

Qué es el activismo digital

Actualmente, internet no solo determina la manera en la que nos relacionamos y comunicamos, también se ha convertido en una herramienta cívica al servicio de la ciudadanía para hacer eco a sus luchas y movilizar a otros.

El ciberactivismo o activismo digital es el uso de las tecnologías de la comunicación y la información para crear, operar y administrar cualquier tipo de activismo. Se trata de usar las redes sociales y otras tecnologías en línea para emitir mensajes, conectar con personas, denunciar casos, documentar información y avanzar en una causa o movimiento.

Formas del activismo digital a través del tiempo

Una de las primeras maneras de hacer activismo digital fue el SMS, un medio que está entrando en desuso por la llegada de canales como WhatsApp o Telegram. Luego vino el correo electrónico, aún en uso, pero no tanto para el activismo digital. Durante un tiempo fue útil para informar, coordinar manifestaciones y generar debate.

Después se empezaron a popularizar las redes sociales como Facebook o Twitter, cuyo uso ha sido útil en el ciberactivismo para conseguir alcance internacional, presionar a actores de poder, recaudar fondos, entre otras acciones. Años más tarde llegaron redes como Instagram y más recientemente, TikTok, en donde también se han logrado viralizar causas y crear comunidades alrededor de luchas sociales en todo el mundo.

Hoy en día, no solo las redes sociales son los canales del activismo digital. Las plataformas como Change.org han expandido las posibilidades de generar iniciativas para recoger firmas e incidir en causas o peticiones. También se ve el uso de aplicaciones móviles, blogs en línea o podcasts para difundir información, crear comunidad y organizar acciones en pro de una causa.

Tipos de activismo digital

Hactivismo

Emplea métodos más tecnológicos y especializados para presionar y conseguir sus objetivos. Aquí se usa el hacking como principal técnica.

Slacktivismo

Se limita al 'me gusta' o compartir algún contenido a través de redes sociales. Este es un activismo con un nivel bajo de compromiso y de baja capacidad de transformación.

Clicktivismo

Consiste en usar las redes sociales para organizar protestas, cuantificando el éxito según la cantidad de clics en llamados a la acción como las peticiones de Change.org.

Activismo de hashtag

Los usuarios usan una etiqueta determinada para apoyar una causa. Sin embargo, es posible que la etiqueta se use en mensajes de crítica o sátira, no necesariamente a favor.

Infoactivismo

El propósito es transformar la información en acción: hacer que los datos dados se conviertan en incidencia para que se informe de forma completa y correcta sobre las injusticias actuales.

Artivismo

Es una forma de usar el arte para crear conciencia e incidencia y funciona tanto online como offline. Puede ir desde el graffiti hasta el performance, o cualquier muestra artística para la conciencia social.

Recomendaciones

1. **Conoce a tu audiencia:** A la hora de tratar un problema debes reconocer que hay múltiples comunidades digitales o grupos de interés (grupos, organizaciones, personas, etc), con distintos intereses y capacidades de incidir directamente en el problema.

Identifica cuáles de estas comunidades pueden hacer el cambio que deseas ver. Un error común es generar estrategias que apelen a todos, pero no le lleguen a nadie.

2. **Encuadra tu mensaje:** Encontrar lo que vas a decir es clave, por eso debes ser: sencillo y explicar tu causa claramente, enfatizar en su importancia, decir algo nuevo que no sea tan sencillo de inferir o conseguir por medios normales, ser interesante, emotivo e inclusive impactante, y hacer un llamado claro a la acción, realizable y con distintos niveles de involucramiento

Ante todo, sé honesto y no presentes información sin evidencia.

3. **Construye tu red:** Es fundamental para cualquier organización construir habilidades para crear redes que sirvan para movilizar voluntarios o internautas, distribuir información clave, entre otros. Es importante no sólo generar nuevos contactos, sino saber administrarlos. Mantener una relación es tan importante como buscar nuevos aliados.
4. **Revisa la propiedad de tu contenido:** En el mundo digital, generalmente el material audiovisual es de propiedad de alguien. Es importante revisar estas normas para no generar infracciones o restricciones en lo que puedes publicar. Si bien una forma es usar material propio (fotografías tomadas por ti o tu equipo) hay alternativas gratuitas como: bancos de imágenes, gifs o videos sin costo, dar crédito al creador original del contenido o pagar, si hay recursos, por contenidos.
5. **Mide tu éxito:** Una campaña digital no sólo implica lanzarla y echarla andar, revisar su impacto, y ver cómo tu público está siguiendo lo que dices es fundamental para iterar y transformar tu mensaje y que cada vez sea más atractivo. Las redes sociales ofrecen herramientas gratuitas para revisar algunos indicadores, aunque puedes hacer también uso de Google Analytics para revisar el desempeño de tu sitio web.

Guías para consultar

Guía de comunicación para el cambio social

Contiene actividades, reflexiones y recomendaciones que pueden ayudarte en tus esfuerzos de comunicación para el cambio. Está hecha para activistas, defensorxs, organizaciones y colectivxs que quieran usar la información y la tecnología para generar un cambio social.

<https://infoactivismo.org/una-guia-de-comunicacion-para-el-cambio-social/>

Guía de activismo digital para aliadxs LGBTI

Esta guía es para personas que no son parte de la comunidad y quieren apoyarla o para personas que pertenecen a una subcomunidad y quieren apoyar a otra. También es una guía adaptable a otras causas.

<https://infoactivismo.org/guia-de-activismo-digital-para-aliadxs-lgbt/>

Herramientas para una comunicación digital inclusiva

Una compilación de noticias, iniciativas y herramientas para comunicar el activismo de manera amplia e inclusiva.

<https://mailchi.mp/socialtic.org/comunicacion-digital-inclusiva>

Guía de ciberactivismo feminista

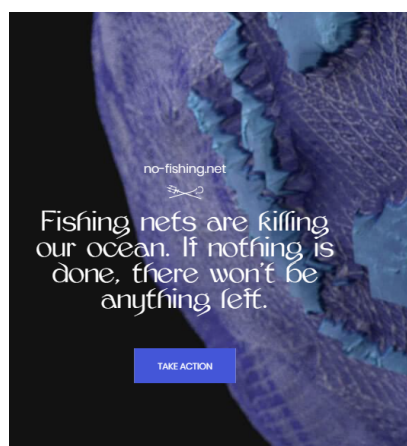
Una guía con enfoque de género y seguridad digital para las mujeres.

<https://fundacionmujeres.es/wp-content/uploads/2022/02/Guia-Ciberactivismo-feminista.pdf>

Ejemplo

No Fishing: esta es una campaña digital organizada por la organización Sea-Shepherd cuyo objetivo es crear conciencia sobre los peligros de las redes de pesca industriales en los océanos.

Con un simple mensaje: “Las redes de pesca industriales están asesinando nuestros océanos. Si nada se hace no quedará nada, actúa”. Se nos ofrecen cifras impactantes y material informativo que también nos lleva a la acción (en este caso donar) para proteger nuestros océanos.



Destaca cómo el mensaje está dirigido a personas con interés medioambiental, pero por el atractivo visual se puede replicar hacia otros públicos.

Referencias

<https://ayudaenaccion.org/blog/solidaridad/redes-y-activismo-digital/>

<https://impactotic.co/activismo-digital-la-movilizacion-va-mas-alla-de-las-redes-sociales/>

<https://www.iri.org/news/que-es-ciberactivismo/#:~:text=Definamos%20ciberactivismo%3A%20es%20el%20fen%C3%B3meno,para%20proponer%20soluciones%2C%20entre%20otros>

<https://www.vice.com/es/article/epxgdn/infoactivismo-artivismo-y-craftivismo-las-armas-de-la-generacion-z>