



*Provoque
una sonrisa*

**sólo añade
humor**

ESTA TÁCTICA ES ADECUADA
PARA LLEGAR A PÚBLICOS
DIVERSOS Y PARA INSTAR A
LAS PERSONAS A DIFUNDIR SU
MENSAJE

EJEMPLOS DEL VIDEO

- **Carteles Presidenciales Remezclados**

Artistas y activistas en Egipto

Egipcios y egipcias combinaron las imágenes del Presidente Mubarak en afiches populares de películas. Estas imágenes se difundieron rápidamente en Internet. El humor de estos carteles dio fin a la mística de Mubarak y permitió que las personas que no se consideraban activistas le hicieran frente al Presidente, aunque fuera de una forma divertida.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS: Programas de cómputo para la edición de videos digitales, Facebook, blogs, correos electrónicos y YouTube.

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

Presentación de videos: <http://bit.ly/363qyA> (YouTube.com)

- **Videos de Karaoke para los Derechos Humanos**

Red de trabajadores y trabajadoras sexuales en Asia y el Pacífico

En respuesta a las leyes que los y las discriminan, los trabajadores y las trabajadoras sexuales produjeron videos satíricos de karaoke usando a destacadas personalidades públicas como personajes principales. Al presentar estos videos en bares, clubes y fiestas, los trabajadores y las trabajadoras sexuales se educaron mutuamente en sus propios lugares de trabajo. Los videos también se presentaron en reuniones y conferencias para exponer a los encargados y encargadas de la formulación de políticas a las comunidades de trabajadores y trabajadoras sexuales y a los asuntos que les conciernen. Uno de los videos fue visto unas 10,000 veces en línea.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS: Videocámaras digitales, programas de cómputo para la edición de videos, Blip.tv, YouTube y blogs.

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

Página de Internet: <http://apnsw.org>

Video: <http://bit.ly/1CIB7N> (YouTube.com)

- **"¡Dénle a Lukashenko su propia Lu-net!"**

Activistas en Bielorrusia

Los bielorrusos y bielorrusas crearon un grupo de páginas de Internet que denominaron LuNet, con tono burlesco en honor al cumpleaños del Presidente Alexander Lukashenko, después que prometiera aumentar la censura en Internet. A una de las páginas de LuNet se le denominó LuJournal y a otra LuTube, en vez de LiveJournal y YouTube respectivamente, y en éstas se incluyó una gran cantidad de propaganda gubernamental entre titulares y comentarios irónicos. Esto atrajo la atención a la censura en Internet y a la detención de escritores y escritoras de blogs por razones políticas.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS: blogs, LiveJournal y YouTube.

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

LuNet: <http://fromlu.net>

Entrevista: <http://bit.ly/mNFV3> (globalvoicesonline.org)



FREE EGYPT YOUTUBE CHANNEL



ASIA PACIFIC NETWORK OF SEX WORKERS

PLANIFIQUE SU ACCIÓN

- Aun cuando se utilice el humor, es mejor cotejar las tácticas de su campaña con los puntos fuertes de las personas que desea movilizar. La campaña egipcia de los carteles aprovechó el conocimiento de los y las jóvenes sobre la forma de editar gráficos y su deseo de difundir imágenes simpáticas en Internet.
- Con respecto a las acciones relativas a LuNet, ninguna persona o campaña estuvo a cargo de éstas, lo cual permitió que muchas personas pudieran participar en la elaboración y la socialización de imágenes y páginas de Internet parodiadas. También se logró la descentralización de la elaboración de estas imágenes para que ninguna persona corriera algún peligro por satirizar a una personalidad poderosa.
- Los tipos de mensajes que usted puede comunicar en un entorno informal -como en un bar donde hay karaoke o una taberna- pueden ser muy poderosos para disminuir el grado de temor de las personas y lograr que se sientan incluidos e incluidas en el tema o asunto abordado. Lo mismo es pertinente para basar su acción en lugares donde la gente socializa en línea.
- Un elemento eficaz de motivación es pasarla bien y obtener reconocimiento social. Como parte de la combinación de imágenes del Presidente Mubarak en los carteles de películas o en la creación de las páginas de Internet relativas al Presidente Lukashenko, la gente escribió comentarios mutuos sobre sus perfiles en las páginas de redes sociales, blogs y las páginas de socialización de videos y fotografías, con palabras positivas sobre cada nueva imagen que colocaban. Este reconocimiento informal por formar parte de la campaña puede mantener a la gente interesada en diversos temas, hasta en aquellos que imponen muchos desafíos o son muy serios.

sólo añade humor: p2



CASO DE ESTUDIO

TÍTULO: Multitudes instantáneas en Bielorrusia

QUIÉN: Activistas bielorrusos y bielorrusas

DÓNDE: Plazas públicas en Bielorrusia, 2006

PÁGINA DE INTERNET: http://community.livejournal.com/by_mob/

DESCRIPCIÓN

Como respuesta a las controvertidas elecciones presidenciales de 2006 en Bielorrusia, los y las activistas utilizaron Internet para organizar reuniones oponiéndose a la administración del Presidente Lukashenko. Las reuniones que organizaron fueron "multitudes instantáneas" ("flash mobs" en inglés) -acciones breves y repentinas que lleva a cabo un gran grupo de personas que se reúnen en un lugar público antes de dispersarse rápidamente. En la mayoría de los casos, estas "multitudes instantáneas" se organizaron uno o dos días antes de la acción a través de páginas de Internet, blogs, servicios de mensajes telefónicos cortos (SMS, por sus siglas en inglés) y programas de charlas en línea (chat). Estas acciones revestían una importancia especial en Bielorrusia, puesto que el gobierno prohíbe acciones públicas grupales no autorizadas. En una de las "multitudes instantáneas", unas 40 o 50 personas ingresaron a una plaza pública comiendo helados y llamando la atención humorísticamente a las restricciones impuestas al derecho a reunirse públicamente. Si bien los y las jóvenes participantes no hicieron nada más que comer helado, sí hubieron varias personas arrestadas. Otras personas tomaron fotografías de los arrestos y las circularon ampliamente en LiveJournal y en otras páginas de Internet. La "multitud instantánea" recibió un considerable grado de atención por parte de los medios internacionales de comunicación. Zhenya Mantsevich, periodista y autora de un blog en Bielorrusia, señaló que "el resultado de las multitudes

instantáneas fue que mucha gente observó qué tan crueles y estúpidas pueden ser nuestras autoridades, si detienen a la gente aun por simplemente tomar un helado. La gente se dio cuenta que hay algo que no está bien en nuestra sociedad".

HERRAMIENTAS UTILIZADAS: Páginas personales y comunitarias en LiveJournal, ICQ (programa de cibercharlas) y mensajes de texto en teléfonos celulares.

ALCANCE: Un total de 12 "multitudes instantáneas" como respuesta a las elecciones de 2006. En las más concurridas, se reunieron entre 100 y 200 personas. La mayoría de los participantes era de Minsk.

COSTO: Gratuito. Costo individual mínimo por enviar mensajes de texto vía SMS.

RECURSOS: Acceso a Internet. Para la gente que se reunió, acceso a teléfonos celulares.

TIEMPO: Entre unas pocas horas y un par de días para coordinar la asistencia de suficientes personas a la "multitud instantánea". No se debe exceder este plazo porque la noticia podría llegar a oídos de las autoridades si el anuncio de la reunión se realiza con mucho tiempo de anticipación.

NIVEL DE DIFICULTAD: 1 de 5.



[HTTP://BITLY/19ZKTI](http://bit.ly/19ZKTI)

ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

Blogs y fotografías: http://community.livejournal.com/by_mob

Artículo: <http://bit.ly/11hBvm>

Un análisis más crítico: <http://bit.ly/3pmAPN> (neteffect.foreignpolicy.com)

HÁGALO USTED MISMO(A)

Pregúntese

- ¿Solicitará a la gente que elabore ciertas piezas -tales como imágenes, videos o dibujos animados- como parte de su campaña? ¿Cómo compartirá estos objetos en línea y qué necesita para proteger el anonimato de la gente?
- Podría ser difícil llevar la cuenta de todas las imágenes y los videos que la gente elabore como parte de una campaña humorística o de parodia. ¿Cómo archivará las aportaciones de la gente?
- ¿Cómo equilibrará el respeto a la gente involucrada en los temas abordados con el contenido satírico? ¿Qué tanto puede bromear y aún continuar siendo digno o digna de confianza?
- ¿Hay alguna consecuencia grave en las regiones en las que está trabajando para aquellas personas que critican al gobierno y a quienes ocupan un puesto de poder?
- ¿Se dirigirá directamente a los medios de comunicación para dar a conocer públicamente sus acciones y su campaña?
- ¿Qué relación guarda su campaña espontánea o de parodia con las organizaciones de derechos que están haciendo campañas más 'tradicionales'? ¿Debería intentar de alguna forma establecer nexos con estas organizaciones?
- ¿De qué forma reducirá la brecha entre lo que la gente publique en línea con las acciones fuera de línea?

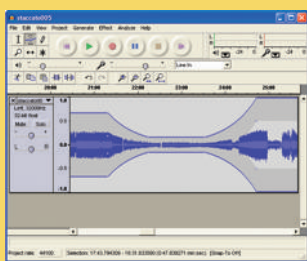
Hay diferentes formas en las que puede hacer esto

- 1 Si no puede utilizar Twitter u otro servicio para enviar sus mensajes a un grupo y coordinar una acción de forma rápida, o necesita que la comunicación sea más privada, envíe mensajes de texto directamente a los teléfonos celulares de las personas que lo/la apoyan. Los trabajadores y las trabajadoras sexuales lo han hecho para lograr una "multitud instantánea" con sombrillas rojas abiertas —el símbolo de su campaña— al frente de edificios de administración pública, con sólo unas pocas horas de anticipación.
- 2 Usted puede difundir mensajes mediante el uso de los tonos de timbre (o sonidos de llamadas) de los teléfonos celulares. Después de las elecciones de 2004 en Filipinas, se hizo un tono de timbre mediante el uso de una conversación telefónica grabada con el Presidente, en la cual parecía ofrecer evidencia de un fraude electoral, y se mezcló con música. Este tono de timbre es uno de los que más se han descargado en el mundo. Una organización suministró la supuesta grabación original de la llamada e invitó a la gente a que mezclara sus propios tonos de timbre.
- 3 Utilice imágenes mezcladas o de parodia que se han colocado en los blogs y en las páginas de redes sociales para su campaña, al adaptarlas y crear arte urbano, carteles y circulares.
- 4 Además de crear páginas de Internet parodiadas, como LuNet, usted puede desarrollar páginas con noticias de parodia que critiquen la censura a los medios de comunicación, mientras también ofrece información práctica y datos de una forma ingeniosa y sorprendente.

HERRAMIENTA DESTACADA

Mezcle su propio tono de timbre telefónico y concientice a través del humor

Si desea atraer la atención hacia los comentarios de un político o una personalidad pública, usted puede editarlos de una transmisión de radio o televisiva y mezclarlos con música para crear su propio tono de timbre. Audacity (<http://audacity.sourceforge.net>) es un programa de cómputo de código abierto y gratuito que le ayudará a hacer esto. El programa es fácil de utilizar y le permite hacer y mezclar múltiples grabaciones. Para leer instrucciones detalladas sobre cómo hacer su propio tono de timbre, vea el "wiki" (página creada y modificada por los usuarios) de Audacity (<http://bit.ly/6i3wS>). Usted puede compartir su tono de timbre en su página de Internet o en otras páginas populares que los comparten, tal como <http://www.phonezoo.com>, para lograr una mayor diseminación.



sólo añade humor: p5

CONSEJOS

ALAA, PROGRAMADOR DE CÓDIGOS ABIERTOS Y TECNÓLOGO, HABLA SOBRE EL HUMOR Y EL ENVÍO DE LOS DENOMINADOS MENSAJES "VIRALES":

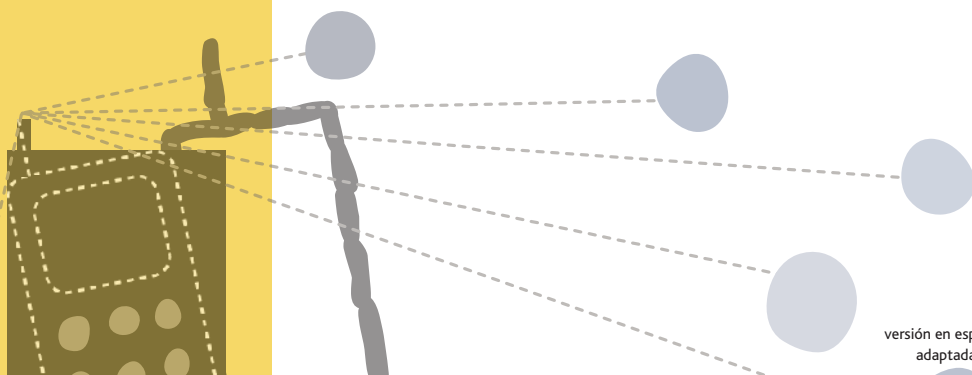
"En Egipto, hemos tenido un régimen dictatorial durante 25 años. Si recibo un chiste sobre mi Presidente y lo reenvío a diez de mis amigos o amigas, y a la vez ellos y ellas lo reenvían, el chiste podría modificarse en el proceso, pero se está difundiendo viralmente y de forma muy rápida".

ACTIVISTA EN BIELORRUSIA, SOBRE LAS LIMITACIONES DE INTERNET:

"Las 'multitudes instantáneas' en Bielorrusia no fueron muy populares en todas las regiones porque dependían de una comunidad en línea activa y en ese entonces el uso de Internet no era tan generalizado fuera de la ciudad capital. Sin embargo, estas acciones fueron importantes porque mostraron un razonamiento fresco y creativo y reunieron a muchos y muchas jóvenes que probablemente nunca hubieran participado en ninguna acción política o cívica".

SAMI GHARBA, DE GLOBAL VOICES [VOCES GLOBALES], SOBRE EL HECHO DE DESAFIAR EL PODER:

"El humor es el primer paso para romper con los tabúes y el temor. El hecho de hacer reír a la gente sobre cosas peligrosas, como las dictaduras, la represión y la censura, es la primera arma contra esos temores... sin vencer el temor no puedes lograr ningún cambio. Por ello, el humor es muy eficaz".



versión en español
adaptada por:  **REDDDES**

 **TACTICAL
TECHNOLOGY
COLLECTIVE**