

Cómo organizar comunidades digitalmente: La clave son las *apps*

Siomara Valladares,
Kate Somerville,
Michelle Renée Valladares

Research Hub for Youth Organizing,
Universidad de Colorado en Boulder



Diseño y maquetación
por Ichigo Takikawa.



THE
COLORADO
TRUST

A Health Equity Foundation



Research Hub for Youth Organizing
UNIVERSITY OF COLORADO **BOULDER**

Cómo organizar comunidades digitalmente: La clave son las *apps*

Siomara Valladares, Kate Somerville, Michelle Renée Valladares

Research Hub for Youth Organizing, Universidad de Colorado en Boulder

Cita sugerida: Valladares, S., K. Somerville, M. Renée Valladares. (2022). “Cómo organizar comunidades digitalmente: La clave son las *apps*” (en inglés: Digital Organizing: It’s all about the apps) Boulder, CO. Research Hub for Youth Organizing. CU Boulder. Obtenida el [fecha] de [url]

Diseño y maquetación por Ichigo Takikawa.

Financiamiento: Este informe se creó gracias a fondos proporcionados por The Colorado Trust.



Este trabajo se licencia bajo una Licencia Internacional 4.0 de Atribución No Comercial de Creative Commons.

Contenido

Introducción	04
Breve historia sobre esfuerzos para organizar comunidades digitalmente	05
Cómo organizar comunidades digitalmente en 2022: La clave son las apps	06
Descripción general del informe	07
Aplicaciones para las redes sociales	08
Facebook	09
Twitter	10
Instagram	12
TikTok	13
YouTube	14
Aplicaciones de comunicación	15
Correo electrónico	16
Aplicaciones para enviar/recibir mensajes de texto y procesar el trabajo	17
Zoom	18
Aplicaciones para producir materiales	19
Google Workplace	20
HootSuite y aplicaciones para analizar las redes sociales	21
EveryAction	22
Notas finales	23

Introducción

Estamos siendo testigos de un mayor interés en el uso de tecnologías digitales para el activismo. En las últimas dos décadas, el creciente acceso a Internet, dispositivos económicos como teléfonos móviles y un sinnúmero de aplicaciones (“**apps**”, por su abreviatura en inglés) han transformado las iniciativas para organizar comunidades locales. El comienzo de la pandemia de COVID 19^a y el trabajo y aprendizaje virtual relacionados aceleraron la dependencia mundial en la tecnología. En 2020, Zoom se convirtió en la aplicación móvil más descargada en todo el mundo, seguida de WhatsApp y Facebook. ¿Qué significa esta mayor dependencia en la tecnología para los grupos organizativos comunitarios y de residentes locales?

Basándose en entrevistas con 10 grupos organizativos y una examinación de literatura disponible, este resumen presenta la idea de la organización digital y comparte las aplicaciones más usadas por los organizadores comunitarios. El informe que lo acompaña, [*Estrategias para organizar comunidades digitalmente*](#), presenta mejores prácticas y estrategias para organizar comunidades por internet, y una serie de documentos de referencia proporcionan información adicional. Por ejemplo, el [*Documento del Recurso A*](#) incluye una breve introducción a las organizaciones entrevistadas.

Estas publicaciones se basan en un estudio sobre la organización digital que realizó el Research Hub for Youth Organizing en la Universidad de Colorado en Boulder, y que The Colorado Trust comisionó, para respaldar el trabajo de la organización digital entre los socios beneficiarios de la estrategia “Estableciendo y enlazando el poder.” Para ver una



Apps—Las aplicaciones o software de aplicaciones son los programas de computación que hacen que los dispositivos digitales como computadoras y teléfonos móviles sean usables.

Organizar digitalmente [a la comunidad]—Las prácticas y estrategias usadas por los grupos que organizan comunidades para emplear herramientas digitales, incluidas las redes sociales, para interactuar, organizar y aumentar el poder político.

^a Estados Unidos declaró por primera vez una emergencia de salud pública debido al brote del coronavirus el 3 de febrero de 2020. Consulta <https://www.ajmc.com/view/what-were-reading-us-declares-coronavirus-a-public-health-emergency-fda-approves-peanut-allergy-drug-california-healthcare-tax-rejected> (fuente en inglés).

descripción con detalles del diseño de investigación y proceso de recolección de datos, por favor consulta el [Documento del Recurso B](#). Para ver las definiciones de los términos clave usados en todo este informe, por favor consulta el [Documento del Recurso C](#).

Breve historia sobre esfuerzos para organizar comunidades digitalmente

Las redes sociales ofrecen oportunidades importantes para el debate político y otras interacciones que conectan los espacios para fortalecer relaciones y actuar. Esta interactividad puede promover la participación, la motivación y el entendimiento para enriquecer movimientos y facilitar la acción política directa.¹ Según el Pew Research Center,² “Desde las manifestaciones globales contra la injusticia racial hasta las elecciones de 2020, los estadounidenses que usan las redes sociales están visitando estas aplicaciones para movilizar a otros y demostrar su apoyo de ciertas causas y asuntos”.

Movimientos sociales como Ocupa Wall Street (2011), los Levantamientos árabes (2012), #LasVidasNegrasImportan (*Black Lives Matter* o BLM, en inglés, 2013), el Movimiento de los Paraguas en Hong Kong (2014), BLM en Ferguson, las manifestaciones en Missouri (2014), Standing Rock (2016), la Marcha de las Mujeres (2017), #MeToo (2017) y la Marcha por Nuestras Vidas (2018) dependieron de aplicaciones como Twitter, Facebook y YouTube para participar en la organización digital. Más recientemente, las manifestaciones de BLM después del asesinato de George Floyd en 2020 usaron las redes sociales para compartir eventos locales y fomentar la participación a nivel nacional.

Los organizadores alrededor del mundo están adoptando la tecnología digital como una herramienta para (1) compartir información sobre sus organizaciones y trabajo (p. ej., sitios web, blogs, tuits); (2) movilizar a las personas para que asistan a eventos (p. ej., manifestaciones, reuniones virtuales, foros comunitarios); (3) establecer y fortalecer relaciones y maneras para que los integrantes de la organización o del movimiento interactúen (p. ej., grupos en Facebook, videos en YouTube o peticiones/encuestas digitales); y, (4) formar nuevas redes que reduzcan el espacio físico (p. ej., Student Voice es una organización solo virtual de adolescentes en todo Estados Unidos).



Cómo organizar comunidades digitalmente en 2022: La clave son las apps

Les preguntamos a los organizadores comunitarios qué prácticas y estrategias de organización digital usan. Sus respuestas se centraron en las “apps”, o aplicaciones de software descargables, y las formas singulares como estas aplicaciones respaldan sus esfuerzos para organizar comunidades y fortalecer movimientos.

Enfocamos este informe en las aplicaciones que los organizadores entrevistados usan más comúnmente y en cómo las usan en la promoción de sus objetivos para organizar a la comunidad. Las aplicaciones con frecuencia son gratis y fáciles de descargar, pero dependen de que se tenga una conexión a Internet y un dispositivo compatible, además de que varían en su usabilidad. A pesar del aumento en la organización digital, es importante reconocer que todavía existen desigualdades en la tecnología y el acceso a Internet, y que estas crean una brecha digital. Incluimos un resumen rápido de la brecha digital en los esfuerzos para organizar comunidades en el [Documento del Recurso D](#).

Descripción general del informe

Este informe describe una serie de aplicaciones de software basadas en la web usadas comúnmente por los organizadores comunitarios: 1) [aplicaciones para las redes sociales](#), 2) [aplicaciones de comunicación](#) y 3) [aplicaciones para producir materiales](#). Para cada aplicación, proporcionamos información resumida sobre lo que es la aplicación, destacamos sus beneficios y desventajas para la organización comunitaria y resumimos cómo la están usando los organizadores entrevistados. Este informe puede leerse en orden o usarse como una guía de referencia para diferentes aplicaciones organizativas populares. La imagen de abajo proporciona un mapa de estas diferentes aplicaciones.





Aplicaciones para las redes sociales

Todos los entrevistados mencionaron aplicaciones para las redes sociales, más que cualquier otro tipo de aplicación. Facebook y Twitter fueron las aplicaciones más populares, seguidas de cerca por Instagram. Los entrevistados de tres de las organizaciones también mencionaron que usan TikTok y YouTube.^b En las siguientes secciones, proporcionamos información más específica sobre cada aplicación, incluidos datos reunidos sobre el “Uso de las redes sociales” por el Pew Research Center, el cual examina el uso de las aplicaciones en todos los grupos demográficos.^c Los datos demográficos de todas las aplicaciones incluyen género, grupos étnicos, edad, ingresos, nivel de estudios y regiones. Para ver una gráfica completa de los datos del Pew sobre Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y YouTube, consulta el [Documento del Recurso E](#).

^b Importante: Nos enfocamos solamente en las aplicaciones mencionadas por tres o más organizaciones. Por ejemplo, solo una organización mencionó WhatsApp y, por lo tanto, no la incluimos en este informe.

^c Entre el 25 de enero y 8 de febrero de 2021, el Pew Research Center realizó una encuesta de adultos en EE. UU. y su uso de las redes sociales. En una encuesta representativa nacional de 1,502 adultos en EE. UU., el Pew Research Center encontró que el uso de sitios y aplicaciones individuales varía entre un grupo demográfico y otro.

Facebook

Fundada en 2004, Facebook busca ayudar a las personas para que conecten con sus familias y amigos con intereses compartidos. Los organizadores comunitarios usan Facebook para compartir información con audiencias públicas amplias al “publicar” fotografías, videos y enlaces a otros medios digitales y aplicaciones. El modelo comercial de Facebook se basa en la publicidad pagada y en la recolección y venta de los datos de sus usuarios.

Según una encuesta de 1,502 usuarios de las redes sociales que realizó el Pew Research Center:

- Entre los adultos encuestados en EE. UU., Facebook es la segunda aplicación más usada (69%).
- Entre los hombres y mujeres encuestados que dicen que usan Facebook, más mujeres (77%) que hombres (61%) usan la aplicación.
- Entre los grupos encuestados que dicen que usan Facebook:
 - el mayor porcentaje de usuarios tienen entre 30 y 49 años (76%).
 - más estadounidenses negros (74%) y estadounidenses hispanos (72%) dicen que usan la aplicación, en comparación con estadounidenses blancos (67%).
 - el mayor porcentaje de usuarios figuran en el nivel de ingresos entre \$30,000 y \$49,999 (76%), comparado con usuarios con ingresos de \$75,000 o más (70%), usuarios que dicen ganar menos de \$30,000 (70%) y usuarios con ingresos entre \$50,000 y \$74,999 (61%).
 - la mayoría de los usuarios tienen por lo menos un título universitario (73%) o cursaron parte de la universidad (71%), en comparación con usuarios con un diploma de high school o menos estudios (64%).
 - tanto usuarios en zonas urbanas como suburbanas (70% respectivamente) de EE. UU. usan la aplicación, comparado con usuarios en zonas rurales (67%).

Los beneficios de usar Facebook incluyen la habilidad de alcanzar a un gran número de personas y la habilidad de promocionar eventos. Las limitaciones de usar Facebook incluyen el desafío de mantenerse al día para saber cómo usar mejor la aplicación y promover objetivos estratégicos. Cada vez más, hay inquietudes importantes sobre la privacidad de datos en Facebook (ahora “Meta”), incluido el minado de datos digitales, la propagación de “desinformación” (especialmente en relación con los objetivos democráticos de muchas organizaciones comunitarias) y el uso de algoritmos que limitan los tipos de información que los usuarios ven.



Los organizadores usan **Facebook** para:

- crear una “publicación” o hacer clic en “me gusta” en la publicación de alguien más.
- crear o unirse a un grupo.
- crear o unirse a un evento.
- promocionar eventos organizativos y amplificar (volver a publicar) cobertura en los medios tradicionales.
- compartir información más larga y con detalles en comparación con los formatos de otras aplicaciones.
- promover la interacción con artículos periodísticos, de opinión y blogs relacionados con la misión y visión de los grupos organizativos.
- comunicar, atraer y conectar con donantes.

Twitter

El primer mensaje de Twitter, o “tuit”, se envió en 2006.^d Twitter es un servicio de mensajería breve (SMS) que también se conoce como un servicio de “*microblogging*.” Los usuarios registrados pueden “publicar”, hacer “me gusta” o “retuitear” un tuit.³ Conocido por sus límites exactos de contenido (240 caracteres de texto y 140 segundos de audio y video), la idea detrás de Twitter es proporcionar rápidamente fragmentos de noticias, ideas e información en tiempo real sobre una amplia variedad de temas. Twitter es el programa que creó el uso del símbolo # para organizar temas y la @ para etiquetar directamente a una persona específica en común.⁴

Según una encuesta de 1,502 usuarios de las redes sociales que realizó el Pew Research Center:

- Entre los hombres y mujeres encuestados que dicen que usan Twitter, más hombres (25%) que mujeres (22%) usan la aplicación.
- Entre los grupos encuestados que dicen que usan Twitter:
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene entre 18 y 29 años (42%).
 - más estadounidenses negros (29%) dicen que usan la aplicación, comparado con los estadounidenses hispanos (23%) y los estadounidenses blancos (22%).
 - el mayor porcentaje de usuarios tienen ingresos de \$75,000 o más (34%), comparado con los usuarios con ingresos de \$30,000 a \$49,999 (29%), ingresos de \$50,000 a \$74,999 (22%) y usuarios que dicen tener ingresos de menos de \$30,000 (12%).
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene por lo menos un título universitario (33%), comparado con los usuarios que cursaron parte de la universidad (26%) y usuarios con un diploma de high school o menos (14%).
 - más usuarios en zonas urbanas (27%) y suburbanas (23%) de EE. UU. usan la aplicación, comparado con usuarios en zonas rurales (18%).

^d Obtenido en inglés a través de <https://www.history.com/this-day-in-history/twitter-launches>.



Los organizadores usan **Twitter** para:

- enviar tuits fácilmente sobre trabajo en rápido desarrollo, como campañas relacionadas con sesiones legislativas.
- enviar múltiples tuits en un “hilo” sobre un asunto en particular para aumentar el entendimiento antes de presentar uno objetivo o pedido específico para una campaña.
- conectar con otros activistas y mantenerse informados sobre problemas sociales, campañas activistas relacionadas y campañas lideradas por ciertos grupos aliados.
- retuitear el trabajo de otras organizaciones para amplificar el trabajo de colaboradores.
- etiquetar (@) a políticos, periodistas y otras personas prominentes para llamar la atención hacia un asunto o problema.

Los organizadores describieron a Twitter como un espacio para el activismo que beneficia las conexiones y compartir información con aliados intergeneracionales. La naturaleza breve de los “tuits”, y su amplio uso entre la prensa, los políticos y las organizaciones de residentes locales, hace que Twitter sea un buen espacio para compartir el trabajo organizativo de manera rápida y eficiente. Otro beneficio de Twitter es la habilidad de dirigirse directamente a los funcionarios políticos y medios de comunicación.⁹ Igual que con Facebook, el potencial de propagar información falsa o engañosa es una desventaja de Twitter.

⁹ Shen (2021) incluyó a Twitter prominentemente en un análisis del impacto de las redes sociales en los movimientos sociales al ilustrar cómo el algoritmo de Twitter ayudó a desencadenar y estimular la discusión sobre el movimiento de las Vidas Negras Importan al compartir más información con personas negras que usan las redes sociales.

Shen, Y. (2021). “El impacto de las redes sociales en el activismo social: tomando las Vidas Negras Importan en Twitter como un ejemplo” (*The impact of social media on social activism—Taking Black Lives Matter on Twitter as an example*). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volumen 631, páginas 947-951.

Instagram

Instagram es una aplicación para compartir fotografías que se lanzó en 2010.⁵ Recientemente, Instagram agregó “historias”, las cuales permiten que los usuarios publiquen fotos y videos y texto solo durante un período de 24 horas. Además, recientemente agregó “reels”, los cuales permiten que los usuarios publiquen videos más largos.

Según una encuesta de 1,502 usuarios de las redes sociales que realizó el Pew Research Center:

- Entre los adultos encuestados en EE. UU., Instagram es la tercera aplicación más usada (40%).
- Entre los hombres y mujeres encuestados que dicen que usan Instagram, más mujeres (44%) que hombres (36%) usan la aplicación.
- Entre los grupos encuestados que dicen que usan Instagram:
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene entre 18 y 29 años (71%).
 - cerca de la mitad de los estadounidenses hispanos (52%) y estadounidenses negros (49%) encuestados dicen que usan Instagram, en comparación con los estadounidenses blancos (35%).
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene ingresos de \$75,000 o más (47%), comparado con los usuarios con ingresos de \$30,000 a \$49,999 (45%), ingresos de \$50,000 a \$74,999 (39%) y usuarios que reportan ingresos de menos de \$30,000 (35%).
 - el mayor porcentaje de usuarios son aquellos con por lo menos un título universitario (49%), comparado con los usuarios que cursaron parte de la universidad (44%) y los usuarios con un diploma de high school o menos (30%).
 - más usuarios en zonas urbanas (45%) y suburbanas (42%) de EE. UU. usan la aplicación, comparado con usuarios en zonas rurales (25%).

En general, Instagram se describe como un espacio que acepta a nuevos usuarios y se considera una herramienta eficaz para fortalecer la base, especialmente para atraer a los grupos demográficos milénicos (25 a 40 años) y de la Generación Z. Para ver un análisis popular de las generaciones, consulta el [Documento del Recurso F.](#)



Los organizadores usan **Instagram** para:

- publicar fotografías y videos permanentes relacionados con campañas organizativas usando la opción de “publicar”, o para publicar fotos y videos temporales relacionados con campañas organizativas en las “historias” de Instagram.
- hacer “me gusta” y comentar sobre publicaciones e historias de otras organizaciones.
- volver a publicar el contenido de una organización aliada o publicar fotos y videos juntos relacionados con campañas compartidas.
- publicar imágenes de publicaciones compartidas en otras aplicaciones, como tuits especialmente populares, para aumentar la interacción.

TikTok

TikTok es una aplicación que se lanzó en 2018 en Estados Unidos en la cual los usuarios publican videos cortos de hasta 3 minutos de duración.⁶ Los creadores del contenido en TikTok publican videos con subtítulos y con frecuencia incluyen etiquetas (#). Los temas de los videos varían ampliamente, desde mascotas y moda hasta temas sociales.

Según una encuesta de 1,502 usuarios de las redes sociales que realizó el Pew Research Center:

- Entre los hombres y mujeres que usan TikTok, más mujeres (24%) que hombres (17%) usan la aplicación.
- Entre los grupos encuestados que dicen que usan TikTok:
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene entre 18 y 29 años (48%).
 - más estadounidenses hispanos (31%) y estadounidenses negros (30%) dicen que usan la aplicación, en comparación con los estadounidenses blancos (18%).
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene ingresos de \$30,000 a \$49,999 (29%), comparado con los usuarios que reportan ingresos de menos de \$30,000 (22%) y los usuarios con ingresos de \$50,000 a \$74,999 y \$75,000 o más (20%).
 - el mayor porcentaje de usuarios son aquellos que cursaron parte de la universidad (24%), comparado con los usuarios que tienen un diploma de high school o menos (21%) y aquellos con por lo menos un título universitario (19%).
 - más usuarios en zonas urbanas (24%) y suburbanas (20%) de EE. UU. usan la aplicación, comparado con usuarios en zonas rurales (16%).

Los organizadores entrevistados explicaron que TikTok tiene un algoritmo (fórmula automatizada) para destacar información entre los usuarios especialmente sensible a los intereses políticos de las personas, por lo que es útil para encontrar nuevos seguidores cuya perspectiva concuerda con la misión de la organización. Sin embargo, crear contenido en TikTok es desafiante y toma tiempo.



Los organizadores usan **TikTok** para:

- publicar videos de hasta 3 minutos de duración con texto, audio y elementos visuales.
- hacer “me gusta” en videos para demostrar su apoyo.
- hacer “Dúos” con los videos de otras organizaciones para volver a compartir un video original con el contenido de alguien más (usualmente una reacción o comentario) en un fotograma junto al video original.
- ver videos que aparecen en su “feed” basados en un algoritmo sensible que se ajusta a los intereses de los usuarios.

YouTube

YouTube es una aplicación para compartir videos fundada en 2005.⁷ Los usuarios de YouTube pueden subir contenido en video sobre cualquier tema que les guste y, por lo general, pueden poner contenido con mayor duración que los videos en otras redes sociales. YouTube es reconocida por sus “streamers” o “YouTubers”, gente con muchos seguidores que publica contenido regularmente sobre temas específicos.

Según una encuesta de 1,502 usuarios de las redes sociales que realizó el Pew Research Center:

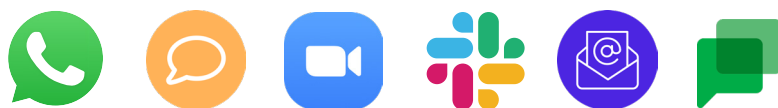
- Entre los adultos encuestados en EE. UU., YouTube es la aplicación más usada (81%).
- Entre los hombres y mujeres encuestados que dicen que usan YouTube, más hombres (82%) que mujeres (80%) usan la aplicación.
- Entre los grupos encuestados que dicen que usan YouTube:
 - la mayoría de los adultos encuestados menores de 65 años usan la aplicación.
 - más estadounidenses hispanos (85%) y estadounidenses negros (84%) usan la aplicación, comparado con los estadounidenses blancos (79%).
 - el mayor porcentaje de usuarios tiene ingresos de \$75,000 o más (90%), comparado con los usuarios con ingresos de \$30,000 a \$49,999 (83%), ingresos de \$50,000 a \$74,999 (79%) y usuarios que reportan ingresos de menos de \$30,000 (75%).
 - el mayor porcentaje de usuarios son aquellos con por lo menos un título universitario (89%), comparado con los usuarios que cursaron parte de la universidad (86%) y los usuarios con un diploma de high school o menos (70%).
 - más usuarios en zonas urbanas (84%) y suburbanas (81%) de EE. UU. usan la aplicación, comparado con usuarios en zonas rurales (74%).

Los organizadores usan YouTube junto con otras aplicaciones, principalmente para almacenar contenido digital relacionado con la misión de una organización.



Los organizadores usan **YouTube** para:

- publicar videos que comunican a los aliados no locales lo que está pasando localmente. Por ejemplo, YouTube fue esencial para los levantamientos árabes.⁸
- publicar videos para capacitar a nuevos organizadores de forma segura y económica.⁹
- almacenar videos más largos sobre la misión de una organización a los cuales se puede tener acceso mediante un enlace o integrándolos en páginas de las redes sociales o sitios web.
- organizar comunidades a mayor escala, ya que YouTube puede recolectar listas masivas de suscriptores lo que la convierte en una poderosa herramienta.
- grabar y luego publicar videos de conversaciones directas entre organizadores, integrantes de la comunidad y otras personas.



Aplicaciones de comunicación

La comunicación desempeña un papel importante para fortalecer las capacidades internas y externas de las organizaciones comunitarias. Durante la pandemia, las aplicaciones de comunicación para enviar y recibir correo electrónico y mensajes de texto, procesar el trabajo y realizar videoreuniones se convirtieron en recursos aún más importantes para la coordinación interna y externa, para tomar decisiones y organizar acciones públicas. La próxima sección describe cómo los organizadores usan las aplicaciones de comunicación.

Correo electrónico

El correo electrónico es una herramienta poderosa para comunicarse fácil y asincrónicamente.¹⁰ Hay muchas aplicaciones diferentes que albergan direcciones electrónicas, incluidas Gmail, Outlook y iCloud. El correo electrónico es una forma confiable para que los organizadores se comuniquen entre sí. Sirve como un punto de contacto para aquellos integrantes de la base a quienes les gusta mantenerse al tanto de actividades y noticias regulares, en particular aquellos integrantes sin una presencia activa en las redes sociales. Las bases de datos del correo electrónico también permiten que los organizadores mantengan una lista privada de personas que pueden actualizar en tiempo real.



Los organizadores usan el **correo electrónico** para:

- comunicarse con los integrantes de su organización, enviar boletines y compartir otras noticias.
- enviar solicitudes para la participación en eventos organizativos o actividades con voluntarios.
- enviar mensajes electrónicos en masa, con software como MailChimp, mantenerse en contacto con los integrantes de sus organizaciones a lo largo del tiempo y obtener estadísticas, como el porcentaje de personas que abrieron o reenviaron un mensaje.
- enviar mensajes y documentos a otros integrantes de su equipo o grupos de integrantes del equipo.
- comunicar asincrónicamente asuntos de la organización para reducir la necesidad de tener reuniones en persona o por video.

Aplicaciones para enviar/recibir mensajes de texto y procesar el trabajo

En su nivel más básico, los mensajes de texto se refieren a los intercambios digitales breves de texto, fotografías, gifs o memes, los cuales combinan texto e imágenes. El intercambio de mensajes de texto puede ocurrir en teléfonos móviles o en aplicaciones específicas para enviar/recibir mensajes, como Google Chat y WhatsApp.^f Recientemente, una serie de aplicaciones para procesar el trabajo integró la funcionalidad de enviar/recibir mensajes a la gestión de los procesos de trabajo. Varios organizadores mencionaron la aplicación Slack. Slack incluye múltiples “hilos” de diferentes conversaciones en grupo (secuencias de mensajes conectados entre sí) creados por un equipo, lo cual permite tener conversaciones específicas por mensaje de texto. Los hilos pueden usarse para crear una comunidad e implementar tareas de logística y organizativas. A diferencia de las redes sociales, las cuales están abiertas al público, se debe invitar a los integrantes del equipo para que unan a Slack. Unlike social media, which is open to the public, team members must be invited to join Slack.



Los organizadores usan **los mensajes de texto, WhatsApp, Google Chat y Slack** para:

- comunicarse eficazmente con los integrantes de su base.
- comunicarse con los integrantes para recordarles sobre eventos y reuniones.
- comunicarse y compartir información, como recordatorios de votar y registrarse, con votantes.
- conectar con personas a través de mensajes de texto individuales y en grupo por Wi-Fi en lugar de usando números telefónicos.
- comunicarse entre sí rápidamente u organizar conversaciones por tema para reducir la cantidad de correo electrónico que cada persona debe leer.
- trabajar juntos en tiempo real, aunque estén trabajando a distancia.
- interactuar con otros integrantes de su equipo durante el día, parecido a como las personas visitan la oficina de sus colegas cuando trabajan juntas.
- fortalecer el sentido de comunidad en hilos de Slack designados para conversar sobre temas menos serios o temas que no se centran en el trabajo de la organización.

^f Notablemente por todo el mundo, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Viber, LINE, Telegram y IMO son las aplicaciones más populares para enviar y recibir mensajes, en orden de la más a la menos usada (Inc. 2018). Quizás valga la pena que los organizadores comunitarios exploren esta lista más amplia de aplicaciones.

“Las 7 apps de mensajes más populares en el mundo: ¡conecta con tu audiencia en las aplicaciones de mensajes que más usan!” (en inglés: *The Top 7 Messenger Apps in the World- Connect with your audience on the messenger apps they use most!*) Inc. (2018) <https://www.inc.com/rebecca-deczynski/dominos-customer-pickup-incentive-labor-shortage-staffing.html>

Zoom

La pandemia aumentó drásticamente la cantidad de eventos virtuales que los organizadores y otros realizan.¹¹ Aunque algunos organizadores mencionaron que usan Google Video, Zoom fue por mucho la aplicación más mencionada para realizar reuniones comunes entre organizadores. Zoom es una herramienta de videoconferencias por Internet que permite a los organizadores realizar reuniones virtuales entre dos personas, reuniones en grupo y talleres o eventos virtuales.¹²



Los organizadores usan **Zoom** para:

- conectarse, tomar decisiones y trabajar a través de videoconferencias.
- establecer relaciones estratégicas con otras organizaciones y aliados.
- crear un espacio estable donde se fortalece el sentido de comunidad durante momentos de incertidumbre.
- eliminar la necesidad de viajar para la participación significativa en reuniones, lo cual es importante en zonas rurales y áreas urbanas con pocos recursos.
- organizar eventos virtuales para compartir información sobre las prioridades legislativas de una organización o una serie de eventos para alcanzar un objetivo educativo.
- organizar reuniones o eventos virtuales para que las actividades organizativas sean más accesibles para personas con múltiples prioridades encontradas.



Aplicaciones para producir materiales

Como muchas otras organizaciones, las organizaciones comunitarias escriben informes y memorándums, crean materiales públicos, dan seguimiento a sus presupuestos y reúnen información a diario. Los organizadores dependen principalmente de las aplicaciones de Google, las cuales incluyen aplicaciones para crear documentos, hojas de cálculos, formularios para encuestas y diapositivas para presentaciones, almacenadas en un depósito virtual conocido como “Google Drive”. Los organizadores también usan Google Calendar para realizar su trabajo.

Además, múltiples organizadores mencionaron que usan herramientas analíticas de las redes sociales, como HootSuite, para ayudarlos a entender el desempeño de su presencia en las redes sociales, planear y modificar futuras publicaciones y mejorar sus prácticas organizativas digitales para alcanzar audiencias de forma más eficaz. Por último, los organizadores también mencionaron que usan aplicaciones no específicas al ámbito sin fines de lucro, como EveryAction, en sus esfuerzos para recaudar fondos y movilizar los contactos personales de voluntarios (en inglés: *relational organizing*). A continuación, incluimos un resumen y una breve descripción de cada aplicación.

Google Workplace

Google Workplace (anteriormente conocida como Google Suite) es una colección de aplicaciones, cada una de las cuales con un objetivo específico en un ambiente digital integrado de colaboración. Estas aplicaciones incluyen: Docs (para procesar palabras), Drive (para almacenar archivos compartidos), Sheets (hojas numéricas de cálculo), Forms (para reunir información) y Calendar (para programar eventos). La prevalencia de las aplicaciones de Google parece estar conectada con el hecho de que son gratis, están diseñadas para el trabajo colaborativo y funcionan en múltiples dispositivos (teléfonos, tabletas y computadoras personales).



Los organizadores usan las aplicaciones de **Google Workplace** para:

- crear documentos, hojas de cálculo y diapositivas compartidas que varios integrantes de un mismo equipo pueden editar al mismo tiempo.
- coordinar los calendarios individuales del equipo y desarrollar un calendario coordinado de la organización.
- crear carpetas compartidas para almacenar materiales y otros productos organizados por y a la disposición de todos los integrantes del equipo.
- encuestar rápidamente a los empleados o integrantes de la organización y al público en general.
- apoyar la continuidad de la misión de la organización al usar carpetas compartidas de Google para que sirvan como una biblioteca donde se guarda la memoria institucional.

HootSuite y aplicaciones para analizar las redes sociales

HootSuite es un sitio web para administrar las redes sociales que incluye funcionalidades de programación y varias herramientas analíticas. Además, los organizadores descargan datos analíticos directamente de cada una de las aplicaciones de las redes sociales para entender cómo interactúan sus seguidores con cada publicación.



Los organizadores usan **HootSuite** para:

- programar el lanzamiento de futuras publicaciones en las redes sociales.
- tener acceso a datos analíticos y sugerencias relacionadas con cuándo publicar contenido para interactuar con sus seguidores de forma óptima.
- tener acceso a datos analíticos relacionados con la interacción con cada publicación para entender qué publicaciones tienen un buen desempeño.



Los organizadores usan **las aplicaciones que analizan las redes sociales** para:

- dar seguimiento a los “me gusta”, publicaciones compartidas, comentarios y clics del contenido que publican en las redes sociales.
- entender el desempeño de su presencia en las redes sociales y planear futuras publicaciones.
- modificar sus prácticas organizativas digitales para alcanzar con más eficiencia a sus audiencias seleccionadas.

EveryAction

EveryAction es una aplicación administrativa que ayuda a las organizaciones a gestionar listas de correo electrónico y la información de sus donantes. Además, Outreach Circle es una herramienta que incluye una aplicación para enviar/recibir mensajes de texto entre pares que facilita que los voluntarios, activistas y donantes apoyen su causa, campaña u organización favorita. Herramientas como EveryAction pueden servir para optimizar las actividades organizativas digitales y almacenar información sobre el personal y los integrantes de una organización para tener acceso rápido a esa información.



Los organizadores usan **EveryAction** para:

- crear una base de datos con los líderes e integrantes de su organización.
- organizar la información de los donantes y procesar donaciones.
- dar seguimiento y actualizar las direcciones electrónicas para enviar mensajes electrónicos masivos y alertas de acción.
- crear formularios de registro.
- dar seguimiento a la participación en los eventos.
- implementar esfuerzos para movilizar los contactos personales de sus voluntarios en un espacio digital.
- comunicarse con líderes e integrantes por mensajes de texto.
- desarrollar solicitudes y alertas de acción para recaudar fondos que cada persona puede enviar a sus familias y aliados.
- traducir para quienes hablan otro idioma que no sea inglés y para aquellos con necesidades de lectoescritura específicas.

Para obtener más información sobre las estrategias usadas para promover iniciativas que organizan a las comunidades, consulta las [*Estrategias para organizar comunidades digitalmente*](#).

Notas finales

- ¹ Byron, M.M. (2012). “El desafío de las redes sociales y el papel que desempeña YouTube para organizar comunidades a nivel local” (en inglés: *The challenge of social media—and role of YouTube—for grassroots organizing*; UMI No. 1522051) [Tesis de maestría, Departamento de Artes de los Medios en la Universidad de Long Island, campus de Brooklyn]. ProQuest Dissertation & Theses Global.
- Valenzuela, S. (2013). “Analizando el uso de las redes sociales para el comportamiento de manifestaciones: El papel que desempeñan la información, la expresión de opiniones y el activismo” (*Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism*). *American Behavioral Scientist*. Volumen 57, Edición 7, páginas 920-942.
- ² “Uso de las redes sociales en 2021” (*Social media use in 2021*). Pew Research Center, Washington, D.C. (7 de abril de 2021) <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- ³ Twitter. (14 de abril de 2022). En *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>.
- ⁴ Twitter. (14 de abril de 2022). En *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>.
- ⁵ Blystone, D. (2022, March 29). “La historia de Instagram: El ascenso de la aplicación #1 para compartir fotos” (*The story of Instagram: The rise of the # 1 photo-sharing app*). Investopedia. Obtenido el 18 de abril de 2022, a través de <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>.
- ⁶ “Una breve historia de TikTok y su ascenso a la popularidad” (*A brief history of TikTok and its rise to popularity*) Film & Corporate Video Production Company Singapore. (n.d.). Obtenido el 18 de abril de 2022 a través de <https://www.big3.sg/blog/a-brief-history-of-tiktok-and-its-rise-to-popularity>.
- ⁷ McFadden, C. (14 de junio de 2021). “La historia de YouTube y su impacto en el Internet” (*YouTube’s history and its impact on the internet*). Interesting Engineering. Obtenido el 18 de abril de 2022 a través de <https://interestingengineering.com/youtubes-history-and-its-impact-on-the-internet>.
- ⁸ “El papel de las redes sociales en los levantamientos árabes” (*The role of social media in the Arab uprisings*). Pew Research Center, Washington, D.C. (28 de noviembre de 2012) <https://www.pewresearch.org/journalism/2012/11/28/role-social-media-arab-uprisings/>.
- ⁹ Byron, M.M. (2012). “El desafío de las redes sociales y el papel que desempeña YouTube para organizar comunidades a nivel local” (en inglés: *The challenge of social media—and role of YouTube—for grassroots organizing*; UMI No. 1522051) [Tesis de maestría, Departamento de Artes de los Medios en la Universidad de Long Island, campus de Brooklyn]. ProQuest Dissertation & Theses Global.
- ¹⁰ Left, S. (13 de marzo de 2022). “La cronología del correo electrónico” (Email timeline). The Guardian. Obtenido el 18 de abril de 2022 a través de <https://www.theguardian.com/technology/2002/mar/13/internetnews>.
- ¹¹ Graham, S. (22 de abril de 2021). “El futuro de los eventos virtuales e híbridos en un ambiente pospandémico” (*The future of virtual and hybrid events in a post-pandemic landscape*). G2 Research Hub. Obtenido el 18 de abril de 2022 a través de <https://research.g2.com/insights/virtual-events-in-a-post-pandemic-landscape>.
- ¹² Barron, S. (5 de marzo de 2020). “Todo lo que necesitas saber para usar Zoom” (*Everything you need to know about using Zoom*). Blog de Owl Labs. Obtenido el 18 de abril de 2022 a través de <https://resources.owl labs.com/blog/zoom#:~:text=Zoom%20is%20a%20cloud%2Dbased,meeting%20recordings%2C%20and%20live%20chat>.