

## SOLIDARIDAD UNIVERSITARIA CON PREMIO



El Centro Social Cachivache, del madrileño barrio de Carabanchel, sale vencedor en los primeros Premios al Voluntariado Universitario, organizados por la Fundación Mutua Madrileña. Los jóvenes voluntarios del centro dan apoyo escolar a los niños del vecindario.

4

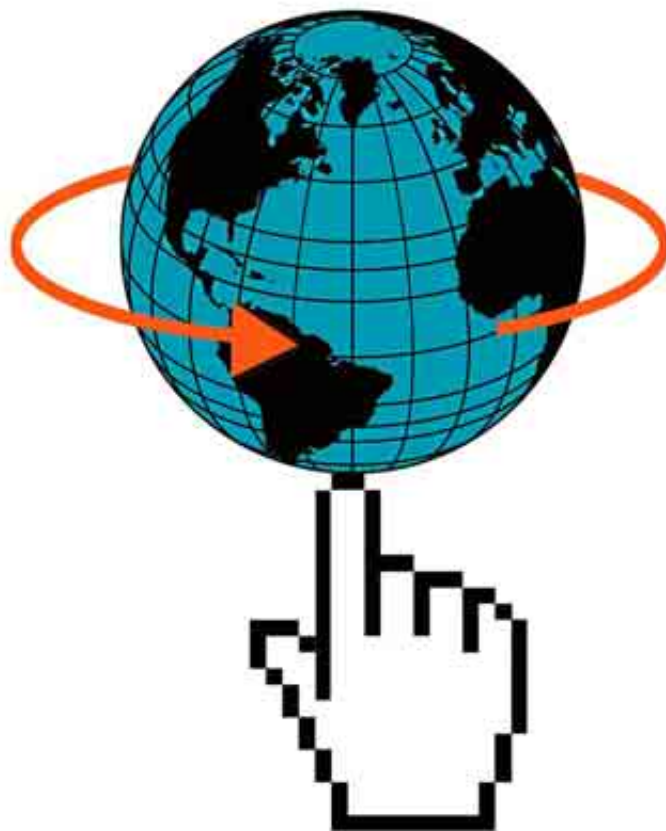
## Aleix Espargaró «Tres vueltas al mundo a los 17 hacen madurar muchísimo»



El piloto de MotoGP hace un repaso a su carrera y a sus nuevos retos. «Mi hermano y yo venimos de una familia humilde. Eso te hace sentir más responsable», asegura.

8

# 'CHANGE', EL VERBO DE MODA. Entre el activismo de sofá y la revolución 2.0



LUIS PAREJO

Lo llaman *ciberactivismo*, *clicktivismo* o, en su versión peyorativa, *activismo de sofá*. Plataformas como Change.org, Avaaz.org u Oiga.me son utilizadas cada día por cientos de miles de usuarios que intentan cambiar el mundo a golpe de clic. Los más jóvenes, nativos digitales en la era de la información, ven en estos nuevos portales la forma más rápida y eficaz de impulsar sus peticiones de cambio, en muchos casos relacionadas con temas tan polémicos y cercanos a ellos como la educación.

La mera inclusión de un correo electrónico y un nombre bastan para firmar estas peticiones, que a menudo son puestas en tela de juicio. Las voces más críticas apuntan, además, que pueden llegar a ejercer de sedante social, anestesiando determinadas conciencias e impidiendo que las protestas se lleven a su escenario más tradicional: la calle. Sea como fuere, lo cierto es que, tras su eclosión, estas plataformas parecen haber revolucionado el activismo del siglo XXI. / PÁGINAS 2 Y 3

## EL NUEVO SEAT IBIZA, IDEADO POR UN VEINTEAÑERO



Jan Freixa tiene tan sólo 20 años y es estudiante de Ingeniería en la UPC. Sin embargo, sus ideas han conquistado a los ingenieros de Seat, que adoptarán su diseño para la quinta generación de un clásico, el modelo Ibiza. Todo un empujón en la carrera de un joven cargado de talento.

5

## LOS (MEGA) BARBUDOS TOMAN LA DELANTERA

Tras unos años de rostros imberbes hasta resultar infantiles, vuelve el hombre a la pasarela y a la calle. Caras cubiertas de vello con barbas, cuanto más largas mejor, invaden las nuevas tendencias. Todo un alegato por la masculinidad.



6

2

ACTUALIDAD

# CLICKTIVISMO

Sedante social para algunos, revulsivo virtual para otros, las movilizaciones en internet suscitan todo tipo de críticas. La falta de seguridad en la identificación del usuario no impide que miles de jóvenes las utilicen para impulsar sus reivindicaciones



**JOSÉ ANDRÉS GÓMEZ**

«Sabemos que los problemas del mundo no siempre tienen soluciones sencillas. Pero sabemos también que cuando un número de personas se une en un mismo momento para cambiar las cosas, el cambio es posible. [...] Si quieres cambiar el mundo, te lo vamos a poner fácil».

Esta es la forma en la que, en 2010, un joven emprendedor llamado Francisco Polo daba la bienvenida a Actuable, un innovador portal en nuestro país que pretendía revolucionar el activismo tradicional e impulsar peticiones ciudadanas a través de *cibermovilizaciones* a las

en ella se crean alrededor de 3.000 peticiones cada mes. Un buen número de éstas son suscritas e impulsadas cada día por cientos de jóvenes. Estos ávidos usuarios nacidos en plena era digital ven en Avaaz.org, Oiga.me o la propia Change.org el medio más rápido y eficaz con el que gritar al mundo su indignación y provocar cambios en la sociedad valiéndose de su teclado y un ratón.

Pero, ¿realmente es posible conseguir cambios sociales tan sólo con un clic? «Firmar una petición es como prender la mecha de un cartucho de dinamita. Al principio, sólo ves una pequeña chispa,

siguen viralizarse y gracias a ello reciben el respaldo de miles de usuarios, cuyas firmas se contabilizan de forma visible, como muestra palmaria de la indignación de la ciudadanía.

Es el caso, por ejemplo, de Laura Zornoza. Esta estudiante de Periodismo y Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid inició, el pasado mes de noviembre, una petición en Change.org para tratar de salvar las becas Erasmus, después de conocer que el Ministerio de Educación había decidido retirar la ayuda a miles de jóvenes con el curso ya empezado. «Fijé el objetivo ini-

alguien que había impulsado una petición a través de Change.org», subraya.

La campaña iniciada por la estudiante, junto a la tremenda presión ejercida por los medios de comunicación, consiguió que el Gobierno diese marcha atrás en sus planes en menos de una semana y decidiese mantener la dotación de las becas conforme a lo estipulado y sin que tuviera lugar manifestación alguna en la calle.

El desplome absoluto de la confianza en la clase política y la falta de respuestas por parte de las instituciones públicas a las demandas de la ciudadanía han disparado la aparición de peticiones en estos portales. «Internet se ha convertido en una herramienta fantástica para mejorar la manera en la que la gente cambia las cosas», apunta el director de Change.org en España. «Ha provocado que las barreras de liderazgo se hayan bajado y, además, permite que los cambios se generen de una forma mucho más rápida».

**Un estudio de la Universidad de Georgetown revela que aquellas personas que participan del activismo 'online' intervienen de igual forma en protestas y manifestaciones en las calles**

que sumarse «con un par de clics» en la Red. Es el activismo del siglo XXI, también llamado *clicktivism* o, de forma peyorativa, activismo de sofá.

Cuatro años después, Polo dirige la oficina en España de Change.org, la mayor plataforma de peticiones *online* del mundo. La web cuenta ya con más de cinco millones de usuarios en nuestro país -50 millones en todo el mundo-, y

pero el efecto final puede ser demoledor, y desencadenar una serie de acciones de alto impacto», comenta Luis Morago, director de campañas de Avaaz.org en España, plataforma que tiene más de 33 millones de activistas en todo el mundo.

Las redes sociales sirven en este contexto como elemento catalizador con el que conseguir acelerar las reacciones. En la mayoría de casos, las campañas con-

cial en 1.000 firmas, pero en tres días había conseguido más de 200.000», apunta aún sorprendida.

Cuando acudió al Registro a entregar en formato físico las *rúbricas*, se encontró con que el secretario de Estado de Universidades, Federico Morán, quería recibirla para tratar el asunto. «Fue la primera vez que un político accedía a reunirse en España de forma inmediata con



Esta rapidez y facilidad con la que se suman usuarios a las causas –basta en la mayoría de los casos con ingresar un nombre, un correo electrónico y un código postal– ha provocado, a su vez, que muchas voces se alcen en contra de estas nuevas formas de activismo, poniéndolas en tela de juicio. Suplantar una identidad en alguna de ellas es tan fácil como escribir un nombre de usuario y un correo electrónico falsos en la casilla pertinente.

Desde Change.org apuntan que su misión es la de «ejercer presión pública y mediática», y solicitar un DNI o enviar un *link* a la bandeja de entrada para validar la firma, además de ineficaz, supondría poner excesivas trabas al usuario. Su director asegura que detectar firmas fraudulentas es «lo más importante» para la compañía, y en la medida en la que encuentren «un buen balance entre tener una plataforma sencilla y la mayor comprobación de quién es el usuario que está detrás», seguirán avanzando en ello.

Tal y como asevera Javier de la Cueva, abogado experto en tecnologías de la información, las *rúbricas* de estas plataformas no tienen «ninguna validez jurídica». Aun así, De la Cueva también apunta que el *ciberactivismo* puede tener una concepción distinta y ser tenido más o menos en cuenta en función de la madurez democrática de cada país: «En España no existe una cultura democrática y no se legisla por razonamiento y evidencias y sí por intereses, como se ha de-

### FIRMAS FÍSICAS

Con la intención de que las peticiones traspasen el mundo 'online', las plataformas permiten entregar de forma física las 'rúbricas' a los destinatarios de las campañas. / ANTONIO HEREDIA

mostrado con la iniciativa legislativa popular de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca».

Existe, además, otro debate en torno a la verdadera utilidad de estas plataformas. Por un lado, sus más acérrimos defensores aseguran que pueden llegar a avivar la participación de las personas menos sensibilizadas con el activismo, politizando un espectro de población que de otra forma no participaría en las movilizaciones que tienen lugar en la calle. Por otro, las voces más críticas apuntan que puede llegar a ejercer como sedante social, anestesiando algunas conciencias al evitar que los individuos emprendan las acciones de protesta más tradicionales en los escenarios tradicionales, consideradas de un mayor impacto.

«Es bueno que cada vez más gente participe en cuestiones de índole política, que se pulse la opinión de las personas que son más reticentes a participar en otro tipo de acciones», asegura Enriqué Dans, profesor de de Sistemas de Información de IE Business School. «Sin

embargo, también puede ser malo desde el momento en el que se trivializa una protesta o, por ejemplo, la gente comienza a unirse a cualquier petición que vea sin ir más allá», advierte el experto.

Un estudio sobre las dinámicas de movilización en la actualidad de la Universidad de Georgetown, en Estados Unidos, publicado a finales de 2011, derriba las teorías de los más agoreros. En él se apunta que aquellas personas que firman peticiones *online* o que participan del *clicktivismo* suelen estar también vinculadas a asociaciones, partidos políticos u organizaciones no gubernamentales que las que no lo hacen, y que el *ciberactivismo* complementa al activismo de calle lejos de frenarlo.

«Si miramos los datos de la última Encuesta Social Europea, podemos observar que en España ha aumentado mucho el porcentaje de personas que se manifiestan y salen a protestar», confirma Manuel Jiménez, profesor de Sociología especializado en movimientos sociales, de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla. «No existe un flujo de personas hacia el sillón y sí lo contrario, lo que nos puede llevar a pensar que el activismo *online* y *offline* se refuerzan mutuamente».

La necesidad de contar con grandes organizaciones para coordinar protestas parece difuminarse tras la eclosión de estas plataformas virtuales. Su viralidad y capacidad para tender lazos virtuales en la Red juega para algunos tan a favor como para otros en contra.

## POR PEDIR...



### CIERRE DE CHANGE.ORG

Ni siquiera la propia plataforma se libra de ser objeto de peticiones. «Change.org facturó en 2011 un total de 3,7 millones de dólares en beneficios y en 2012 fueron ya 15 millones de dólares. ¿Seguirás enriqueciéndoles a cambio de calmar tu conciencia y no conseguir nada?», rezaba la publicación de un usuario que pedía el cierre de la empresa. Consiguio 1.800 firmas.



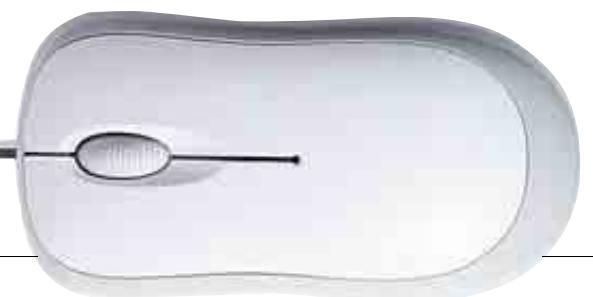
### FABADA PARA DASHA

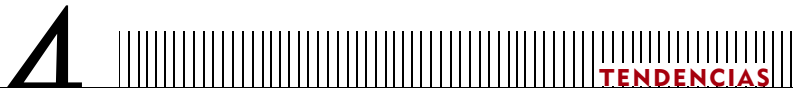
No todas las peticiones que los usuarios realizan a través de la plataforma Change.org buscan, realmente, hacer 'clicktivismo'. Es el caso de #UnaFabadaParaDasha, que se refiere a la delgadez de la modelo rusa Dasha Kapustina, «una joven con fuertes lazos asturianos cuyo sueño se puede ver destrozado por el mal de la desnutrición».



### VUELTA A LA PESETA

Ha tenido poco éxito, apenas 147 firmas, pero aun así es llamativa la petición de un joven de Betanzos (La Coruña), que solicita apoyos para el regreso de la peseta, «una moneda con la que todos estábamos tan contentos», argumenta. La causa que esgrime es la deuda nacional. «Pedimos que vuelva lo que es nuestro», asevera.





TENDENCIAS

# SOLIDARIOS 'CUM LAUDE'

## La Fundación Mutua Madrileña concede los primeros Premios al Voluntariado Universitario

SARA POLO

La etapa universitaria está llena de cambios y desafíos, y a menudo los jóvenes dan una imagen egoísta y desinteresada hacia los problemas sociales que tienen lugar a su alrededor. Sin embargo, son muchos los que eligen emplear su tiempo libre en ayudar a los demás, cada vez más.

No en vano, el 92% de las universidades españolas promociona las acciones de voluntariado entre sus alumnos a través de departamentos específicos orientados a la actividad solidaria, y el 90% de ellas vio incrementarse el volumen de voluntarios en el pasado curso, según el estudio realizado por la Fundación Mutua Madrileña en 60 centros españoles, en el marco de sus I Premios al Voluntariado Universitario.

De entre las 50 candidaturas presentadas, el proyecto ganador ha sido el Centro Social Cachivache,

ubicado en el madrileño barrio de Carabanchel. Nació hace 15 años de la mano de un grupo de estudiantes de Agrónomos de la Universidad Politécnica de Madrid, y desde entonces brinda actividades de apoyo escolar y de ocio y tiempo libre a los niños de esta zona humilde de la capital.

«Al principio trabajábamos en locales cedidos por las parroquias. Ahora, gracias a la cuotas de los asociados y a las actividades de los voluntarios, tenemos nuestro propio local», cuenta José Antonio Rey, que participa en el Centro Social Cachivache desde hace siete años.

Todas las tardes, entre semana, los menores carabancheleros acuden al local a hacer los deberes. «La mayoría de los voluntarios somos universitarios o acabamos de terminar nuestros estudios, así que no nos resulta difícil ayudarles con sus tareas», afirma



Rey. «Aunque nuestra idea es que el Centro esté abierto 24 horas, solemos funcionar más por las tardes, porque por las mañanas estamos en clase, y en época de exámenes estamos en servicios mínimos», reconoce.

En verano, estos jóvenes organizan un campamento urbano para los menores. Gracias a los 5.000 euros del premio, este año pasarán 15 días en Ávila. «Para muchos niños, es una de las pocas oportunidades de salir de Madrid», apunta Rey.

### AL PIE DEL CAÑÓN

Los jóvenes universitarios de la UPM que ejercen como voluntarios en el Centro Social Cachivache, posan ante la puerta pintada de la asociación. / ALBERTO DI LOLLI

«Cachivache representa los valores y cualidades que queríamos transmitir con estos premios: combina los esfuerzos por mejorar la educación de los beneficiarios con la ayuda en sus necesida-

des básicas, mediante el acuerdo que mantiene con el banco de alimentos, así que tiene un impacto real en las vidas y el futuro de los niños», explica Lorenzo Cooklin, director general de la Fundación Mutua Madrileña.

Los galardones han repartido un total de 25.000 euros entre seis iniciativas, casi todas con su objetivo solidario puesto en el entorno más inmediato. Es el caso del 78% de las acciones de voluntariado universitario.

Pero algunas, en colaboración con ONG ajenas al mundo académico, traspasan las fronteras nacionales. Es el caso del proyecto *Por un futuro más digno: acercando la sanidad universal a Kiongwani*, de la Organización María Salus Infirmorum, con la que, cada verano decenas de estudiantes de Medicina de la Universidad de Navarra viajan al poblado keniano para impulsar una mejor atención sanitaria.

Begoña Gastón ha participado durante tres años seguidos en la experiencia, y destaca que ha visto «cómo

todo esfuerzo tiene su recompensa». «Empezamos atendiendo en una habitación pequeña de la casa de los voluntarios y hoy nuestro centro se considera el mejor de la región», cuenta.

Todos aseguran que, ante la falta de financiación pública de los proyectos de voluntariado universitario, la iniciativa de la Fundación Mutua Madrileña es un empuje para una actividad que «requiere un gran esfuerzo y sacrificio, pero devuelve mucho más de lo que das», subraya Rey.



## Becas de estudios sobre cuatro ruedas

Emilio Botín, presidente de Banco Santander, ha anunciado la quinta edición del programa Becas Fórmula Santander de movilidad internacional en un acto celebrado en Baréin, sede de los segundos entrenamientos de pretemporada de la Fórmula 1. Fernando Alonso, piloto de Scuderia Ferrari, y Jenson Button, de McLaren Mercedes, participaron en el acto con otros miembros de sus equipos. El programa, organizado por la entidad a través de la División Global Santander Universidades, se dirige a estudiantes de grado y posgrado de Brasil, España y Reino Unido y les facilita la posibilidad de realizar una estancia en una universidad extranjera con la que colabore el banco. Cada beca está dotada con 5.000 euros.

## CONCURSO

## MOTOR

**CASOS REALES, A EXAMEN.** La UNAV vence el XI torneo de talento universitario

## G/U/CAMPUS

Con el objetivo de ofrecer a los participantes la posibilidad de acercarse al mundo empresarial por medio de la resolución de casos de negocio reales, la consultora KPMG ha organizado la undécima edición de la competición de talento universitario, International Case Competition (KICC). Los jóvenes se enfrentan a situaciones laborales complejas que les ayudan a desarrollar la capacidad de trabajar en equipo y las habilidades de liderazgo que necesitan para tener éxito en su futuro profesional.

El equipo de estudiantes de la Universidad de Navarra formado por Itziar Masifern, Gonzalo Álvarez de Toledo, Marc Godia y José Felix Velasco, ha sido el ganador y será el encargado de representar a España en la final internacional que se celebrará en São Paulo, en abril.

Los equipos, formados por cuatro estudiantes de cada universidad – el Colegio Universitario de Estudios Financieros (Cunef), Esade-Universidad Ramón Llull, la Universidad Carlos III de Madrid, la de Deusto, la de Navarra, la Pompeu Fabra, la Pontificia Comillas (Icade) y la San Pablo CEU– se reunieron el pasado 13 de febrero en las oficinas de KPMG en Madrid para resolver un caso de negocio real relacionado con el sector aeronáutico. Un jurado independiente formado por profesionales del ámbito empresarial ha valorado principalmente los parámetros de creatividad, trabajo en equipo, su capacidad de análisis y habilidades comunicativas para proclamar como ganador al equipo de la Universidad de Navarra.

«En KPMG estamos orgullosos de poder ofrecer a los alumnos más brillantes la posibilidad de tener esta experiencia única de aprendizaje», explica Segor Teclsmayer, socio responsable de Recursos Humanos de KPMG en España. Es una satisfacción para nosotros que un equipo con tanto talento represente a España en Brasil y ver cómo progresa en esta fase internacional», añade el socio.

A lo largo de sus 11 años de historia, el KICC se ha convertido en una de las competiciones a nivel universitario más importantes del mundo. En la pasada edición, esta iniciativa logró reunir a alrededor de 6.000 estudiantes de más de 300 universidades en 23 países.

# EL JOVEN QUE ENCANDILÓ A LA INGENIERÍA ALEMANA

## Un estudiante de la Politécnica de Cataluña idea el futuro Seat Ibiza



### JOSÉ ANDRÉS GÓMEZ

Se llama Jan Freixa, acaba de aterrizar en la veintena y con sus osados trazos ha conquistado por completo a la ingeniería automovilística alemana. Al menos, a una parte de ella.

Estudiante de grado en Diseño Industrial y Desarrollo del Producto de la Universidad Politécnica de Cataluña, se acaba de proclamar vencedor del concurso *Diseña tu Seat*, que convoca la propia marca y la revista *Auto Bild*, por delante de más de 200 propuestas, algunas de ellas de diseñadores profesionales.

Su proyecto servirá de referencia para el diseño de la quinta generación de uno de los coches más vendidos en España, el Seat Ibiza, que saldrá a la venta en los próximos años.

«Mi objetivo era hacer algo diferente pero manteniendo la identidad de la marca, que

tiene su propio lenguaje y una serie de valores que los diseñadores debemos seguir en cierta forma», comenta este alumno de la Escuela de Ingeniería de Tarrasa.

Así, durante algo más de mes y medio, Freixa estuvo trabajando en distintos bocetos, tirando líneas en un papel en blanco, dibujando formas y estudiando el lenguaje estético con la intención de diseñar un modelo transgresor, pero bajo unos cánones muy determinados.

Freixa confiesa que a tan sólo dos días de la entrega decidió tirar a la basura el proyecto para empezar otra vez desde cero, «y el resultado fue algo mucho más espontáneo» pues la inspiración venía de lo que ya había estado creando por sí mismo.

Su propuesta aborda sustanciales cambios en diversas partes del vehículo, entre las que se encuentran la denominada «línea de carácter» –la columna vertebral del automóvil– o la calandra, la parte frontal del coche en la que reside la identidad de todo modelo.

La osadía en el proyecto de este joven, que repara en todo tipo de detalles, le ha llevado incluso a proponer un cambio en la tipografía de la marca, con unas letras mucho más angulosas y horizontales. Hecho que, a juzgar por

### JAN FREIXA / 20 AÑOS / ESTUDIANTE

«Para diseñar coches hay que ser un poco friki y conocer muy bien qué es lo que se cuece en el mercado»



### Un deportivo barroco

El proyecto de automóvil que ha ideado Jan Freixa propone un diseño «más barroco y a la vez deportivo», según sus propias palabras. Para ello ha apostado por formas rectangulares, tratando de evitar los ángulos curvilíneos. Su obsesión por el diseño automovilístico le llevó a remontarse al Seat Ibiza primigenio, el de 1984, para crear la parte posterior del coche. En cambio, para la parte frontal, el joven apostó por darle una mayor profundidad, agujereando el polígono donde se coloca el logotipo. «Seat utiliza una forma poligonal y yo lo único que hice fue darle algo más de profundidad, dotándola de más riqueza de detalles», explica.

los resultados, también ha sido bien visto por la marca.

Tras recibir un coche como galardón así como loas y alabanzas, este imberbe estudiante de ingeniería sólo

piensa en seguir diseñando coches. Su futuro, según apunta, está en Alemania, lugar en el que sus ideas, tal vez algún día, puedan llegar a circular sobre cuatro ruedas.

