



Cómo pueden utilizarse Internet y el celular para movilizar al público

Internet y el celular pueden utilizarse para crear conciencia y movilizar a la gente en apoyo a la incidencia. Por ejemplo, por parte de personas:

- (a) directamente afectadas por un tema de incidencia;
- (b) a quienes les preocupa la gente afectada;
- (c) que tienen el poder o la responsabilidad de lograr cambios en el tema; y
- (d) que podrían ser indiferentes o desconocer el tema.

¿Necesita crear conciencia para la incidencia?

- Utilice el celular para enviar mensajes de texto con el fin de crear conciencia sobre el tema, y sobre la relación entre el tema y las decisiones y acciones de quienes tienen poder para cambiar la situación.
- Utilice las redes sociales para publicar su mensaje de incidencia directamente y para estimular la interacción entre la gente en Internet.
- Cree grupos en línea o utilice grupos de las redes sociales, a los que la gente pueda unirse para informarse en más detalle sobre el tema y recibir actualizaciones periódicas.
- Publique información sobre su mensaje de incidencia en el sitio web de su organización.
- Asegúrese de planificar la manera en que se actualizarán periódicamente sus actividades en Internet.

¿Necesita movilizar al público en apoyo a la incidencia?

- Envíe correos electrónicos sobre su tema de incidencia, asegurándose de que sus mensajes sean lo más claros y concisos posible, y dé instrucciones sobre qué debe hacer el receptor en respuesta al mensaje.
- Considere un servicio gratuito en línea de correo electrónico masivo, como <http://www.mailchimp.com>, que le permite gestionar sin costo el envío de correos electrónicos a grandes cantidades de personas.
- Movilice al público para que envíe por correo electrónico el mensaje de incidencia de su grupo a los políticos locales en base a algunos textos sugeridos y compartidos.
- Realice una petición por Internet y pídale a las personas que incluyan sus nombres. Recuerde realizar un seguimiento entre los receptores de la petición y posteriormente compartir las respuestas recibidas con quienes hayan participado.
- Utilice un servicio en línea gratuito para realizar una petición, movilizar al público y obtener apoyo para su demanda; por ejemplo, <http://www.change.org>.

Tearfund Nueva Zelanda movilizó al público por medio de un servicio en línea gratuito para enviar mensajes a ministros de gobiernos nacionales en que les pedía que destinaran fondos de emergencia en respuesta a la sequía del Cuerno de África. El gobierno lo hizo y señaló que el hecho de recibir los mensajes le ayudó a tomar la decisión.

Unos asociados de Tearfund en África participaron en una campaña organizada por una coalición panafricana llamada Fairplay. Se invitó al público a enviar mensajes de texto a los líderes gubernamentales de África Meridional, pidiéndoles que se comprometieran a destinar el 15 por ciento de sus presupuestos a gastos de salud. La campaña fue dada a conocer en la radio y a través de otros medios. Fue considerada como una manera eficaz de obtener apoyo en una amplia zona.

¿Necesita mantener informado al público que ha sido movilizado para apoyar el trabajo de incidencia?

- Pida a su organización que publique un blog sobre el tema. Normalmente resulta una manera sencilla de mantener a la gente al tanto de las últimas novedades y permite a los lectores comentar sobre lo que se ha publicado. También puede resultar más fácil de mantener que un sitio web de la organización, especialmente si los artículos del blog son redactados por las distintas personas involucradas en el trabajo. Si quiere iniciar un blog gratuito, puede utilizar <http://www.wordpress.com> o <http://www.blogger.com> to start a blog for free.
- Publique fotos y videos en el sitio web o blog de su organización.
- Considere la posibilidad de utilizar sitios web como <http://www.flickr.com> para compartir fotos de eventos en los que la gente haya participado.
- Considere la posibilidad de utilizar sitios web como <http://www.youtube.com> para subir y compartir videos cortos con el fin de mantener a la gente informada sobre los avances logrados.

Fale, asociado de Tearfund de Brasil, utiliza un blog para comunicar mensajes sobre su trabajo de campañas y mantener informado al público: <http://redefale.blogspot.co.uk>

Si desea consultar otros documentos con ideas sobre cómo utilizar Internet y el celular durante etapas específicas del Ciclo de Incidencia, visite la siguiente página del sitio web TILZ - <http://tilz.tearfund.org/advocacycomms>