

AMAIA ARRIBAS		ESTRATEGANDO
amaya.arribas@itesm.mx		

El clicktivismo

Recibir correos electrónicos con el objetivo de que el destinatario firme por una causa se ha vuelto cada vez más común. Casi una vez por semana, en mi caso, recibo peticiones de determinadas páginas para que me posicione a favor o en contra de una situación particular o de una causa social.

Tiene un nombre, el clicktivismo. Nació en 1997 en Estados Unidos con la web MoveOn.org, dirigida a los ciudadanos norteamericanos para apoyar y participar en campañas progresistas en el país. Actualmente, las herramientas para movilizar al ciudadano son más efectivas que nunca. Antes teníamos que salir a la calle para protestar, ahora con un simple tweet o like en las redes sociales, con un posicionamiento, sencillo, el usuario está dando su apoyo o no a una determinada acción o causa. Ahora el usuario está más expuesto a un número mucho mayor de causas, que le habrían pasado desapercibidas de no haber sido por los mensajes de la página o por la difusión que llevan a cabo los demás usuarios. Eso sí, el nivel de compromiso que se genera en estas plataformas es menor que las acciones de activismo tradicional. Si bien el clicktivismo podría predisponer al ciudadano a la acción directa, la percepción que se tiene de él en cuanto a la acción es que uno se registra y mantiene el interés por recibir el resultado final, pero nadamás. Incluso, algunos lo hacen porque sale totalmente gratis, sin tener la incomodidad de moverse del sillón. En cambio, el activismo tradicional implica la participación en una protesta, salir a la calle, siendo un filtro que nos permite reflexionar sobre la conveniencia o no de reivindicar algo. Lo más conveniente

sería analizar como tal la petición, quién la propone, los intereses que puede haber más allá de los que se exponen en la petición, qué otras peticiones ha protagonizado, qué consecuencias habría si la petición tuviera éxito, y cómo afectaría a los distintos actores implicados. La gran mayoría de estas páginas incrementan el nivel de accesibilidad y visibilidad de las campañas, que unido a no tener que hablar con nadie, genera una sensación de mayor facilidad para intervenir y conciencia de participación. Ahora bien, como no están integradas en el sistema político, los poderes públicos las ignoran completamente. Una de las ventajas del clicktivismo es que da a conocer una causa a un mayor número de personas, entrando en contacto con ella, adquiriendo más información al respecto, e incluso, terminando por participar en ella o a nivel de manifestación física, lo que se podría llamar una “tangibilización” de la causa. Por ello, existe un embudo de conversión ya que no todo el que apoya una causa, firma a favor de la misma o llega a manifestarse por ella. Hay estudios que indican que la conversión final en pasar a la acción en la calle es superior entre quienes sí firmaron de manera virtual en este tipo de páginas, lo que sitúa al clicktivismo en un elemento fundamental en la participación ciudadana. La pre-

gunta está en si puede sustituir una a la otra, pero definitivamente hay ciudadanos que seguirán siendo activistas tradicionales y habrá otros que se sumen a la causa virtual. Lo que sí está ocurriendo es cierta trivialización de algunas causas, es decir, la petición de apoyo por cualquier causa, que si se pasara al activismo tradicional, no conseguiría apenas adeptos.

En definitiva, el clicktivismo nos convierte en ciudadanos más activos y conscientes, y permite además visualizar un cierto termómetro social, con una demostración de apoyo ante un tema. El clicktivismo se adecúa a los tiempos de hoy demostrando que es una manera válida de adaptar los mecanismos de respuesta de la sociedad a este entorno bidireccional, donde todos podemos difundir nuestra opinión gracias a estas sencillas herramientas. Ello llevará a forzar unas reglas del juego democrático que lo adapten a esta bidireccionalidad. En una sociedad hiperconectada no deberíamos concebir el voto cada seis años, desentendiéndose de las opiniones hasta que se vuelva a votar, sino que con un mecanismo técnico cuidado se pudiera optar por este nuevo clicktivismo para conocer las opiniones de los ciudadanos de manera puntual.

INVESTIGADORA DEL PROYECTO INTERNET, CÁTEDRA DE COMUNICACIONES DEL TECNOLÓGICO DE MONTERREY, CAMPUS ESTADO DE MÉXICO.

