Qué acciones ciberactivistas tienen en contra de la Hidroeléctrica Ituango? ¿En qué consisten y qué efectos esperan de cada una? Y ¿Cuáles han sido los resultados positivos que han obtenido de las acciones ciberactivistas en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango?

La conversación permitió además realizar otras preguntas como:

¿Qué es eso del post-conflicto para Ríos Vivos? Y ¿Buscan apoyos específicos de medios masivos?

La entrevista en profundidad estructurada realizada a los tres expertos en reputación pretendía en primer lugar tener un contexto general de qué es la reputación en Internet, luego se trató de identificar qué cosas suceden en internet que indiquen que la reputación de una empresa se está viendo afectada, cuáles podrían ser los efectos de una estrategia ciberactivista y por último como una empresa puede gestionar su reputación en Internet.

A continuación se detallan las preguntas:

- ¿Qué es la reputación on-line? ¿Cuál es la diferencia con la reputación off-line?
- ¿Qué señales se detectan en Internet que le indiquen a la empresa que su reputación está siendo afectada?
- Una estrategia ciberactivista podría afectar la reputación de una empresa? ¿Qué hechos o impactos se evidenciarían?
- ¿Qué información o contenidos se deben generar en Internet por parte de la empresa para mejorar su credibilidad? ¿Qué características debe tener ese contenido?
- ¿Cuáles son los nuevos influenciadores en Internet? ¿Cuáles es su poder y una empresa cómo podría contrarrestarlo en caso de que esté afectando la reputación?

6.2.4. Registro de la observación etnográfica

Para el registro de la observación realizada en el estudio etnográfico, se crearon unos cuadros que permitieron registrar las notas de campo de la observación a los espacios virtuales de Ríos Vivos y al seguimiento de las publicaciones en radio, prensa y televisión relacionadas con Ríos Vivos en los tres momentos seleccionados para la realización de la investigación.

Los cuadros diseñados para las observaciones de los espacios virtuales pretenden registrar la descripción de las relaciones, actividades y significaciones que se forjan en los espacios virtuales creados por el movimiento Ríos Vivos en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango.

El objetivo es identificar el modo en que el conflicto adquiere una función social determinada (¿qué se hace? ¿Por qué se hace? Y ¿en qué términos se hace?), a partir del estudio de la interacción que se genera en los espacios virtuales del movimiento, el uso de Internet por parte de Ríos Vivos y la descripción analítica de sus productos digitales.

Aunque el primer período seleccionado para la investigación fue el año 2008, pues según el sitio web oficial de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango, se registra como hito público que marca el inicio de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango la resolución 317 del 26 de agosto de 2008 del Ministerio de Minas y Energía, mediante la cual se declara de utilidad pública e interés social los terrenos necesarios para la construcción y operación del

Proyecto; luego, la resolución 0155 del 30 de enero de 2009, otorga la licencia ambiental (EPM, Datos del proyecto).

La observación del perfil de Facebook y la cuenta en Twitter se debió realizar en otros períodos porque el Movimiento Ríos Vivos abre su perfil en Facebook en el año 2011 (pero en el perfil está registrado el 1 de marzo de 2012 como la fecha de unión a Facebook). Su primera publicación realizada en marzo 2012, es una fotografía del cañón del Río Cauca, con el propósito de visibilizar el territorio que se verá impactado por la construcción de la Hidroeléctrica Ituango.

Por el motivo anterior, se hace seguimiento a los contenidos de Facebook, relacionados con la construcción de la Hidroeléctrica Ituango, publicados entre marzo y agosto de 2012.

La cuenta en Twitter la crean en el año 2012. Su primera publicación es una denuncia en contra de EPM por su ausencia frente a solicitudes de diálogos con la comunidad.

Por el motivo anterior, se hace seguimiento a los contenidos de su cuenta de Twitter, relacionados con la construcción de la Hidroeléctrica Ituango, publicados entre septiembre del año 2012 y marzo del año 2013.

El blog lo abren en noviembre del año 2010, por lo cual se hace seguimiento a las 14 publicaciones realizadas en ese año.

La observación para los espacios virtuales en el momento del inicio de la construcción, tuvo como propósito la identificación de los términos en los que inicia a tomar forma el conflicto en la comunicación de Internet de Ríos Vivos.

El segundo periodo seleccionado es el asesinato del líder del movimiento Ríos Vivos Nelson Giraldo Posada. Los meses en los que se hizo la observación fueron septiembre y octubre del año 2013.

Nelson Giraldo Posada, defensor de los derechos humanos, líder campesino del movimiento Ríos Vivos, esposo y padre de dos hijos, fue asesinado el 17 de septiembre del año 2013.

El tercer periodo seleccionado fue la desviación del Río Cauca. Los meses en los que se hizo la observación fueron enero y febrero del año 2014.

Uno de los hechos más importantes en la construcción de la Hidroeléctrica Ituango fue la desviación del Río Cauca; una operación que tuvo por objetivo conducir las aguas del Río Cauca por dos túneles con el propósito de secar un tramo del lecho del río para adelantar la construcción de la presa o el muro de contención. El tramo seco tiene una longitud aproximada de 1 kilómetro. El río permanecerá desviado durante 4 años. Luego de la construcción de las obras, se cierran los túneles para permitir el llenado del embalse.

El desvío se llevó a cabo el 17 de febrero de 2014.

A continuación se detallan los cuadros usados para el registro de las observaciones:

Descripción de la publicación						
Tipo de publicación (foto, foto-noticia, documento, noticia, audio, video)	Autor	Idea principal de la publicación (sobre qué quiere llamar la atención)	Ideas secundarias de la publicación	Tipo (cómica, Discusión, aceptación, debate, denuncia, movilización, conversación) formato (like, comentario, compartir) y cantidad de interactividad	Ha sido asociada a una Web externa	Vínculo (referencia)

Durante la observación, se identificó que la categoría: ha sido asociada a una Web externa, no es posible identificarlo en los espacios virtuales seleccionados.

Para el análisis de la observación, se crearon los siguientes cuadros que permiten registrar las apreciaciones del investigador:

Descripción del fenómeno social como funcional (en el sentido social)			
Desde el discurso: modo en que el conflicto adquiere una función social determinada.			
Internet como cultura. Hay influencia en la identidad social ¿cómo se percibe?	Internet como cultura. ¿Se percibe algún tipo de formación social? Describalo	Internet como cultura. ¿Cómo se percibe el comportamiento de las personas? Describalo	¿La producción del sitio está cargada de significación social? ¿En qué se identifica?
Descripción del uso de Internet cómo objeto cultural (exploración de los discursos que le dan forma a la herramienta)			
¿Cómo se usa la herramienta?		¿El uso de la herramienta responde al objetivo del movimiento (Ver entrevista)?	
Descripción del sitio			
¿Se identifica algún objetivo específico en la forma en la que está diseñado el sitio?		El uso de colores, fotografías, títulos, disposición del contenido, descripción del	

		sitio ¿busca algún tipo de respuesta emocional?	
Descripción de la relación de Ríos Vivos con sus usuarios			
Responden los comentarios	Actualizan el sitio (en qué tiempo)	¿Dialogan?	¿Se identifican estrategias para acercar al público?

El registro del seguimiento a las noticias publicadas en radio, prensa y televisión, a través de la herramienta Prensanet, realizadas en los tres periodos seleccionados para la investigación, se realizó en el siguiente cuadro:

Tipo	Fuente	Tipo de medio	Descripción	Mención a EPM negativa, positiva, neutra

6.2.5. Análisis de la información

El diseño de los resultados se realizó con base en la triangulación de la información hallada durante la investigación, a la luz de la resolución de las preguntas de la investigación y la conceptualización hecha en el marco referencial.

Los detalles de la observación a los espacios virtuales y el contexto obtenido en las entrevistas se compararon con el propósito de identificar los posibles efectos de la comunicación de Ríos vivos en Internet en la reputación de EPM.

La comparación realizada pretende obtener conclusiones en las siguientes tres categorías:

- Creación y funcionamiento de las acciones activistas en Internet del Movimiento Ríos Vivos.
- Impactos negativos que podrían causar las acciones activistas en Internet del Movimiento Ríos Vivos en la reputación de EPM
- Posibles impactos en la reputación de EPM causadas por la réplica de las acciones de Ríos Vivos en los medios de comunicación radio, prensa y televisión.

7. RESULTADOS

Se realizaron cuatro entrevistas en profundidad. Una a Isabel Cristina Zuleta, Líder del Movimiento Ríos Vivos Antioquia; a José Luis Vahos docente de la Facultad de Comunicación Social de la UPB e investigador de la gestión reputacional de la comunicación corporativa on-line; a Beatriz Muñoz, profesional de Estudio Uno y experta en marca digital; y a Luis Fernando Marulanda Maya, profesional en mercadeo de EPM, responsable del monitoreo y la gestión de la reputación on-line en la organización.

Se recogieron los datos que describen la forma de comunicación de Ríos Vivos Antioquia y su manera de interacción con los públicos en el blog, el perfil en Facebook y la cuenta en Twitter en los tres momentos específicos.

Se recopilaron las noticias con mención a Ríos Vivos publicadas en radio, prensa y televisión de medios locales, nacionales e internacionales en los tres momentos históricos estudiados.

El resultado es el análisis de la triangulación de la información recogida. Las entrevistas a profundidad como contexto que ayudó a interpretar los datos encontrados en la Web y en los medios masivos de comunicación.

7.1. Creación y funcionamiento de las acciones activistas en Internet de Ríos Vivos Antioquia

Con el propósito de identificar el impacto real que la comunicación activista en Internet puede causar, en este caso se analizará el efecto en la reputación de la empresa que se denuncia, primero hay que conocer en detalle la manera en la que se crea y la forma cómo funciona la comunicación del grupo activista en Internet.

La apropiación de Internet por Ríos Vivos Antioquia, da el conocimiento del punto de partida para analizar los aspectos de la reputación que pueden impactar sus mensajes y el riesgo real. Siguiendo a Hine (2004. p.47) se realizó una observación para ver la apropiación desde el punto de vista objeto cultural, que permite ver su trascendencia como medio para identificar la forma que adquiere socialmente de acuerdo al uso y al contexto, a sus rasgos, las

condiciones de su uso y además explica cómo se ha asentado el uso de Internet hacia el logro de las metas de Ríos Vivos Antioquia o cómo ha encarnado los intereses del Movimiento. Y desde el punto de vista apropiación como cultura, que plantea una observación en los discursos y las interacciones, se puede identificar los signos sociales que se trasladan de la realidad a la virtualidad, cómo influye la identidad social, cómo las personas se desenvuelven en procesos grupales y qué tipo de formación social se crea (Hine. 2004. p.30)

La observación sugerida por Hine (2004) se realizó a la luz de unos tiempos específicos, teniendo en cuenta el sentido que el Movimiento le da a Internet (esto se logró gracias a la entrevista a Isabel Zuleta), la percepción de los usuarios sobre los mensajes en los espacios virtuales y la forma cómo el Movimiento se comunica con los participantes.

7.1.1. El sentido de los mensajes de Ríos Vivos Antioquia

Desde los años 60 empiezan a aparecer en el mundo movilizaciones ambientalistas en contra de la construcción de las hidroeléctricas. Nacen organizaciones internacionales como International Rivers en Estados Unidos y se empieza a estudiar el impacto que las represas causan al medio ambiente y a la población, “en este momento esa oposición ha avanzado no solo para que no se construyan si no para que se desmantelen, y Estados Unidos es precisamente el piloto del mundo donde prefieren dejar los ríos libres.” Argumenta Isabel Zuleta.

En el año 2000 la Comisión Mundial de Represas (CMR, 2000, p.22) realiza una convocatoria en la que se reúnen 68 instituciones de 36 países, entre grupos de personas afectadas por represas de Senegal, Venezuela, Brasil, Pakistán y Filipinas; agencias bilaterales y agencias de garantía de créditos para la exportación de Alemania, Noruega, Japón, Suiza, Suecia y EEUU; agencias gubernamentales de EEUU, Lesoto, China, Méjico, Sri Lanka y la India; asociaciones internacionales, agencias multilaterales, organizaciones no gubernamentales, compañías del sector privado, institutos de investigación, autoridades de cuencas fluviales, compañías de electricidad (Electrobras de Brasil, Hydro-Quebec de Canadá, Nepal Electricity Authority de Nepal, Mini Hidro División de Filipinas y Electricité

de France de Francia), para debatir sobre las políticas que deberían asumir los gobiernos frente a la protección del agua y los ríos teniendo en cuenta que menos del 2.5% del agua en el planeta es dulce, menos del 33% de esa agua dulce fluye, menos del 1.7% del agua que fluye discurre por cauces y que la mitad de los ríos del mundo están represados (CMR, 2000)

La Comisión Mundial de Represas (CRM) nació de un taller pequeño pero significativo patrocinado por la UICN y el Banco Mundial, que se realizó en Gland, Suiza, en abril de 1997. Representantes de diversos intereses se reunieron para analizar los aspectos sumamente controversiales asociados con las grandes represas. Para sorpresa de los participantes, las arraigadas diferencias en cuanto a los beneficios de las grandes represas para el desarrollo no impidieron que se produjera consenso. Este incluyó la propuesta de una Comisión Mundial de Represas. (CMR, 2000, p.9)

Fue en ese momento histórico que en Colombia se toma la decisión de crear una organización en defensa de los ríos “digamos que el gran experimento, en el que ese ideal de que todos se pueden juntar y que todos podemos hacer las cosas bien, fue esa comisión mundial de represas del año 2000 y es ahí donde se conforma en Colombia la Red de Afectados por Represas.” Explica Isabel Zuleta

Ríos Vivos nace entonces para defender los derechos de los afectados, “los derechos de las comunidades que habitan los territorios y en superar esa asimetría que genera el poder que tienen las empresas que llegan, a partir de la organización social. Dentro de esos derechos, se destaca el derecho a un ambiente sano.” Dice Isabel Zuleta.

Explica Isabel Zuleta que sus acciones se llevan a cabo teniendo en cuenta la no violencia “Nos sentimos un movimiento pacifista porque si queremos frenarla y acabarla, no podemos generar violencia, reproducirla, sino implementar acciones que demuestren que hay otra manera de hacer las cosas, otra manera que no reproduzca actos de violencia y despojo”.

Los mensajes y las acciones que implementan pretenden denunciar los impactos que la construcción de las represas genera en el corto y en el largo plazo “para nosotros hay unos picos en la construcción de represas, definitivamente consideramos que uno de los momentos más críticos no solo es el proceso en el que inicia la obra, que es muy abrupto con

la naturaleza, que es muy fuerte con la gente porque hay desalojos, hay desplazamientos; para nosotros los impactos a largo plazo, que es la visión que tenemos de los impactos ambientales, los que se dan en el periodo posterior a la construcción, nos ha mostrado en todas las presas, que es muy fuerte aguas abajo.” Comenta Isabel Zuleta.

Su objetivo se centra en cambiar una realidad social, que no solo se refiere a hechos que se evidencian en el ambiente sino que también tiene que ver con el pensamiento y los imaginarios de las personas “para nosotros es el activismo real, la posibilidad de transformar, de sentirnos mejores con nosotros mismos a pesar de la situación. La realidad social no solo se transforma en el afuera sino en el adentro, en el sentir, en el saber de dónde se viene. Hoy las personas del movimiento Ríos Vivos Antioquia saben que pertenecen a un cañón del Cauca y eso ha transformado su realidad social, así la obra continúe (...) entonces eso es lo que consideramos activismo, la posibilidad de que haya esperanza, de que se reconozca esa realidad y sobre todo que la reconozcamos nosotros mismos, que es lo que ha querido desaparecer la colonización, lo que ha querido hacer el capitalismo.” apunta Isabel Zuleta.

7.1.2. Ríos Vivos Antioquia y el ciberactivismo

Ríos Vivos no se puede considerar un movimiento puramente ciberactivista porque no nacieron en Internet y las estrategias que implementan para transformar la realidad, no tienen en cuenta el uso de la Web como factor determinante para lograr sus objetivos. Explica Isabel Zuleta que sobre el tema han discutido en reuniones del Movimiento: “qué tanto tiempo se le gasta a eso y se deja de hacer una marcha, una protesta, una acción concreta, eso se ha discutido y lo que hemos dicho con toda claridad es que nuestro tiempo no puede estar ahí, no vamos a dedicar la mayor parte del tiempo a eso, porque no creemos que allí esté la transformación social.” Desde un punto de vista personal, Isabel Zuleta explica que un movimiento ciberactivista nace por dos motivos “uno, porque hay un control social tan fuerte que no es posible crear una propuesta activista, como sucede en el Medio Oriente; o dos, porque es lo suficientemente cobarde como para no hacerlo de otra manera y se oculta detrás de un perfil, que generalmente no es propio y no es capaz de mostrar la cara de sus ideas”, concluye “nuestra acción es con la gente, hay que estar es en terreno, más que en un espacio virtual”.

Sin embargo, que Ríos Vivos haga uso de Internet lo convierte en un movimiento que integra el ciberactivismo a su actuación, según Ugarte (2005) el ciberactivismo es “toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del «boca a boca» multiplicado por los medios de comunicación y la publicación electrónica personal” (p.85). Ríos Vivos acoge Internet y crea su blog, su perfil en Facebook y su cuenta en Twitter, inserta su posición y su ideología en el proceso discursivo, lo cual es posible gracias a las redes sociales virtuales porque permiten que los ciudadanos se independicen de las agendas de las empresas mediáticas y reúnan sus voces en redes virtuales que responden a la demanda del grupo (Delmonte, 2012, p.15).

Explica Isabel Zuleta que la participación del Movimiento en Internet responde a una necesidad de registro de la memoria histórica “Internet no es un espacio de interacción social para el movimiento porque los procesos sociales son más de base y difícilmente interactuamos por allí. Es un espacio de comunicación, sobre todo con los procesos latinoamericanos y de otros continentes para la memoria (...) tampoco es nuestra forma de comunicación interna.”

El uso de las redes sociales virtuales, en relación al registro de la memoria que hace Ríos Vivos, funciona en el sentido de que otros puedan ver lo que sucede en el territorio, es la forma de reunir procesos relacionados con su protesta que ya han pasado, con los actuales y los que están por empezar, de manera que “ los procesos actuales y los procesos futuros vean lo que le ocurrió a una población hace muchos años con su mismo caso, que tengan un referente, un video; y podamos hacer un aprendizaje basado en la historia para que no se repita. Es más como un referente para la lucha, que nosotros podamos decir *consulta el Blog que eso te puede servir para tu situación.*” Comenta Isabel Zuleta. Un ejemplo del uso de Internet en ese sentido es el registro de lo que sucedió con la desviación del Río Cauca, explica Isabel Zuleta: “los argumentos que usamos para decir hoy que la desviación del río Cauca causó mortandad de peces, aunque no nos hayan permitido ver la desviación y aún cuando la estrategia de comunicación de EPM fue desmentir una verdad como esas, se basan en que en otras partes del mundo ha pasado lo mismo. No ha habido un solo río en el mundo

que se desvíe que no cause mortandad de peces. Eso lo sabemos porque otros lo han referenciado. Es el uso del argumento y la certeza más que una conexión vacía entre una red y otra o entre un blog y otro (...) es un asunto de la construcción colectiva de los argumentos por los cuales nos oponemos a una política, a un proyecto o a un modelo.”

Algunos de los procesos y proyectos que impactan los ríos que registran en sus espacios virtuales son: el Chicayán, Urrá, Salvajina, Hidrosogamoso, el Quimbo, Hidroituango, Piedra del Sol, Pinchote, Espíritu Santo, Sumapaz, hidroeléctrica la Miel de Caldas, entre otros.

En ese sentido actúan como un movimiento ciberactivista en tanto usan Internet para “difundir un discurso y poner a disposición pública herramientas que devuelvan a las personas el poder y la visibilidad que hoy monopolizan las instituciones” (Ugarte. 2005).

En la observación realizada a sus espacios virtuales se encontró que el uso de las redes sociales si responde a su objetivo de registro de memoria. Lo cual muestra la apropiación de Internet como objeto cultural, es decir, el contexto, la intención y el discurso bajo el cual actúa Ríos Vivos si se observa en el uso que le dan a las herramientas virtuales.

En Facebook hacen visible las denuncias a través de la muestra del territorio y la población afectada. Hacen uso de los álbumes de fotos y enlaces a videos en YouTube; también registran las acciones de protesta off-line. Aunque no es frecuente si se enlazan con otras organizaciones ambientales vinculándose a publicaciones de otros movimientos, y realizan convocatorias a eventos.

En Twitter registran el reporte de lo que va sucediendo en eventos off-line como las audiencias públicas o las marchas, es una forma de dejar documentado el “minuto a minuto” de los hechos de la realidad.

En el blog publican actas, informes y denuncias con exigencias al Gobierno y a EPM. Se convierte en un archivo histórico público que reúne los documentos que resultan de las reuniones de la población convocadas por Ríos Vivos y otras organizaciones sociales como los mineros. Que están en contra de la construcción de la hidroeléctrica Ituango.

En la observación de los espacios virtuales desde el punto de vista como cultura (observación de los discursos y las interacciones), se encuentra en Facebook influencia de la identidad

social sobre todo en la publicación de los videos que responden a testimonios de la población en donde se resalta su cultura, su forma de vivir en el territorio y la denuncia de los impactos que la construcción de la hidroeléctrica les están causando. En los periodos de tiempo observados se encontró la publicación de un poema escrito por un habitante.

Aunque el énfasis del blog es la publicación de actas y comunicados, si se observa influencia de la identidad social en la publicación de mensajes creados por la comunidad como poemas y cartas.

En Twitter no se observa la influencia de la identidad social. No hay publicaciones realizadas por los habitantes del territorio y no se nota la existencia de un lenguaje particular, como si sucede en algunas de las publicaciones de Facebook y el blog.

En cuanto a la significación social de las publicaciones, se observa en el tono de los mensajes una gran carga de emoción que se contrasta con la evidencia recogida y publicada en las fotografías y los videos.

“Eso es lo que intentamos hacer, tratar de comunicar ese sentir para que las personas vean por lo menos en un documento, en un video, en una nota que salió por cualquier lado, lo que se dijo sobre nuestro dolor, la persona que lloró cuando vio la desviación del río; alguien supo que alguien estaba llorando, que no era un acto de alegría como todos los medios estaban diciendo.” Indica Isabel Zuleta.

En ese momento que la publicación adquiere significación social, el registro de memoria, que es el énfasis del uso de Internet por parte de Ríos vivos, trasciende un poco y empieza a adquirir una función social como la elaboración del duelo, que según explica Isabel Zuleta, no es posible hacerlo en la realidad por las condiciones de orden público que hay en el territorio, por ejemplo es muy difícil asistir al velorio de un líder asesinado porque es posible que estén en el mismo lugar los autores del crimen. Explica Isabel Zuleta: “yo creo que con el asesinato de Nelson y con la desviación del Rio nosotros tuvimos, más que un ejercicio de memoria, la necesidad de expresar un sentir, y en eso si se usó más el Internet (...) se hizo un video sobre Nelson, entonces la gente accede a él, y empieza ese proceso de elaboración del duelo, así sea en una parte pequeñita pero por lo menos ahí está, se ha iniciado. Ese video no es para que todo el mundo sepa lo terrible que es que maten a un líder social, sino porque

hace parte de la necesidad interna de todos los que convivimos con él, en un espacio como la Universidad, de los que supimos como era su sentir con el río, hace parte de ese proceso de la elaboración del duelo y por eso quisimos dejarlo allí”.

En el uso de colores, fotografías, enunciados, títulos y disposición del contenido en las redes sociales, se puede identificar la búsqueda de una respuesta emocional. Hacen uso de videos y fotografías en los que los protagonistas son los campesinos y sus familias; también, hay varias fotografías que muestran la riqueza ambiental del territorio e invitan a la reflexión del impacto de su destrucción, apunta Isabel Zuleta: “la imagen dice con claridad y con respeto, además con respeto sobre las comunidades. Los que están ahí dicen la realidad. Lo que pretendemos al comunicar es no tergiversar la realidad, y hacemos un énfasis muy fuerte en que se conozca lo que está pasando, como está pasando, como se está viviendo, como se está sintiendo; si esa imagen, video, plantilla, la manera, los colores, dicen esa realidad concreta con el menor nivel de abstracción posible, está muy bien”

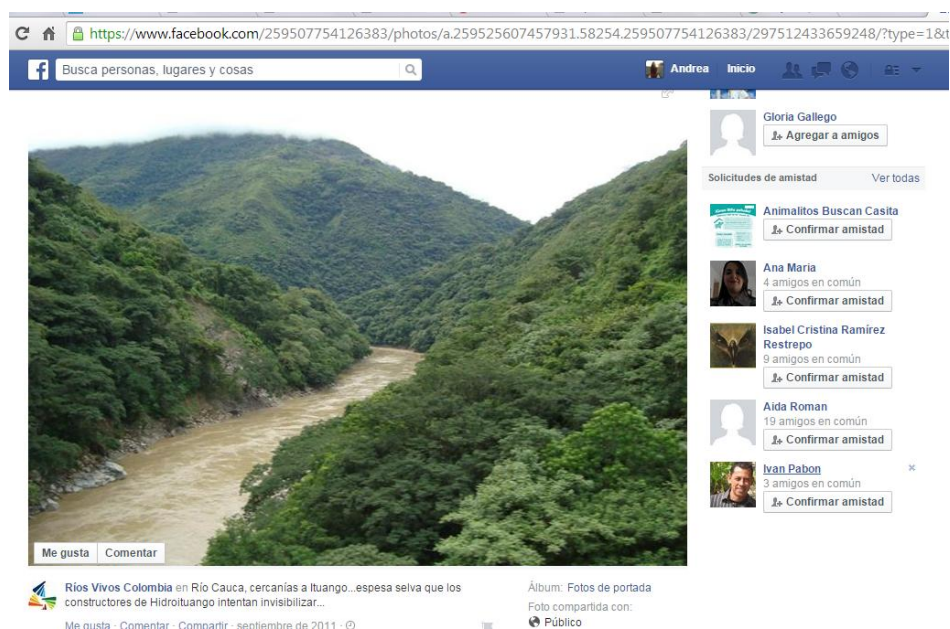


Ilustración 1. Facebook Ríos Vivos Colombia. Recuperado el 15 de marzo de 2015 de <https://www.facebook.com/259507754126383/photos/a.259525607457931.58254.259507754126383/297512433659248/?type=1&theater>

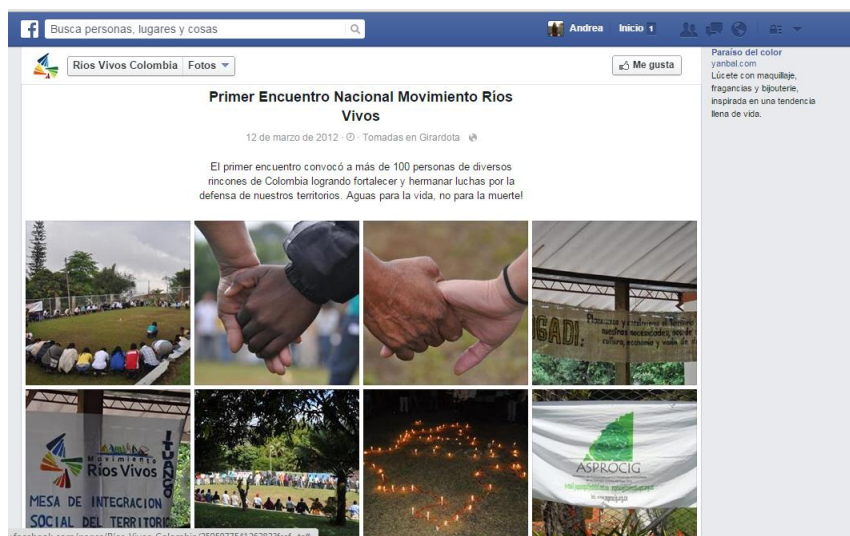


Ilustración 2. Facebook Ríos Vivos Colombia. Recuperado el 15 de marzo de 2015 de

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.269932926417199.60493.259507754126383&type>

=1

Por otra parte, no se nota en Facebook, en Twitter y en el blog algún tipo de formación social o presencia de una comunidad virtual, pues no hay participación directa de las personas del territorio (los poemas o cartas de habitantes son publicadas por Ríos Vivos no por sus autores), tampoco hay interacciones sostenidas en el tiempo, de hecho en su blog no existe ningún tipo de interacción, y tampoco se ve la participación directa de otros movimientos ambientales. Esa falta de creación de una red social virtual o una comunidad virtual, tampoco es un factor determinante para Ríos Vivos Antioquia, al respecto explica Isabel Zuleta “las redes en Internet pueden ser un abstracto. Nosotros no creamos una comunicación con una red en abstracto. Yo hago parte de la red social porque conozco el proceso y he vivido allá”.

Sobre la falta de conexión con otros movimientos ambientales a través de Internet apunta: “no pretendemos movilizar a los ambientalistas del mundo, no tenemos un objetivo como que los ambientalistas del mundo los convocamos por medio del Internet, no es nuestro interés. Sin embargo, efectivamente muchos que escriben tesis de doctorados, de maestría, se van conectando y van encontrando información allí, pero es más por lo que vamos comunicando en Internet que no tiene una intencionalidad de que llegue a ellos y que eso se produzca” explica Isabel Zuleta.

Sin embargo, considera importante que otros sitios Web los referencien, pues es la “muestra de que el ejercicio de revisión de la historia que nosotros estamos proponiendo se está haciendo” dice Isabel Zuleta.

La observación descrita muestra que el contenido del mensaje de Ríos Vivos Antioquia en Internet es ciberactivista a pesar de que la intención que busca el Movimiento sea distinta como lo señala anteriormente Isabel Zuleta, eso sucede porque como explica Rincón (2007) se enfoca en las necesidades ciudadanas de la cultura propia, las cuales se hacen visibles a partir de su propia estética y voz. El tono y el lenguaje en el que se habla son comunes a los miembros de la comunidad a la cual se dirigen. La narración que fluye en la Red tiene que ver con sus historias, mensajes que vienen de la vida real de los afectados (p.6).

El hecho de que Ríos Vivos Antioquia haga uso de Internet para difundir su mensaje ya representa un riesgo a la estabilidad de la reputación de EPM. Explica José Luis Vahos “cuando aparecen los grupos activistas en Internet, cambia un poco (en relación al poco impacto de la comunicación ciudadana en Internet) porque se supone que son grupos organizados que tienen un asunto argumentado, pensado y van formando comunidad alrededor de un tema”.

Recordemos que el mismo Ugarte, (2005) equipara el ciberactivismo con el concepto de multitudes inteligentes de Rheingold o inteligencia colectiva de Levy. Es un colectivo cohesionado porque se identifican unos a otros, se ven reflejados los unos en los otros, encuentran reconocimiento y todos tienen la misma oportunidad de participación, y todo con argumentos.

Para pasar del riesgo a un impacto real hay que recorrer una gran distancia y tener en cuenta otros elementos, depende de muchos factores, explica Vahos “Los grupos activistas pueden visibilizar un tema negativo de una empresa en las redes sociales, pero no logran afectar la reputación de una empresa porque no la impactan sistemáticamente. Salvo que la presión se vuelva demasiado masiva que comprometa los valores de la organización y lleve a la corporación a replantearse.”

7.2. Impactos negativos que podrían causar las acciones activistas en Internet de Ríos Vivos en la reputación de EPM

El capítulo anterior explica que el hecho de que un grupo activista haga uso del ciberactivismo representa un riesgo para la reputación de la empresa que atacan; pues ponen en el ambiente social su ideología lo que crea un confronto discursivo entre la posición institucional con la de los ciudadanos.

A continuación se detalla en qué consiste el riesgo que Ríos Vivos Antioquia causa a la reputación de EPM y qué impactos reales se pueden evidenciar actualmente.

Este análisis de los datos recogidos en la etnografía virtual se hizo a la luz de las interpretaciones, motivaciones y experiencias de quienes participan en el uso de Internet, lo cual se obtuvo con la entrevista a profundidad a la líder de Ríos Vivos Antioquia; adicional con la interpretación de las observaciones que se obtiene con base en las respuestas de los expertos en reputación. También se tiene en cuenta la impresión que dejó en el investigador las publicaciones y la interacción de los usuarios, en la que se registró si las afirmaciones constan de pruebas, si se nota que las personas que interactúan son cercanas al territorio, habitantes de la zona, si Ríos vivos se apoya en conocimientos científicos y qué recursos utilizan.

La gestión de la reputación en Internet implica tener en cuenta nuevos elementos que no aparecen en la comunicación ciudadana en el mundo real como: la capacidad de permanencia en el tiempo de los mensajes, la velocidad de transmisión del mensaje y del alcance a un público más amplio. La facilidad de encontrar la información que es posible gracias a los motores de búsqueda, por lo cual es más difícil ocultar la información. Los actores sociales con independencia de los medios masivos empiezan a ser más influyentes gracias a Internet. Y la información falsa es desmontada fácilmente porque siempre habrá alguien con criterio y credibilidad que la refutará fácilmente.

Apunta Beatriz Muñoz: “en lo digital, el riesgo a la reputación trasciende los medios masivos y las celebridades, porque aparecen los nuevos líderes de opinión que tienen una audiencia más amplia, y el público final, que empieza a ser parte de una microcomunidades y que

representan una masa interesante.” Es así que las características de Internet y de conexión social de la Web 2.0 son nuevos elementos que potencian el riesgo a la reputación.

Teniendo en cuenta lo anterior, la aparición de Ríos Vivos Antioquia en Internet, la difusión de sus mensajes y el uso que aplican de *registro de memoria*, podrían afectar la reputación de EPM porque:

- Realizan un trabajo de documentación histórica que muestra los impactos de las hidroeléctricas antes, durante y después de su construcción; lo que da a los ciudadanos argumentos para entrar a cuestionar la actuación de EPM. Referencian sentencias de la corte en contra de otros procesos que han violado los derechos humanos, publican denuncias por falta de compensación a la población afectada, entre otros.

- Registran el resentimiento social que han dejado en la población otros procesos de construcción de hidroeléctricas y que podría estar causando la construcción de la Hidroeléctrica Ituango, lo cual publican en sus medios digitales. En los videos y en las actas de los movimientos sociales se evidencia la inconformidad de la comunidad con asuntos concretos como la llegada de la fuerza pública y el aumento de situaciones de orden público que ponen en riesgo a la población, la imposibilidad de haber hecho el duelo de Nelson Giraldo y de la desviación del río Cauca. El resentimiento social, es un asunto delicado porque como lo explica Isabel Zuleta permanece en la sociedad “uno no puede creer que hoy está haciendo un buen negocio porque no le paga a la gente lo que le corresponde por su metro cuadrado de tierra o por la yuca. Se está creando un resentimiento social que se acumula de generación en generación. Ese es el gran problema que ha tenido Colombia, que no sabe perdonar, que no sabe cómo es ese nudo de la venganza; eso pasa también con las represas, con todo fenómeno de agresión, cuando te agreden entonces tú como respuesta vas a actuar.”

- Tienen una cadena de correos electrónicos a través de la cual hacen llegar sus denuncias a los entes responsables de atenderlas; y hacen públicas en sus redes sociales virtuales esas denuncias. Apunta Isabel Zuleta: “tenemos un grupo de correos, pero no es por las redes

sociales, es un grupo de correos que si es un público específico de denuncia y que se hace por medio de Internet, pero es institucional, llegamos a todos los grupos de derechos humanos, los grupos de defensores, los correos institucionales de la atención del pueblo, del programa de los derechos humanos”.

- El contacto con organismos internacionales de derechos humanos y líderes de opinión representa un riesgo alto porque su apoyo aumenta el poder de las denuncias, esto se evidencia en publicaciones realizadas en el blog como: publicación de carta enviada por el senador Jorge Enrique Robledo en la que manifiesta su apoyo y pide respeto a la protección de las condiciones de vida de las poblaciones (octubre 2010). Publicación de carta construida con el apoyo de International Rivers en la que se solicita al Presidente de la República la suspensión de los proyectos de El Quimbo, Hidrosogamoso e Hidroituango. Otras publicaciones realizadas en el Facebook como: denuncias de la Corporación Jurídica Libertad, uno de sus ejemplos es la denuncia por el rechazo de protección a Nelson Giraldo ante las amenazas (18 septiembre 2013), publicación de la organización CEAR-Euskadi de Bilbao en la que denuncia el asesinato de Nelson (19 septiembre 2013), en ese mismo sentido la denuncia realizada por Yaku Trento de Italia (24 septiembre de 2013). Publicación de la Red LAR por la falta de garantías que dieron al retorno de los refugiados en la UdeA (24 octubre 2013) , esto evidencia como los hechos que ocurren en el campo offline se visibilizan y potencializan cuando se difunden en los medios digitales.

- Las publicaciones periódicas en las redes sociales virtuales representan un riesgo permanente. En los periodos que se realizó la observación (que equivalen a 10 meses) se encontró que en Facebook de 129 publicaciones hechas, 53 están relacionadas directamente con el proyecto Hidroituango, 35 se refieren a otros proyectos hidroeléctricos y 41 tienen que ver con otros temas ambientales. En Twitter de 120 publicaciones, 68 están relacionadas directamente con el proyecto Hidroituango, 18 con otros proyectos hidroeléctricos y 34 con otros temas ambientales. Las 27 publicaciones del blog están relacionadas con el proyecto Hidroituango.

Sin embargo, la impresión de la observación es que las publicaciones relacionadas con el proyecto no son tan periódicas como para causar un impacto a la reputación, de hecho llama la atención en Twitter, que durante los 17 días antes del asesinato de Nelson Giraldo no se hayan registrado publicaciones y después del 17 de septiembre (fecha en la que fue asesinado Nelson) hasta el 31 de octubre solo se registran 2 publicaciones.

Otro punto a tener en cuenta es que en las primeras publicaciones en Twitter no se hace uso de las etiquetas o de las interacciones con otros perfiles (el @xxxx), por lo cual las menciones se pierden en el ciberespacio y las acusaciones no logran afectar el perfil en Twitter de EPM. Al cabo de un tiempo, si empiezan a hacer uso de las etiquetas.

- El uso de Twitter como mecanismo de denuncia ante las autoridades competentes, deja un registro que permanece en el tiempo y respalda situaciones negativas que en un futuro se consideren como responsabilidad de EPM. Al respecto apunta Isabel Zuleta que la lectura de una denuncia a través de Twitter se garantiza más que el envío de un correo electrónico “nosotros nos concentramos para que llegue la denuncia y quede el antecedente de lo que está sucediendo, más que querer convencer al otro por medio de la red misma, buscamos que la defensoría reciba la denuncia, quede en su sitio oficial (...) no solo se radica la denuncia sino que queda allí (Twitter). El ejercicio de denuncia como antecedente para nosotros es fundamental para la memoria, puede que ahora no pase nada, pero dentro de 20 años cuando aparezcan todos los impactos que causa la construcción de una hidroeléctrica, nosotros vamos a poder decir, así se lo dijimos, esto fue lo que denunciamos en estas fechas y va quedando el registro de la denuncia”

7.2.1. La viralidad, factor clave en el impacto del ciberactivismo

A pesar de los riesgos identificados, actualmente la comunicación de Ríos Vivos no ha logrado impactar de forma negativa la reputación de EPM. En el año 2014 EPM ocupó el quinto puesto en el ranking de las 100 empresas mejor reputadas en Colombia, así lo estableció el Monitor Empresarial Merco.

Esto sucede porque el impacto real que podría causar el ciberactivismo depende de la viralidad de la información, apunta José Luis Vahos “algo que podría afectar la reputación, podría ser el nivel de viralidad en la que se transmiten los comentarios negativos en relación a un tema o un proyecto, lo cual le da un poder al emisor hasta llegar a convertirlo en líder de opinión.” Además, la reputación comprende la percepción de todos los grupos de interés de la empresa como los clientes, los inversionistas, los empleados, entre otros, por lo cual la viralidad podría permear todos los públicos.

En las redes sociales virtuales de Ríos Vivos Antioquia la viralidad de la información y la interacción es mínima. En el Facebook y el blog, Ríos Vivos no responde a los comentarios. Aunque las publicaciones son periódicas no dialogan con sus públicos, tampoco se identifican estrategias de acercamiento al público.

El comportamiento de los seguidores en Facebook es de espectador, no hay creación de contenido por parte de los usuarios. Las publicaciones relacionadas con Hidroituango reciben muy pocos comentarios, la mayoría no tiene o no pasan de 2 comentarios. El máximo de veces que una publicación fue compartida en Facebook fue 11 y los Like oscilan entre 1 y 10. En Twitter, Ríos Vivos no responde los comentarios de los usuarios, los retweet son escasos, y en el blog no hay comentarios a las publicaciones.

La falta de Like en Facebook o de Favorito en Twitter muestra que no se alcanza a dar lo que Hurtado (2013) define como “clickactivismo” una nueva forma de activismo social, sobre todo en los jóvenes.

Aunque las redes sociales facilitan la participación de las audiencias en situaciones de solidaridad y asociacionismo off-line, no se observa que en el Facebook, el Twitter y el blog de Ríos Vivos Antioquia esto suceda.

Lo anterior limita la consolidación de una comunidad que logre causar una presión real a EPM.

Explica Beatriz Muñoz que la efectividad de la comunicación de un grupo activista en Internet depende del conocimiento y la habilidad que tenga el Movimiento de usar Internet, “muchas veces las opiniones y las ideas se quedan en un mismo círculo, en un grupo cerrado por lo cual la aceptación no es alta. Si esas ideas salen del grupo cerrado y se empiezan a difundir entre diferentes microcomunidades que no tienen lazos en común, si se amplía la comunicación a diferentes plataformas de la Web 2.0, actúan activamente, crean interacciones y trascienden a los medios masivos de comunicación, realmente podrían causar impactos”

Sin embargo se identifica una alerta con los videos en YouTube. Los antecedentes de los videos activistas en Internet han demostrado una gran capacidad de influenciar la agenda pública y generar conciencia social, el empleo de obras audiovisuales para la transformación social fueron efectivas para los movimientos Video Activist Collective en Toronto y el grupo ciberactivista Indymedia. Y en el caso de Ríos Vivos Antioquia se observa un mayor impacto de los videos.

Uno de los videos que menciona el impacto negativo de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango en los niños (<http://www.youtube.com/watch?v=f5F3alLdCl8>) tiene **2.494** visualizaciones en YouTube, 9 likes y 5 comentarios. Otro video sobre el retorno de los campesinos que estaban albergados en la UdeA (<http://www.youtube.com/watch?v=vJtE-N7BDck>) registra **92** visualizaciones en YouTube. El tráiler “Rastros del despojo” que reúne testimonios de los campesinos desplazados por la construcción de la Hidroeléctrica (<https://www.youtube.com/watch?v=dA5ct9LTEqU>) registra **3.382** visualizaciones en Internet y 48 Likes. El video “Vidas represadas” en homenaje a Nelson Giraldo (<https://www.youtube.com/watch?v=ZhQkgNqL0KA>) tiene **2.397** visualizaciones en YouTube y 5 Likes. El video sobre la mortandad de peces en el río Sogamoso (<https://www.youtube.com/watch?v=fXQ80H5PBFE>) registra **33.654** visualizaciones.

Según la medición de ComScore, publicada por Colombia Digital en diciembre de 2013, sobre la visualización de videos en YouTube “Colombia es el segundo país en consumo de videos de América Latina, después de Brasil y antes de Chile”. El país tiene una audiencia en

YouTube de 10.8 millones de usuarios y en promedio cada colombiano ve 150 videos en YouTube en el mes (ComScore, 2013); por lo cual, la posibilidad de que el material se viralice es más alto.

En relación al riesgo que puede ocasionar el voz a voz, hay varios puntos de vista. Beatriz Muñoz considera que el voz a voz, que en digital se evidencia en el número de veces en el que se comparte una información o los Like, no es un indicador de que se pueda estar afectando la reputación, porque no se logra ver y saber qué piensan las personas, la opinión argumentada. “Muchas veces las personas comparten y ven, pero pueden tener una idea contraria a la del mensaje original”.

Luis Fernando Marulanda por su parte, con base en la teoría de “los 6 saltos”, explica que el hecho de que una información negativa este en Internet y sea compartida o vista, se debe gestionar y representa un riesgo; porque con el tiempo se puede materializar la afectación. “Aunque uno solo ve el primer grado, uno no sabe cuántas veces los que recibieron la información del que le dio Like la ha compartido y a su vez los otros cuantas veces lo han compartido, y se forma el efecto de bola de nieve” apunta Luis Fernando.

7.2.2. El impacto real en la reputación

Según José Luis Vahos es difícil que el ciberactivismo hecho por Ríos Vivos Antioquia logre causar un daño a la reputación de EPM “la documentación de un tema negativo, por ejemplo lo que hace Ríos Vivos con la construcción de la Hidroeléctrica Ituango en Internet, podría afectar uno de los indicadores de reputación de la empresa, pero no alcanza a afectar la reputación completa. Se podría dar es un impacto parcial”.

En ese sentido, llegado el caso de que los mensajes de Ríos Vivos alcancen una viralidad alta y una asociación importante, sobretodo de organismos internacionales con gran respaldo en el mundo, podrían afectar los factores: Responsabilidad Social y Responsabilidad Ambiental.

EPM cuenta con 8 factores de reputación: calidad de productos y servicios, responsabilidad social, comunicación, transparencia y ética empresarial, responsabilidad ambiental, gestión corporativa, innovación y liderazgo.

Los atributos que se podrían ver cuestionados por la comunicación de Ríos Vivos Antioquia son:

En Responsabilidad Social:

- Diseña e implementa mecanismos para que los usuarios hagan uso eficiente de los servicios que ofrece.
- Es una empresa que se preocupa por los derechos humanos .
- Genera empleo con buenas condiciones laborales.
- Invierte recursos para que más personas tengan acceso a sus servicios.
- Parte de sus utilidades se invierten en programas para el beneficio de las comunidades
- Se preocupa por el bienestar de las personas con las que se relaciona como empleados, comunidades, proveedores y clientes.

En Responsabilidad Ambiental:

- Se asegura de manejar adecuadamente el impacto ambiental de sus acciones
- Se preocupa por el planeta y el medio ambiente

Lo anterior señala que Ríos Vivos Antioquia, con el uso que actualmente hace de los medios digitales, no podría impactar sistemáticamente la reputación online de EPM. Para identificar un impacto en la reputación, tendría que complementarse la investigación con las acciones activistas offline y un estudio de la percepción de todos los grupos de interés de la empresa.

7.3.Posibles impactos en la reputación de EPM causadas por la réplica de las acciones de Ríos Vivos en los medios de comunicación radio, prensa y televisión

Uno de los indicadores que muestra el impacto negativo que está causando la comunicación de Ríos Vivos Antioquia en EPM es la réplica que sus mensajes tienen en los medios de comunicación masivos radio, prensa y televisión. Es una de las formas en la que las

manifestaciones en la Red se traducen al mundo físico (Hine.2004.p.143). A esto le llamamos Reputación Mediática, según Capriotti (2011) “Los medios masivos pueden jugar un papel importante en la creación y evolución de la reputación de un sujeto (empresa, institución, marca, persona o tema), es decir, pueden influir en el grado de notoriedad y valoración que alcanza dicho sujeto en los públicos” (p.2).

Por otro lado, la observación a la réplica de los mensajes de Ríos Vivos en los medios masivos permiten identificar la aceptación y la identificación que las empresas mediáticas tienen con el Movimiento, que en el caso de que sea alto podría significar un riesgo alto a la reputación de EPM, lo cual afectaría otro tipo de factores de su reputación como la comunicación.

En relación a la visibilidad que un grupo activista adquiere en medios masivos, explica José Luis Vahos: “los líderes de opinión son muy importantes porque son los que movilizan la masa. En la medida en que los grupos activistas se vuelvan muy visibles en medios de comunicación con alta credibilidad y alcance, o en otras organizaciones internacionales, podría alcanzar un nivel legítimo igual al de EPM. Lo que hay que monitorear muy bien es mirar que eco tiene esta organización en los medios.”

Así mismo, como lo fue para la observación etnográfica para Hine (2004), la experiencia mediática off-line en este estudio es una base legítima de opinión, descripción y producción de relatos, que para este caso podrían ser capaces de impactar la reputación.

Explica José Luis Vahos que “las señales que se ven en Internet que indican que algo está pasando, que puede llegar a afectar la reputación de una empresa, es la cantidad de grupos de presión que están hablando y en qué espacios de la red eso tiene eco (local, nacional, internacional), además que cobertura mediática tienen (reputación mediática, qué se dice con argumentos en los medios masivos de una corporación).”

Para identificar la cantidad de réplicas de mensajes de Ríos Vivos Antioquia en los medios masivos se usó la herramienta Prensanet. En la aplicación se usó la palabra clave **Ríos Vivos**, se limitó la búsqueda por fecha, los tipos de medios en los que se rastrearon las noticias fueron: electrónico, radio, prensa, televisión y revistas. El cubrimiento se hizo local, regional, nacional e internacional.

El resultado fue el siguiente:

- En relación al periodo de inicio de la construcción de la Hidroeléctrica en Facebook, se rastrearon las publicaciones en medios entre marzo y agosto 2012. En ese periodo de tiempo se identifican en Facebook tres hechos claves: la movilización en la Plaza de la Luz en contra de la construcción de la Hidroeléctrica Ituango (marzo 2012), la movilización de los campesinos de Briceño y la audiencia pública hecha a EPM (ambos en agosto 2012).

En seis meses, solo se publicaron 2 réplicas en radio local. Ambas fueron entrevistas a voceros de Ríos Vivos Antioquia. En una de las entrevistas se hace mención a la movilización en la Plaza de la Luz, la alusión al Proyecto y a EPM es negativa.

- En relación al periodo de inicio de la construcción de la Hidroeléctrica en Twitter, se rastrearon las publicaciones en medios entre septiembre 2012 y marzo 2013. En ese periodo de tiempo se identifican en Twitter dos hechos claves: denuncias de los afectados (septiembre 2012) y denuncia del abuso de la fuerza pública (marzo 2013).

En esos seis meses hay más réplicas en los medios masivos, se encuentran 11 en total, y todas responden a los hechos denunciados por Ríos Vivos en Internet: denuncias de abuso fuerza pública y de actores del conflicto armado. Denuncias como malas compensaciones de EPM a los afectados, acusan a Fajardo de detenciones arbitrarias y la judicialización abusiva de líderes. Reclamación de los derechos de los afectados.

De las 11 réplicas, 8 son negativas para la Hidroeléctrica Ituango y a EPM, dos son neutras y una no menciona la Hidroeléctrica (la que denuncia al gobernador).

- En relación al periodo de inicio de la construcción de la Hidroeléctrica en el blog, se rastrearon las publicaciones en medios entre noviembre y diciembre del año 2010. En ese periodo de tiempo se identifican en el blog tres hechos claves: la mesa de debate ciudadano y el encuentro de mineros (ambos en octubre 2012) y la carta del movimiento International Rivers en la que se solicita la suspensión de los proyectos hidroeléctricos en Colombia (15 de noviembre de 2012).

En esos dos meses solo se encontró una réplica en el mes de noviembre, pero no hace referencia a ninguno de los hechos publicados por Ríos Vivos en el blog. El tema de la noticia es la denuncia de un caso de soborno de un funcionario de EPM. La mención es negativa hacia el proyecto.

- En relación al periodo del asesinato del líder Nelson Giraldo en Facebook, Twitter y el blog, se rastrearon las publicaciones en medios entre septiembre y octubre del año 2013.

Solo se encuentran 9 réplicas, de las cuales solo 2 son negativas para el Proyecto, ambas tienen el testimonio de Isabel Zuleta. Las otras noticias son neutras y en tres se incluye el comunicado de EPM en el cual repudia el hecho y solicita, al igual que Ríos Vivos, la investigación del crimen.

- En relación al periodo de la desviación del Río Cauca en Facebook, Twitter y el blog, se rastrearon las publicaciones en medios entre enero y febrero del año 2014.

Solo se encuentra 1 réplica, la alusión al proyecto es neutra aunque tiene en cuenta el testimonio de Isabel Zuleta. Esta única réplica en la que el medio hace referencia a que la desviación es un hecho histórico pero polémico, no es comparable en impacto a las 50 noticias generadas en ese mismo periodo en la que se relaciona la desviación del río como un hecho histórico.

En general las réplicas en medios masivos que tiene Ríos Vivos son muy pocas y no son comparables con la capacidad de réplica que tiene EPM, como se puede ver en el periodo de la desviación del río Cauca. Al respecto apunta Isabel Zuleta: “Pues yo creo que cada medio masivo de comunicación tiene una posición y una postura político ideológica y con base en ella va a comunicar las ideas y las noticias. Los hechos noticiosos los transforma, transforma las realidades para comunicarlas en un sentido político ideológico. Nosotros lo leemos con ese carácter, sabemos el origen ideológico de los medios, por eso no nos interesa saber cómo

comunican todo lo que tiene que ver con el ambiente, porque el ambiente hoy es un hecho político y es un hecho económico (...) más nos preocupa como tergiversan”.

Teniendo en cuenta los atributos de la reputación mediática, detallados por Capriotti (2011), se podría inferir el poco efecto de las menciones en los medios masivos de Ríos Vivos porque:

- La baja cantidad de información, está relacionada con la visibilidad pública del mismo (notoriedad pública). Al no haber notoriedad, no podrían influir en la percepción de los grupos de interés de la empresa (Atributo 1, visibilidad mediática y notoriedad pública).
- Los atributos positivos que los medios masivos relacionan con EPM son mucho más que los negativos generados por Ríos Vivos; por lo cual, es más factible que los públicos asocien temas positivos a EPM (Atributo 2. Atributos mediáticos y atributos públicos del sujeto).
- Se puede inferir que la gestión de la reputación que ha hecho EPM con los medios ha propiciado que los medios hagan una valoración positiva de los temas de EPM, por lo cual no replican acusaciones o comentarios negativos (Atributo 3. Valoración mediática, evaluación del sujeto).

Lo que pasa con el caso de Ríos Vivos Antioquia y la construcción de la Hidroeléctrica Ituango, es similar a lo que encontró Dalmonte (2012) en el estudio del caso del grupo ciberactivista ¡Desocupa!, hechos que denunció el movimiento no se publicaron en la prensa, “es como si hablaran de realidades distintas” (p.27). Dalmonte concluye de su estudio comparativo entre la comunicación del ciberactivismo y el periodismo tradicional que el periodismo en la acción comunicativa, promueve la formación de consensos sociales, trata diferentes puntos de vista; y que, aunque en teoría se asocia al interés público, busca intereses de consumidores, de hecho en algunos casos puede representar intereses empresariales (Dalmonte, 2012).

Bajo esta realidad, Ríos Vivos Antioquia busca acercarse a comunicadores y periodistas de forma particular, explica Isabel Zuleta: “nosotros creemos que dentro de cada institución, por más que su postura ideológica y política sea una, hay personas sensibles, que tienen una visión del mundo distinta; y nos interesa más esas personas, los comunicadores con alguna sensibilidad. Entonces hay líneas que son posturas, por más que les revisen y les quiten un

montón de cosas, logran dejar algunas ideas interesantes en sus planteamientos (...) si creamos algunas sensibilidades y empatías, para nosotros es mucho más valioso, que si el Mundo pudo publicar o que si el Colombiano publicó”.

No se evidencia entonces un impacto en la reputación de EPM causado por la réplica de los mensajes de Ríos Vivos en los medios de comunicación masivos. Explica José Luis Vahos que “el eco del grupo Ríos Vivos en medios masivos no es tanta por la construcción de la relación que ha fortalecido EPM durante muchos años con los medios de comunicación. Este es un asunto de relaciones.”

Por otro lado, Isabel Zuleta explica que la falta de menciones tiene que ver con las malas condiciones laborales de los periodistas en Colombia, sobre lo anterior y la forma como manejan la relación con los periodistas explica: “Yo estoy convencida de que si este país fuera justo en las condiciones laborales de los comunicadores, los profesionales tendrían mucho más tiempo para profundizar en los temas, para no ser superficiales, lo que hace mucho daño a la sociedad. Podría haber un mayor compromiso con la transformación de la comunicación en sí misma y con la transformación de la sociedad. Nosotros hacemos un ejercicio muy amoroso, tratamos de hacerlo de manera muy cordial, respetando las diferencias ideológicas, pero nos interesa mucho que salgan esos pequeños escapes a la burbuja y a la imposición que les dan a los comunicadores y ha ocurrido, y para mí es una gran felicidad, que uno, dos o tres párrafos que tengo por ahí en medios que han logrado salir y colársele al sistema de dominación, entonces súper, yo con eso quedo feliz”.

También es importante tener en cuenta lo que explica Beatriz Muñoz sobre la réplica en medios de comunicación masivo: “El seguimiento al impacto real de una estrategia ciberactivista no debe limitarse a la réplica en medios de comunicación masivos, también se debe hacer seguimiento a los líderes de opinión. Hay que hacer un mapeo de actores y observarlos para saber si hay un impacto bajo o alto”.

7.4.Otros resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad

Sobre la gestión de la reputación cuando está en riesgo por la presión de un grupo legítimo que ha cogido mucha fuerza, José Luis Vahos recomienda: “ser transparentes. No se puede

ceder a las exigencias del grupo de presión, debe haber una concertación y llegar a acuerdos que se deben comunicar a la población. Los acuerdos no deben desviar los propósitos y los objetivos de la organización (el desarrollo de la organización).”

Si se considera abrir la puerta de la interlocución directa con el movimiento activista “hay que tener en cuenta que es un actor político con intereses, por lo cual hay que tener en cuenta que hay una intención de fondo, ¿cuál es?, intereses económicos, políticos, hay actores armados; lo cual es muy difícil de manejar.” explica Vahos (2014).

El monitoreo de los mensajes negativos que se producen en Internet sobre una empresa, es importante para la reputación porque los ciber-rumores pueden crear una crisis por las características de viralidad que ofrece la Web social. Es importante estar monitoreando la Red e ir deslegitimando lo que dicen los grupos de presión (Vahos, 2014).

Solo se considera que la reputación está en crisis cuando se ven amenazados los valores básicos de la organización y se ve en riesgo la existencia y la gestión de la empresa (Vahos, 2014).

Beatriz Muñoz también tiene una opinión muy similar sobre la gestión de la reputación en Internet. Explica que esto es un asunto que tiene que ver con la verdad y la solución real del problema: “La gestión de la reputación en Internet no es un asunto de estrategias de publicidad, porque estas no solucionan el problema de la vida real. En digital, se documenta mucho la realidad, sobretodo en temas de reputación, por lo cual la verdad y el uso de elementos de la realidad es lo ideal. El contenido tiene que partir de la base del problema. La información no debe ser para tapar el problema sino para solucionarlo. Cuando la respuesta se basa en la solución del problema real es mucho más aceptada. La gestión de la reputación se hace en Internet con acciones y hechos de verdad, debe haber correspondencia entre lo que se dice, se actúa y es la realidad.”

Luis Fernando Marulanda también hace mención a la transparencia como elemento fundamental de la gestión de la reputación: “Todos tenemos derecho a expresarnos, y hoy una de las formas es el uso de las redes sociales. Así como los activistas se expresan, la empresa también tiene derecho y en la era digital es un asunto de transparencia. Si el grupo activista habla con la verdad y la puede demostrar, va ganando eco; lo mismo pasa con la

empresa. Por eso para EPM la premisa es ser transparentes y claros con que se está dando a conocer en los medios sociales virtuales”

Adicional a la verdad y la transparencia, complementa Beatriz Muñoz, que la gestión de la reputación en Internet también tiene que ver con la participación ciudadana: “Parte de la estrategia también tiene que ver con la participación, generar soluciones colectivas a través de la interacción digital. Cuando uno involucra en la solución al que te critica se genera un sentido de pertenencia distinto por el problema que se está generando.”

8. CONCLUSIONES

- Que un grupo activista use Internet no lo categoriza como ciberactivista. El ciberactivismo conlleva una serie de mecanismos y de conocimientos de las plataformas virtuales que permitan que la información de un grupo de protesta se conviertan realmente en mensajes activistas para Internet que logren una movilización real. Explica Beatriz Muñoz: “depende de si el grupo activista se sabe mover o no en digital, porque muchas veces las opiniones se quedan en un mismo círculo, no salen de un grupo cerrado y la aceptación no es mucha. Si empiezan a repartirse, usar diferentes plataformas, ser activos, generar interacciones y trascender a los medios masivos, si se pueden hacer daño y crear impactos reales”.

- Aunque Ríos Vivos Antioquia no es considerado un grupo puramente ciberactivista, sí integra el ciberactivismo en cuanto incluye en la agenda pública su posición y sus ideas a través de los medios de comunicación on-line (Ugarte, 2005)

- En el estudio de caso de Ríos Vivos Antioquia, se identifica una forma de activismo en Internet muy distinta a la e-protesta que se ha documentado en la conceptualización del ciberactivismo, esta es el registro de la memoria histórica de las poblaciones afectadas. Hacer uso de Internet como archivo público de los documentos y sucesos de la realidad, le dan propiedades a la información particulares que no se tendrían en un archivo documental off-line. Ese tipo de documentación virtual, de denuncia, puede convertirse en un riesgo a la reputación por la posibilidad de permanencia en el tiempo y de recuperar la información que permite Internet.

- El objetivo de uso que Ríos Vivos Antioquia le da a Internet, como lo ha explicado Isabel Zuleta y se evidencia en la observación, se limita a la publicación documental y no completa una estrategia ciberactivista como tal: se encontró la publicación de actas, documentos, fotografías y videos que muestran los hechos que suceden en el territorio o las denuncias sobre situaciones específicas. No se hace uso de las posibilidades de la Web 2.0 como crear diálogo social y formar redes sociales que le permitan crear lazos y conseguir colaboración y apoyo a sus ideas.

- Se identifica en la comunicación on-line de Ríos Vivos el uso de Internet como objeto cultural, le dan un sentido propio y se apropian de la herramienta como archivo histórico. En menor medida se identifica su uso como cultura pues no se evidencia la formación de identidades, creación de comunidad y lazos e interacciones de los que participan en sus espacios virtuales.

- En el caso de Ríos Vivos Antioquia se identifica que los mensajes pueden trascender el objetivo básico de comunicar y transformarse en elementos que adquieren una función social específica, como la elaboración del duelo, que le permite a las poblaciones actuar y expresarse en situaciones en las que no pueden hacerlo en la realidad debido a las condiciones, riesgos y presiones que pueden afectarlos en el entorno real.

- Es fundamental para un grupo activista que hace uso de Internet, garantizar que toda publicación que haga sea auténtica para que pueda trascender a la realidad y tener efectos reales, esto es, como lo explica Hine (2004): que los mensajes consten de pruebas, que las personas que interactúan en los mensajes sean identificadas como cercanas a la realidad que se está denunciando, el soporte de conocimiento y argumentos científicos, el uso de recursos multimedia que evidencien la veracidad de la información. La publicación por si sola en Internet no es muestra de la autenticidad de la misma, por lo cual los líderes de opinión no la tendrán en cuenta. Lo anterior exige más trabajo, cuidado en la recolección de información e investigación que acompañe la documentación de un archivo de memoria en Internet de un grupo activista, además de que se debe cuidar el sostenimiento de la interacción con los públicos impactados que garanticen la autenticidad de la información.

- La falta de conexión con la comunidad y la interacción con la población del territorio, afecta el impacto que la estrategia de Ríos Vivos Antioquia puede tener con su comunicación en Internet. Para que una estrategia ciberactivista pueda tener algún impacto es necesario encontrar mecanismos que animen a la población afectada a tener una participación activa en política que trascienda al uso de Internet y acompañe los mensajes del grupo activista; de lo contrario, el efecto de una estrategia ciberactivista es mínimo. Recordemos: aunque España

es considerado el quinto país en el mundo que más usa las redes sociales, solo un 20% de los jóvenes las usa para animar y construir redes activistas. Por lo cual se cree que es importante investigar sobre la identificación de formas que permitan orientar a los jóvenes a participar en la política de forma activa (Hurtado, 2013, p.117), lo mismo sucede en este caso.

- La comunicación en Internet de un grupo activista debe estar ligada a una estrategia ciberactivista para que pueda tener un efecto real. El solo uso de redes sociales o de difusión de mensajes activistas en Internet no garantiza el impacto. “los grupos activistas pueden tener éxito con la comunicación si saben de qué tratan y usan bien las capas digitales, conocen las especificaciones de cada plataforma, saben cómo contactar los líderes o grupos de opinión” Beatriz Muñoz.

- La ausencia de los e-ciudadanos en las redes sociales, afectan notablemente los intereses de la comunicación activista. A pesar de las posibilidades de la Web 2.0, son muy pocos los usuarios que interactúan, colaboran, participan, transforman, desarrollan algún tipo de cultura y forman redes sociales virtuales; lo que hace más difícil que la comunicación activista en Internet tenga algún efecto real en comparación a las acciones activistas en la realidad.

- La falta de credibilidad de la población en los movimientos ambientales en Colombia afecta la legitimidad de grupos activistas como Ríos Vivos Antioquia, lo que se ve reflejado en la falta de apoyo que los usuarios de Internet le dan en sus redes sociales.

- Es fundamental para un grupo activista que hace uso de Internet fortalecer lazos con grupos internacionales que los referencien y se vinculen a sus espacios virtuales, para poder garantizar un impacto real de la comunicación y obtener influenciadores y legitimadores que den soporte a sus comentarios en redes.

- Si se entiende la reputación como la opinión con argumentos que los públicos tienen de una empresa (Vahos, 2014), la comunicación de un grupo activista en Internet siempre traerá riesgos de impacto a la reputación pues estos grupos se caracterizan por crear mensajes con evidencia.

- El solo hecho de que exista un grupo activista que hace uso de Internet, le exige a la empresa que está siendo denunciada hacer un monitoreo permanente de la comunicación en Internet para controlar los riesgos y actuar preventivamente, evitando que un mensaje se convierta masivo y llegue a afectar sistemáticamente la reputación. Como se explicó en la conceptualización de la reputación, la gestión debe realizarse tanto en la comunicación como en todos los procesos internos de la empresa, pues la reputación hace referencia a asuntos de la realidad y se debe revisar si los temas denunciados por el grupo activistas realmente pueden estar sucediendo. Explica Luis Fernando Marulanda que en Internet se aplica la teoría de “los 6 grados”. El hecho de que una información esté publicada en Internet pasa por 6 altos para alcanzar su objetivo “esto quiere decir que si una información negativa se empieza a compartir se convierte en un riesgo a la reputación que hay que gestionar”

- La viralidad es el indicador más evidente bajo el cual se puede medir el impacto real de una estrategia ciberactivista. En el caso de Ríos Vivos Antioquia se identifica una baja viralidad de sus publicaciones y al mismo tiempo una réplica mínima en los medios masivos de comunicación y ningún impacto en los indicadores de reputación de EPM.

9. RECOMENDACIONES

- Con el propósito de realizar una conceptualización general sobre el impacto de una estrategia ciberactivista se sugiere realizar una investigación que compile los estudios de caso que se han realizado sobre grupos activistas en Internet, de forma que se puedan identificar variables, similitudes, escenarios e impactos de los que cuales se puedan obtener conclusiones generales y aplicables al concepto del ciberactivismo en general.

- Se recomienda complementar esta investigación con el análisis de la comunicación de EPM en Internet en relación a la construcción del Proyecto Hidroeléctrica Ituango, con el fin de conocer como gestionan los mensajes y si de alguna forma su estrategia logra disminuir el impacto de la comunicación de Ríos Vivos Antioquia y en qué aspectos específicos la afecta.

- Como lo sugiere Beatriz Muñoz, para evaluar si el impacto de una estrategia ciberactivista es real en la reputación de una empresa, no solo se debe hacer seguimiento a la réplica en medios masivos de comunicación, sino que hay que realizar un mapeo de actores, en los que se incluye líderes de opinión y organismos internacionales; se debe hacer un seguimiento a estos también y a la opinión de los otros grupos de interés.

10. BIBLIOGRAFÍA

Arcila, C. (2006). El ciudadano digital. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, vol 093. p.18-21

Arriagada, E. (2004). Caracterización del movimiento ambiental chileno, entre los años 1960 y 1998. Extraído el 30 de agosto de 2013 desde <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2004/ffa775c/doc/ffa775c.pdf>

Brisset, D. (2011). Los medios digitales de comunicación experiencias de activismo audiovisual. Recuperado el 01 de febrero de 2014 de http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/DetalleArticulo_88TELOS_PE_RSPECT_1/seccion=1271&idioma=es_ES&id=2011072908520001&activo=6.do

Capriotti, P. (2011) Fundamentos de la reputación mediática. Extraído el 15 de marzo de 2015 desde <http://www.bidireccional.net/Blog/WhitepaperRMEsp.pdf>

Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza.

Cerezo, J; Alonso, J; Polo, F; Martínez, D; Llanea, P; Fresno, M; Rodriguez, D; Furnero, A; Congosto, J. (2011) Identidad digital y reputación online. Extraído el 30 de agosto del año 2013 desde <http://www.evocaimagen.com/cuadernos.html>

Cerezo, J; Calderón, C; Congosto, L; Moro, E; Fernández, M; Gutierrez, A; Rubio, R; Ureña, D; García, M; Yuste, B. (2011). Comunicación política 2.0. Extraído el 30 de agosto del año 2013 desde <http://www.evocaimagen.com/cuadernos.html>

Cobo, C; Pardo, H. (2007) Planeta Web 2.0. Extraído el 31 de agosto del año 2013 desde <http://www.planetaweb2.net/>

Colombia Digital. ComeScore (2013) Cada colombiano ve 150 videos en YouTube al mes. Recuperado el 3 de diciembre de 2014 desde <http://colombiadigital.net/actualidad/noticias/item/6227-cada-colombiano-ve-150-videos-en-youtube-al-mes.html>

Congreso de los Pueblos. (2012). Movimiento Ríos Vivos. Recuperado el 4 de febrero de 2014 desde <http://congresodelospueblos.org/index.php/pueblo-en-lucha/ultimas-noticias/49-ultimas-noticias/177-movimiento-rios-vivos>

Costa, C. & Piñeiro, T. (2012). Activismo social en la Web 2.0. El movimiento 15M. Vivat Academia. N° 117E p.324 – p.336. Recuperado el 1 de febrero de 2014 <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/vivataca/numeros/n117E/PDFs/Varios7.pdf>

Cremades, J. (2007). Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital. España: Espasa. Recuperado el 2 de febrero de 2014 desde http://www.elcultural.es/version_papel/LETRAS/21049/Micropoder_La_fuerza_del_ciudadano_en_la_era_digital

Dalmonte, E. (2012). Discurso y movilización social en el contexto de las tecnologías interactivas: la aparición de múltiples esferas argumentativas. *Comunicación, medios y consumo*, Vol. (N.9) p.13 – p.32

De Rivera, J. (2011) ¿Revolución Facebook?. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, Vol. 8. Recuperado el 31 de enero de 2014 desde: <http://www.teknokultura.net/index.php/tk/article/view/25/26>

Fernández, J. (2012) Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida. Extraído el 09 de agosto de 2013 desde <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1490/1499>

Ferreras, E. (2011) Redes sociales y cambio social: el movimiento 15-M y su evolución en Twitter. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, N°. 89, 2011, p. 61- p.73. Recuperado el 01 de febrero de 2014 de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3809329>

Fombrun, Ch. y Low, J. (2011) Value of reputation. *Communication World* (November – December) , 18-22

Fundación Innovación Bankinter. (2012). Tecnologías Sociales. El poder de las conversaciones en red. Extraído el 30 de agosto de 2013 desde <http://www.fundacionbankinter.org/es/publications/social-technologies>

Fumero, A; Roca, G. (2007). Web 2.0. Extraído el 30 de agosto del año 2013 desde http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp

García, M; Hurtado, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. ZER, Vol. (N.18) p.111- p.125

Gómez, R. (2013). Tierra y silicio: activismo indígena y repertorios tecnológicos en comunidades Nasa y Mapuche. Revista Internacional *Magisterio: Educación y Pedagogía*, Vol. (N.60) p. 38 – p.42

Grupo de Memoria Histórica. (2012). San Carlos, Memorias del éxodo en la guerra. Recuperado el 29 de agosto del año 2013 desde <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/index.php/informes-gmh/informes-2011/san-carlos>

Hermosilla, K. 2013. Ciberactivistas medioambientales se toman Internet. Recuperado el 2 de febrero de 2014 desde <http://www.veoverde.com/2013/04/ciberactivistas-medioambientales-se-toman-internet/>

Hine, Christine (2004). Etnografía Virtual (Traducido por Hormazábal, Cristian P.). Barcelona: UOC (Universidad Oberta de Cataluña). (Original publicado en 2000.)

López, G; Blaco, S; Capón, J; Campillo, F; Franco, G; Soler, M; García, B; Larrondo, A; Ruiz, J; Llorca, G; ;artínez, L; Marelo, J; Mestre, R; Sánchez, M; Tricas, F. (2005). EL ECOSISTEMA DIGITAL: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. Extraído el 30 de agosto del año 2013 desde <http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/ecosistema-digital.pdf>

López, Y & Palacio, H. (2004). Papel de las organizaciones sociales en la gestión ambiental municipal. Recuprado el 28 de agosto del año 2013 desde <http://tesis.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/68/1/PapelOrganizacionesSocialesGestionAmbienta.pdf>

Loreto, V. (2004). **¿Movimientos sociales en la Red? Los hacktivistas**. Extraído el 30 de agosto del año 2013 desde <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512615>

Lozano, A. (2005). La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Comunicación n.3, 319-322

Movimiento Mundial por los bosques tropicales (2003). Represas La lucha contra los modernos dinosaurios. P.10

Nada, H. (2011). Testimonio: ciberactivismo y medio ambiente. El caso de Greenpeace Argentina. Recuperado el 1 de febrero del 2014 desde <http://library.fes.de/pdf-files/nuso/nuso-235.pdf>

Nafría, I. (2007). Web 2,0 El usuario es el nuevo rey de Internet. (4ª Ed.). Barcelona: Gestión 2000.

Observatorio de redes Sociales de TrenDigital, (2013). Primer informe sobre activismo medioambiental 2.0. Recuperado el 27 de agosto de 2013 desde http://trendigital.cl/?page_id=1960

Pato, C & Tamayo, A; (2006). Valores, creencias ambientales y comportamiento ecológico de activismo. Recuperado el 31 de agosto del año 2013 desde http://mach.webs.ull.es/PDFS/Vol7_1/Vol7_1_d.pdf

Proantioquia. (2011). Hidroituango y Autopistas de la Montaña. Artículo de Revista Semana. Recuperado el 29 de agosto del año 2013 desde <http://proantioquia.org.co/web/index.php/publicaciones/documentos>

Rheingold, H. (2002). Multitudes inteligentes la próxima revolución social. Barcelona: Gedisa.

Rincón, O; Saffon, P; Cadavid, A; Villegas, A; Ramírez, N; Martínez, M; Andrade, M; Tunubalá, J; García, M; González, A; Uprimny, R; Rodríguez, C; El'Gazi, J. (2007). Ya no es posible el silencio. Extraído el 30 de agosto del año 2013 desde <http://www.fesmedia-latin-america.org/inicio/publicaciones/ya-no-es-posible-el-silencio>

Suazo, S; Martínez, J; Elgueta, A; Álvaro, P. (2011). Redes sociales como herramientas de ciberactivismo: el caso de los grupos de Facebook en Chile y el Gran Concepción. *Ecos de la comunicación* (Issue 4) p. 123 – p.159

Universidad de Alicante. La entrevista en profundidad. Recuperado el 30 octubre del año 2014 desde http://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/la_entrevista_en_profundidad.html

Ugarte, D. (2005). **El poder de las redes**. Extraído el 30 de agosto de 2013 desde <http://lasindias.org/el-poder-de-las-redes/>

Villafañe, J. (2005). La reputación corporativa como expresión de una nueva racionalidad empresarial. Extraído el 14 de marzo de 2015 desde <http://s3.amazonaws.com/lcp/comunicacion-estrategica/myfiles/Justo%20Villafane.pdf>

ANEXOS:

Cuadro observación herramientas digitales Ríos Vivos Antioquia

Cuadro observación a medios de comunicación masiva radio, prensa y televisión

Transcripción de las 4 entrevistas a profundidad