

# Unidos por la causa



[iStockphoto]/Thinkstock

El activismo, en cualquiera de sus manifestaciones (social, político, medioambiental...), vive una etapa dorada en internet. Si quienes vivieron épocas convulsas en el pasado achacan a las generaciones actuales una mayor pasividad ante las injusticias, es justo reconocer el papel de los nuevos medios para reivindicar cambios.

Álvaro Martín Enríquez

Hablando de activismo, la segunda definición que proporciona la Real Academia Española es, curiosamente, la que recibe un mayor uso en nuestros días. Según el diccionario, se trata de la «dedicación intensa a una determinada línea de acción en la vida pública». Hace 15 años, cualquiera habría podido asociar este término a la lucha pacífica por la independencia de la India llevada a cabo por Gandhi, a los movimientos antibelicistas surgidos en Estados Unidos durante los sesenta o, incluso, a la participación activa en la transición política española, por tomar un ejemplo más cercano. Quizá alguien habría pensado también en el movimiento ecologista, con acciones de impacto como las llevadas a cabo por la organización no gubernamental Greenpeace. Todas estas iniciativas tenían, sin embargo, un punto en común: la manifestación en el espacio público como medida de reivindicación.

Ahora nos trasladamos de nuevo al año 2012. Podemos decir que el activismo, como tantas otras cosas, ya no es lo que era. Más allá de una posible evolución de las

convicciones morales de la población, la práctica ubicuidad de internet en la vida cotidiana condiciona nuestra manera de perseguir cambios. El año 2011 fue, posiblemente, el punto de inflexión en esta tendencia, con eventos como la primavera árabe, el 15M o el auge y posterior caída en desgracia de Wikileaks, incluida la reacción de Anonymous con la denominada operación Payback. En todos los casos, el activismo de calle se ha visto reforzado con un intercambio de información y un poder de convocatoria sin precedentes impulsado por las redes sociales.

Es más, internet ha dado pie a un nuevo tipo de activismo pasivo, que no requiere presencia física para lograr sus objetivos. Cualquiera puede ahora adherirse a causas afines sin levantarse del sofá haciendo uso de plataformas como Change.org, Care2 o Avaaz. El funcionamiento de todas ellas es similar: un usuario identifica una causa, solicita el respaldo de otros miembros de la comunidad (para lo que resulta clave la redifusión de la petición a través de redes sociales como Facebook o

Twitter) y, si se alcanza masa crítica, se hace llegar a los destinatarios naturales, ya sean Gobiernos, empresas o personas físicas.

La española Actuable, que desde mediados de 2011 pertenece a Change.org, es hoy la principal web de este tipo en el mundo de habla hispana y cuenta con más de un millón y medio de usuarios. Su naturaleza es de empresa social (el emprendimiento social en internet dará por sí solo para otro artículo en el futuro), por lo que ha de obtener ingresos por la prestación de servicios como los envíos masivos o las listas de correo electrónico como medio para ser sostenible. Uno de los logros con más repercusión del pasado año fue conseguir la retirada de los principales anunciantes del programa de televisión La Noria tras haber emitido una entrevista a la madre de uno de los acusados de un caso de asesinato con gran impacto mediático. En este año, ya se han conseguido más de 150.000 peticiones para incluir una nueva casilla en la declaración de la renta para ceder el 0,7% de los impuestos a la ciencia (I+D+i). ¿Conseguirán también este cambio? ::