

Las redes sociales como infraestructura de la acción colectiva: análisis comparativo entre Facebook y N-1 a través del 15M

2011 demostró que las formas de articulación de la acción colectiva se están modificando a nivel transnacional, cobrando ahora las redes sociales un papel primordial en los ciclos de lucha. ¿Quién podía haber imaginado una movilización social de la magnitud del 15M sin el apoyo de partidos políticos o sindicatos? El artículo se centra en un estudio comparativo entre los usos políticos de las redes sociales *Facebook* y *N-1* durante los primeros meses del 15M. Se analiza el grado en que ambas plataformas se convirtieron en infraestructuras políticas, determinando a su vez los factores necesarios para que una red social pueda transformarse en *estructura de movilización* y *para el mantenimiento de la protesta* ante ciertos contextos. Las redes sociales posibilitan así que la “autocomunicación de masas” se convierta en el modelo hegemónico de comunicación, surgiendo a través de ellas una multitud de heterogéneas comunidades virtuales desde donde se articula la lucha política.

..

Javier Gil García

javi@nodo50.org

1. Introducción^{1,2}

Desde los años 90 hasta nuestros días se han originado nuevos ciclos de luchas que han transformado las formas políticas tradicionales, estando estructurados a partir de una organización en red que ha utilizado las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TIC) como herramientas para actuar, informar, reclutar, organizar, dominar y contradominar³. La incorporación de avances tecnológicos -listas de correos, páginas de contrainformación, sms, etc- ha sido cada vez mayor, logrando formas de coordinación entre activistas hasta entonces insólitas y teniendo como resultado amplias redes de activismo transnacional⁴.

La relación entre movimientos sociales y avances tecnológicos se ha ido estrechando con el paso del tiempo, necesitando cada vez más los primeros a los segundos⁵. Tal es la incorporación de las nuevas tecnologías por los movimientos sociales que se ha llegado a afirmar que “las multitudes inteligentes son grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas -políticas, sociales, económicas- gracias a que un nuevo medio de comunicación posibilita otros modos de organización, a una escala novedosa, entre personas que hasta entonces no podían coordinar tales movimientos”⁶. Es decir, los nuevos medios de comunicación cobran cada vez una importancia mayor en el desarrollo de la acción colectiva.

El 15M ha sido un claro ejemplo de cómo la acción colectiva ha incorporado los últimos avances en materia web –en concreto las redes sociales- en sus procesos de formación y desarrollo, estando una vez más ante un cambio en las formas de organización y coordinación de la protesta. Tanto los activistas del 15M como la opinión pública resaltaron continuamente que detrás del movimiento no había ni partidos políticos, ni sindicatos, ni grandes asociaciones u oligopolios del mundo de la comunicación, hasta el momento únicas estructuras de movilización con capacidad para agitar protestas masivas durante tanto tiempo. La ausencia de dichas estructuras ha sido sustituida por unas redes sociales que en un primer momento consiguieron conectar continua y rápidamente la espontaneidad de miles de desconocidos con un sentimiento común: el cambio necesario ante la crisis del sistema político actual.

2. Metodología

Para determinar en qué niveles una red social cumple con funciones de infraestructura política, debemos preguntarnos cuáles son las características concretas de las plataformas,

¹ Este trabajo es una reedición del artículo publicado en Javier Gil, *Las redes sociales como infraestructura de la acción colectiva: análisis comparativo entre Facebook y N-1 a través del 15M*, Sistema, 128 (10):65-80, 2012.

² El profesor Ramón Cotarelo leyó un borrador del trabajo. Le agradezco sus observaciones y comentarios.

³ Manuel Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol. I, La sociedad red*, Siglo XXI, México, 1999.

Manuel Castells, *La galaxia internet*, Plaza y Janés, Barcelona, 2001.

⁴ Sidney Tarrow, *El nuevo activismo transnacional*, Hacer, Barcelona, 2010.

⁵ Igor Sádaba, *Acción Colectiva y Movimientos Sociales en las redes digitales*, X Congreso Español de Sociología, 1, 2 y 3 de julio, Grupo de Trabajo 20, 2010.

⁶ Howard Rheingold, *Multitudes inteligentes*, Gedisa, Barcelona, 2004, pg. 13

cómo han sido utilizadas por los activistas en momentos claves, y qué dinámicas de comunicación y coordinación se han realizado sobre las mismas; elementos necesarios para analizar sus posibilidades y capacidades como infraestructuras políticas. Para ello estudiaremos el caso concreto del *15M*, analizando la más inmediata etapa de difusión y movilización de la protesta, y una segunda etapa que tiene que ver con el mantenimiento del *15M* a lo largo del tiempo como movimiento político; realizando un análisis comparativo entre las redes sociales *Facebook (FB)* y *N-1*.

Ambas redes difieren considerablemente entre sí respecto a sus funciones, su tamaño, los recursos materiales y económicos con los que cuentan, el número de personas adscritas a su comunidad, las relaciones de comunicación que ambas plataformas ofrecen a sus miembros, los beneficios económicos y sociales que producen, el nivel de privacidad que ofrecen a los usuarios o el ámbito territorial sobre el que inciden. La magnitud de dichas diferencias es tan grande que las convierte en dos casos con muchas dificultades para ser sometidos a comparación. Aun así, ambas comparten un importante elemento común: durante los primeros meses del ciclo de protestas del *movimiento 15M* fueron elementos fundamentales en la formación, difusión y organización de la acción colectiva.

Analizar comparativamente las funciones de *FB* y *N-1* nos permite profundizar sobre sus potencialidades como estructuras políticas y determinar ante qué factores las redes sociales se convierten en infraestructuras de la acción colectiva. Para ello nos centraremos en el estudio de dos dimensiones fundamentales en el inicio y la articulación del movimiento:

- *La capacidad de movilización espontánea.*
- *Las potencialidades para el mantenimiento de la protesta*

En la primera etapa de investigación hemos realizado un estudio descriptivo sobre los usos de *FB* y *N-1* durante el *15M*, observando en qué casos se convirtieron en infraestructuras de la acción colectiva y en cuáles no. El análisis comparativo nos permitió identificar las causas necesarias para que los casos fuesen positivos, distinguiendo a su vez los elementos concretos de los casos en que las causas fueron insuficientes. Los resultados de la comparación muestran cuáles son los requisitos necesarios para que las redes sociales puedan servir como infraestructuras políticas; categorías de análisis que podrán ser utilizadas en futuras investigaciones sobre las redes sociales y las nuevas formas de la protesta.

Para analizar las dos redes sociales hemos accedido a los distintos espacios virtuales que se han creado en torno al movimiento *15M* en ambas plataformas, utilizando varios métodos de investigación. Por un lado hemos clasificado el contenido de la información publicada por los activistas y las distintas formas de ciberparticipación que desarrollaron los usuarios en dichos espacios, tanto cualitativa como cuantitativamente. Por otro lado hemos analizado el diseño de las plataformas, centrándonos en el tipo de relaciones de comunicación que permiten a sus usuarios.

3. Análisis

3.1 Variable 1: La capacidad de movilización espontánea.

La capacidad de movilización espontánea es probablemente una de las dimensiones de la acción colectiva que mejor se optimiza a través del uso de las redes sociales. Esta

dimensión la entendemos como la capacidad de un grupo de personas o individuos aislados para articular y coordinar una movilización social, convirtiéndose la plataforma en la estructura de movilización principal con la que cuenta la protesta. La *capacidad de movilización espontánea* viene determinada por dos factores necesarios pero que por sí solos no son suficientes:

1. El **primer factor** tiene que ver con la *capacidad de difusión*. Para que la movilización cumpla con sus objetivos el mensaje original emitido por los propulsores tendrá que extenderse por la red a través del efecto viral. Son tres los elementos que hacen posible que dicho efecto pueda originarse: el tamaño de las redes de contacto, el tamaño de la comunidad virtual, y el diseño de la plataforma.

i. *El tamaño de las redes de contacto* es fundamental para que se desarrolle el efecto viral. Cuando los usuarios se registran en una red social, poco a poco van construyendo relaciones de comunicación con otros usuarios, principalmente amigos o personalidades públicas en cuya actividad están interesados. Como resultado de esto nos encontramos que cada usuario mantiene una red de contactos sobre la que emite y de la que recibe información, basada en el interés común y la confianza.

ii. *El tamaño de la comunidad virtual* tiene que ver con el número de personas que utiliza la plataforma.

iii. Finalmente *el diseño de la red* condiciona de manera absoluta el tipo de comunicación que los usuarios puedan establecer en la misma. Ciertos elementos se convierten en fundamentales para que el efecto viral se desarrolle: la rapidez y la facilidad a la hora de publicar, visibilizar y reenviar mensajes; la multiplicidad de formas que puedan adquirir los mensajes; que la información esté ordenada según los fines que cumpla; la posibilidad de que el mensaje contenga varios contenidos, el más inmediato y el más extenso (para las personas que deseen mayor información acerca del contenido del mensaje); que refleje el apoyo que el mensaje está teniendo en la plataforma; y que muestre quiénes de los contactos del usuario lo respaldan.

2. El **segundo factor** necesario para la movilización espontánea tiene que ver con *la transformación de la ciberparticipación en una participación "real"*. Para que el mensaje de la convocatoria se materialice en una movilización social no basta exclusivamente con su difusión, sino que se requiere que las personas que difundan y reciban el mensaje participen de la misma, transformándose la ciberparticipación en una participación "real".

La ciberparticipación a través de las redes sociales se ha convertido en una forma de participación política de bajo esfuerzo en comparación con las formas clásicas⁷, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de las personas se conectan a las redes sociales en su tiempo de ocio⁸. La diferencia entre ésta y otras formas de participación política –como acudir de manera regular a asambleas, formar parte de mesas informativas, paralizar un desahucio o participar en una acción de desobediencia civil- varían de manera considerable, convirtiéndose el activismo en red en una forma de participación política muy sencilla y

⁷ Kelly Garret, *Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs*, en *Information, Communication & Society*, Volume 9, N°2, pgs. 202-224, 2006.

⁸ The Cocktail Analysis, [Informe de resultados Observatorio Redes Sociales \(3ª oleada\), 2011.](#)

asequible para muchas personas, pero que, si no va acompañado de una participación “real”, difícilmente pueda convertirse en un movimiento social pleno.

Por lo tanto internet es tan solo una parte de la ecuación y la ciberparticipación debe ir acompañada de una participación “real”⁹. La articulación de un movimiento se puede realizar simultáneamente tanto desde las redes sociales como desde las asambleas y convocatorias públicas, complementándose mutuamente y convirtiéndose ambas dimensiones en indispensables para el movimiento¹⁰. Pero la ciberparticipación de por sí no es suficiente para que un movimiento social pueda constituirse como tal, trascender e incidir sobre el sistema político, pues la participación “real” aún juega un papel muy importante. El estudio de Farinosi y Treré refleja la necesidad de la interacción entre ambas dimensiones: “the square and the assemblies are seen as the places where the people of the movement can engage in face to face exchanges, can see, talk, touch each other and build ‘real’ and stronger relationships. Though the importance of the Internet for the organization of the movement is seen as fundamental, the necessity of physical encounters is underlined and regarded as the most important moment where the active engagement of citizenship finds its peak and its full realization, where the participation is fully realized”¹¹.

3.1.1. La capacidad de difusión.

Las manifestaciones del 15 de mayo en el Estado Español fueron convocadas por el colectivo *Democracia Real Ya (DRY)*, que utilizó principalmente la red social *FB* para su divulgación. La movilización fue difundida bajo el evento *15 de mayo: ¡toma la calle! Manifestación por una democracia real*¹², donde más de 45.000 personas confirmaron su asistencia a través de la plataforma. El evento fue creado por tres personas a título individual, aunque por el contenido del mismo -enlace directo a la web de *DRY*, junto a sus reivindicaciones y “normas” para la manifestación- podríamos decir que se trata de individualidades que tenían como fin la difusión de la convocatoria de *DRY*. La página también ofrece un listado con las movilizaciones en todo el Estado, además de un enlace a sus respectivas páginas en *FB*, creadas principalmente por personas a título individual, aunque al igual que en el caso anterior, los objetivos eran difundir la convocatoria de *DRY*. Es imposible calcular cuántas personas de las que afirmaron vía *FB* que asistirían a dicha movilización acudieron, pero podemos afirmar que en este caso el efecto viral se cumplió. De esta manera el pequeño, joven y por entonces casi desconocido *DRY*, consiguió movilizar a más de 100. 000 personas en todo el Estado¹³. Nunca antes en la historia más reciente de nuestro país un colectivo había conseguido movilizar a tantas personas sin contar con el apoyo de partidos políticos, sindicatos u otras estructuras de poder, convirtiéndose así en un hecho insólito.

La red social *FB* permite formas de ciberparticipación muy activas, donde la

⁹ Steve Jones y Francisco Seoane, *Activismo político en la era digital: el empleo de Internet para compromiso político en las convocatorias web*, en Sádaba, I. y Gordo (ed.), *Cultura digital y movimientos sociales*, Catarata, Madrid, 2008, pp. 222-240.

¹⁰ Manuela Farinosi y Emiliano Treré, *Inside the “People of the Wheelbarrows*, *Community Informatics*, Vol. 6, N°3, 2010.

¹¹ *Ibid*, pg. 9.

¹² <http://www.facebook.com/event.php?eid=170278529687744>, consultado el 3-8-2011.

¹³ 130, 000 según *DRY* en el comunicado emitido el 17 de mayo del 2011.

implicación del conjunto de los usuarios se convierte en requisito necesario para la creación, desarrollo y difusión de los mensajes, los cuales cobran distintas formas: escritos, imágenes o audiovisuales. Durante los primeros meses del ciclo de protestas del 15M los miembros crearon grupos, “subgrupos”, páginas y eventos específicos sobre cuestiones concretas de la protesta, además de publicar continuamente entradas y comentar en las entradas de otros. La plataforma no solo permite leer y escribir a individuos que forman parte de la red de contactos del usuario, sino que posibilita el acceso directo a amplios grupos de personas desconocidas entre sí que también están involucradas en la movilización. En el caso de las convocatorias que requieren de una participación “real” se puede observar cuántas personas tienen intención de asistir. También se puede hacer un seguimiento de un determinado mensaje, es decir, contemplar a cuántas personas “les gusta”, cuántas personas lo están difundiendo y qué piensan sus contactos del mismo. De esta manera toda la información publicada relativa a la protesta se puede visualizar en cualquier momento desde un único lugar, convirtiéndose estos espacios virtuales en sitios de referencia a los que acuden los usuarios con el objetivo de recibir o emitir información en torno a una única cuestión: la acción colectiva.

El diseño de *N-1* permite las mismas formas de difusión que posibilita *FB*. Los usuarios pueden difundir mensajes a través de los grupos, los foros, los blogs o sus “redes de amigos”, e incluso cuentan con una herramienta de gran utilidad de la que carece *FB*: el apartado “Mensajes”, que es el propio *Twitter* de la red social. En el mismo los activistas pueden escribir mensajes de hasta 140 caracteres, dirigidos a sus amigos, a los grupos en los que participan o a la cibercomunidad en su conjunto. Cuando un usuario accede a su cuenta de *N-1*, ésta es la sección que mejor se visualiza (por sus dimensiones, al ser la de mayor tamaño y por su situación, al encontrarse en la parte superior central de la pantalla). De esta manera los “Mensajes” son un instrumento de difusión de gran calidad entre los usuarios de la red. Aún así, la plataforma no cuenta con la capacidad de difusión con la que cuenta *FB*. *N-1* está formada por 24.785 personas (consultado el 3-8-2011).

Aunque los activistas sean favorables a difundir un mensaje a través de la red, el tamaño de la comunidad imposibilita que el mensaje pueda trascender a mayores sectores de la población. Además, los usuarios de *N-1* cuentan con unas redes de contacto – fundamentales para el desarrollo del efecto viral- mucho menores que las de *FB*. Al analizar el número de amigos que tenían las últimas 10 personas que habían publicado en la página de *FB acampadasol* (29-8-2011), observamos que tenían 403,7 amigos de media. *N-1* no permite visualizar los amigos de los usuarios al menos que hayan activado individualmente la herramienta (muy pocas personas la tienen activada). Las 10 primeras personas que encontramos con la herramienta activada y que estuviesen relacionados con el 15M tenían una media de 14,2 amigos (ver Cuadro 1).

Cuadro 1: redes de “amigos” de los usuarios de *FB* y *N-1*.

	Facebook	N-1
	351	20
	94	8
	471	13
	1672	26
	108	8
	135	8
	267	31
	58	10
	524	8
	357	10
Media	403,7	14,2

Fuente: elaboración propia en base a los datos de *FB* y *N-1*.

El efecto viral pudo desarrollarse a través de *FB* en la convocatoria del 15 de mayo porque una parte importante de los usuarios comenzaron a realizar actividades de ciberactivismo. Si la difusión pudo llegar a tantas personas fue porque *FB* contaba ya entonces con una gran comunidad virtual, formada por 600 millones de usuarios en todo el globo -un 10% de la población mundial¹⁴- y más de 15 millones en España¹⁵. El diseño de la red posibilitó formas de comunicación entre usuarios donde los mensajes podían ser reenviados con rapidez y facilidad. Mensajes breves e inmediatos pero desde los que se podía acceder a extensos contenidos de información, además de mostrar la aceptación que estaba teniendo tanto entre los contactos individuales de los usuarios como en el conjunto de la red. Podemos afirmar que *FB* se convirtió en una extraordinaria estructura de difusión.

En el caso de *N-1* la *capacidad de difusión* de la plataforma es muy limitada. Aunque la plataforma cuente con un diseño óptimo para el desarrollo del efecto viral, el minúsculo tamaño de la comunidad virtual -en comparación con las grandes redes sociales- se convierte en la principal barrera para que éste pueda desarrollarse. Aunque el mensaje llegase a todos los usuarios de la red, tan solo estaría llegando a una parte muy reducida de la población. Asimismo, los usuarios de la plataforma no cuentan con extensas redes de contactos, por lo que la difusión de información será aun más ardua. De esta manera debemos considerar a *N-1* como canal y no como estructura de difusión.

¹⁴ Robben, [Facebook empieza 2011 con 600 millones de usuarios registrados, Facebook Noticias. 9/1/2011.](#)

¹⁵ El País, [Facebook tiene más de 15 millones de usuarios en España, sección CiberP@is de Madrid, 13/6/2011.](#)

3.1.2. La transformación de la ciberparticipación en una participación “real”

Como hemos señalado antes, la capacidad de movilización espontánea también depende de la capacidad para que la ciberparticipación política se transforme en una participación “real”. Entre los primeros objetivos que señaló el 15M en Madrid estaba la paralización inmediata de todos los desahucios de la ciudad a través de la resistencia pacífica. El llamamiento inicial para detener el primero fue el convocado el 15 de junio en el madrileño barrio de Tetuán. Una persona a título individual creó el grupo de *FB* “*Vamos a parar el primer desahucio en Madrid*”¹⁶, donde se indicaba la hora y lugar del mismo. Más de 2.000 personas confirmaron a través de la plataforma que asistirían, mientras que otro millar declaraban que quizás irían¹⁷. En los 13 días que pasaron desde la creación del evento y la movilización, *FB* se convirtió en el principal medio de difusión, habiendo decenas de comentarios al respecto en el muro del evento. Una vez transcurrida la acción, el periódico *Público* relató que un millar de personas se presentaron en la convocatoria¹⁸. Entre la cifra señalada por *Público* y las personas que confirmaron su asistencia se observa una importante diferencia¹⁹: más de mil personas de las que confirmaron que acudirían dejaron de ir.

Al examinar los usos que hacen las personas de *FB* en España en términos agregados, observamos que los usos políticos apenas existen, y que *FB* se utiliza principalmente para: seguir la actividad de los contactos personales y comunicarse con éstos, “cotillear” y chatear²⁰. Antes del 15M, existía en *FB* toda una cibercomunidad “prepolítica” de individuos que utilizaban la plataforma con fines lúdicos, y de la cual una parte importante ha pasado a utilizar los espacios políticos creados en torno al 15M. Estas personas no tienen por qué estar participando en las acampadas, ni en las asambleas, ni en las movilizaciones, pues la ciberparticipación en este caso conlleva tan poco esfuerzo que no es difícil que miles de personas afines al movimiento le estén apoyando a través de la red social. Esta participación de por sí no tiene por qué transformarse en una participación “real”, y tendrán que ser otros factores los que influyan a la hora de que dicha transformación se realice. Asimismo, el gran tamaño de estas comunidades virtuales etiquetadas bajo el 15M, con miles de seguidores a través de los cuales circulan amplios flujos de información general, dificulta aún más que los miembros puedan desarrollar vínculos entre sí, relaciones de confianza, asumir responsabilidades con el grupo o incluso generar una identidad colectiva común. Por lo tanto podríamos afirmar que existe más bien una relación y no una interacción entre las dimensiones online-offline del 15M en *FB*. Las dos son autónomas la una de la otra y cada una responde a su propia lógica, sin que exista una correlación entre ambas dinámicas (como bien refleja el desahucio en Tetuán). La primera sirve para difundir y reforzar la segunda, que constituye el movimiento propiamente dicho. Éste se beneficia de la ciberparticipación -difunde sus acciones y convocatorias, genera debates y cibercomunidades interesadas en el movimiento-, pero no tiene capacidad

¹⁶ <http://www.facebook.com/event.php?eid=118605548222893&ref=nf>, consultado el 3-8-2011.

¹⁷ *Ibíd.*

¹⁸ Publico.es, [Los indignados frenan el desahucio de una familia en Madrid, Periódico Público, 15/6/2011.](#)

¹⁹ Diferencia aun mayor si tenemos en cuenta las cifras señaladas por otros periódicos: 400 según *El Mundo* y 500 según *El País*.

²⁰ The Cocktail Analysis, [Informe de resultados Observatorio Redes Sociales \(3ª oleada\), 2011, pg. 56.](#)

para controlar el tipo de información que circula por FB.²¹

Al analizar en su conjunto el funcionamiento de *N-1*, observamos que la acción colectiva no se inicia en la red social (al contrario que en *FB*), sino que recurre a la plataforma para dotarse de herramientas útiles. *N-1* es un proyecto político sin ánimo de lucro que surge como contraposición a todos aquellos servicios web 2.0 que no garantizan suficiente privacidad, fiabilidad, flexibilidad y control sobre los datos de los usuarios como para convertirse en plataformas “seguras” para el ciberactivismo; y cuya lógica de funcionamiento se basa en el apoyo mutuo, la participación colectiva horizontal y la autogestión²². Los activistas recurren a la plataforma porque es un proyecto político basado en principios compartidos de alguna manera con el *15M*, siendo por lo tanto las relaciones entre usuarios explícitamente políticas.

Registrarse en la red social permite acceder a los grupos y a sus materiales, debatir y comunicarse con otros usuarios. El grupo de *AcampadaSol* en *N-1* cuenta con 1.431 miembros (consultado el 3-8-2011). Al analizar su página encontramos que sirve principalmente para la comunicación interna del grupo, y el tipo de información que se intercambia no es tanto de difusión general, sino de temas concretos que afectan a los objetivos del grupo. El coste de la ciberparticipación en *N-1* sigue siendo igual de bajo que en *FB*, pero la necesidad de asumir compromiso y responsabilidades con el grupo es mayor (como refleja el apartado de *Tareas*). Al tratarse de grupos especializados y compuestos por cantidades relativamente pequeñas de personas, el compromiso, la responsabilidad y el nexo entre los miembros es superior, pudiendo incluso conocerse entre sí muchos de sus miembros. En este caso se da una fuerte interacción entre las dimensiones online-offline, donde la ciberparticipación no es una dimensión con dinámica propia, sino más bien una extensión de las dinámicas que se producen en la participación real. Es decir, la ciberparticipación en *N-1* sería un complemento necesario de la participación “real”.

Debemos también señalar una diferencia principal entre *FB* y *N-1*, basada en los propios núcleos sobre los que se constituye la red. En *FB* se trata de individualidades que autogeneran un perfil y una imagen de “vida” de sí mismos utilizando fotos, videos y comentarios. Una vez que los perfiles han sido creados, los usuarios buscan a posibles “amigos” que también estén registrados. Aunque a posteriori se creen grupos y páginas a los que los miembros puedan unirse y “seguir”, la lógica interna de la red se basa en el registro de individualidades particulares que a largo plazo generan redes concretas. La lógica interna de *N-1* es exactamente la contraria. Son colectivos y organizaciones (comisiones y asambleas en el caso del *15M*) los que crean espacios grupales sobre los que comunicarse. Para que los grupos puedan funcionar, tiene que haber individualidades que se unan a los mismos y hagan fluir la información. Al entrar en la página de *N-1* hay un apartado que permite acceder a una lista con los nombres de todos los usuarios. Cuando analizamos los 100 primeros perfiles que ofrecía aleatoriamente la web, observamos que:

- el 9% contenían información que les hacía reconocibles (ya fuese nombre con apellidos o foto, donde tan solo un 2% contenían ambas)

²¹ Presuponemos que al movimiento *15M* y a las asambleas de pueblos y barrios les interesa que la información que fluye a través de *FB* sea aquella relativa a la agenda política del movimiento en el momento en cuestión. Por el contrario, la información que fluye por dichas páginas es más bien general y abstracta, siendo multitemática y en muchos casos tratando temas que no se relacionan con el movimiento *15M* de manera explícita.

²² <https://n-1.cc/pg/expages/read/About/>, consultada el 3-8-2011.

- en un 83% de los casos no se podía determinar ni a través de la foto ni del nombre (principalmente “nicks”) la identidad de la persona.
- y el 4% restante respondía a nombres de colectivos y no a individualidades.

Los perfiles de los usuarios están en su mayoría vacíos: no hay información relativa a la persona, ni hay álbum de fotos, ni siquiera se puede ver la dirección de correo electrónico de la persona, aunque la plataforma te permita realizar todas estas actividades. Por lo tanto podemos afirmar que las individualidades en *N-1* existen y sin ellas la red no podría funcionar, pero son individualidades de “nivel inferior”, pues la información que suben los usuarios a la red tiene que ver con la dinámica de la acción colectiva en general y no con el desarrollo de la persona en particular. De esta manera *la interacción entre las dimensiones online-offline* es mucho más fuerte y vinculante entre los ciberactivistas de *N-1* que entre los de *FB*.

3.2 Variable 2: Las potencialidades de las redes sociales para el mantenimiento de la protesta

Para que una serie de reivindicaciones, convocatorias y movilizaciones se puedan mantener a largo plazo, los grupos deben contar con mecanismos para *la coordinación y la organización interna*. Ambos requisitos son necesarios aunque no suficientes para que la protesta pueda alargarse en el tiempo, estabilizarse y mutar hacia otras formas. Aunque durante el *15M* estos elementos se hayan desarrollado principalmente en la esfera offline, debemos estudiar qué dinámicas organizativas y de coordinación se han realizado en el ciberespacio. Para ello tendremos que analizar:

- las posibilidades de comunicación que el propio diseño de la plataforma posibilita.*
- las relaciones de comunicación y participación que se establecen entre ciberactivistas.*

3.2.1. Como herramientas para la coordinación y la organización de la acción colectiva

La configuración interna de *N-1* se basa principalmente en la creación de grupos a los que se irán adhiriendo usuarios interesados. En estos espacios los individuos se comunican entre sí en base a los objetivos del grupo, publicando información de distinto tipo, en diversos formatos y ordenada según el fin que cumpla. Para crear un grupo solo se necesita ser miembro de la red (la suscripción se realiza con un e-mail y un Nick). Una vez creado podrá haber tantos administradores como se quiera, posibilitando así maximizar la horizontalidad de la gestión. Los grupos pueden ser “abiertos” o “cerrados”: los primeros son aquéllos a los que cualquier persona puede acceder y visualizar el contenido sin necesidad de autorización, mientras que los segundos requieren la aceptación de los administradores previa solicitud.

Actualmente existen 160 grupos (consultado el 3-7-2011) en *N-1* etiquetados bajo el *15M*. Para nuestro análisis recurriremos al grupo *Asamblea Popular Lavapiés*, al ser un grupo que surge a raíz del *15M*, no es de los más numerosos aunque cuenta con un importante número de seguidores (ver Cuadro 2); y tiene a su homólogo en *FB*:

ASAMBLEA POPULAR DE LAVAPIÉS (Movimiento 15 de Mayo). Podríamos decir que las dinámicas internas de ambos grupos representan con gran fidelidad el tipo de participación, comunicación, organización y coordinación que los grupos ligados al 15M realizan a través de N-1 y FB.

Cuadro 2: Los grupos más numerosos de N-1, de un total de 2768 grupos (consultado el 3-8-2011).

	GRUPO	MIEMBROS
1	AcampadaSol*	1431
2	15M Valencia*	602
3	Fomentando el cooperativismo / Cooperativa Integral	364
4	Democracia Real Ya – Sevilla*	334
5	Lorea	326
6	Hacklabs	321
7	# 15-M Málaga*	316
8	Democracia Real Ya*	309
9	Grupos de Trabajo – Acampada Sol*	281
10	Pensamiento Sol*	269
49	<i>Asamblea Popular Lavapiés*</i>	<i>119</i>

*Grupos relacionados de manera directa con el 15M.
Fuente: elaboración propia en base a los datos de N-1.

El grupo *Asamblea Popular Lavapiés* cuenta con 104 miembros, 11 subgrupos -todos “abiertos”- y el interfaz está dividido por secciones (consultado el 3-7-2011) las cuales sirven para:

- i. agrupar información pública acerca del grupo o de interés para el resto de miembros (*Perfil, Archivos, Vídeos, Enlaces, Blog*),
- ii. espacios para la organización interna y la coordinación (*Discusiones, Subgrupos, Tareas, Próximos eventos*).

Aquellas del segundo apartado llaman la atención al poder observarse hasta qué niveles ciertas actividades del grupo se coordinan y organizan desde las redes sociales y constituyen también los temas principales de las discusiones (ver Cuadro 3).

Cuadro 3: Distribución de la información del apartado *Discusiones* (consultado el 17-7-2011).

Tipo de información	
Temas de organización y coordinación interna	50%
Temas generales relacionados de manera directa con el grupo	28%
Difusión general de convocatorias relacionadas con el 15M	22%

Fuente: elaboración propia en base a los datos de N-1 (17-7-2011).

El grupo de la *Asamblea de Lavapiés* en FB: *ASAMBLEA POPULAR DE LAVAPIÉS (Movimiento 15 de Mayo)* está formado por 335 personas (consultado el 9-7-2011). El flujo de información es mayor que el flujo en el grupo de *N-1*, habiéndose publicado 832 entradas desde su creación (consultado el 9-7-2011). A diferencia de *N-1*, la información se publica fundamentalmente de dos maneras: a través de entradas que se organizan según la fecha de redacción; y a través de comentarios en las entradas de otras personas. El contenido de los mensajes es variado y principalmente hace referencia a temas generales: al *15M*, a otras asambleas, a convocatorias, etc; aunque en menor medida también a temas concretos de la asamblea, como son las redadas en el barrio.

Entre los días 30 de junio y 6 de julio del 2011 analizamos cómo se desarrolló la participación en el grupo. Durante este periodo un 19% de los miembros participaron a través de 132 entradas y 100 comentarios, produciendo un 16% del contenido total del grupo. En la mayoría de los casos (78%) las entradas iban acompañados de enlaces a páginas web, blogs, vídeos, fotos, convocatorias y artículos de prensa que hacían referencia a temas de difusión general.

El Cuadro 4 muestra cómo se distribuye la participación según el número de veces que participó cada miembro, la forma en que se participó y la acumulación total de información producida. Observamos que se produce una desigual participación en el grupo, donde el 6% más activo produjo una cantidad superior de información que el 84% menos activo, sin existir apenas diferencia entre las formas de participación que adoptó cada grupo (entradas o comentarios). El hecho de que la publicación a través de entradas y comentarios sea muy parecida (57%-43% respectivamente) refleja una dinámica de comunicación concreta: algunas entradas no generan comentarios, y las que sí lo hacen generan pocos. Por lo tanto la información publicada no trasciende a la mayoría del grupo y es más bien unidireccional, considerada relevante a título individual, pero de una incierta utilidad para la consecución de los objetivos de la asamblea física.

Cuadro 4: Distribución de la participación según el número de intervenciones

	Menos de 5 veces	Entre 5-10 veces	Más de 10 veces
Nivel de participación	84%	10%	6%
Publicación a través de entradas (% del total de entradas)	41%	20%	39%
Publicación a través de comentarios (% del total de comentarios)	42%	17%	41%
Entradas acompañadas de enlaces (% del total de enlaces)	37%	20%	43%
% de la información total producida por el grupo	40%	19%	41%

Fuente: elaboración propia en base a los datos de FB.

Al analizar cómo se distribuye la participación según el tipo de información a la que hace referencia (ver Cuadro 5), observamos que los temas relacionados con el barrio y la *Asamblea de Lavapiés* son minoritarios (22%) en comparación con los temas relacionados con el 15M (78%), aunque son los primeros los que suscitan un mayor número de comentarios (proporcionalmente muy elevado). Es decir, los temas relacionados con los objetivos del grupo suscitan mayor participación colectiva que aquellos de difusión general. Así es como se produce una dualidad en la ciberparticipación grupal: la mayoría de miembros utilizan el grupo como herramienta del 15M en general, mientras que una minoría lo utiliza como herramienta o incluso extensión de la asamblea física del barrio, siendo en el segundo caso cuando se maximiza la integración de la red social como instrumento interno del movimiento.

Cuadro 5: Distribución de la participación según el tipo de información.

Tipo de información	Publicación a través de entradas	Publicación a través de comentarios en entradas
Temas relacionados con el barrio o la asamblea de Lavapiés	22%	54%
Temas relacionados con el 15M	78%	46%
<i>Distribución total de la publicación</i>	57%	43%

Fuente: elaboración propia en base a los datos de FB.

El diseño de *N-1* permite múltiples formas de comunicación entre los participantes de la acción colectiva: de difusión, de organización y de coordinación. Las posibilidades de que se establezcan relaciones de ciberorganización y cibercoordinación entre los miembros son mayores en *N-1*, pues las motivaciones de los usuarios para unirse a la red han sido explícitamente políticas, al igual que las relaciones comunicativas que establecen con el resto de usuarios y grupos (ver Cuadro 6). Una vez que las asambleas de los barrios aprueban utilizar *N-1* como canal comunicativo, muchos de los asistentes a éstas deciden registrarse en la red, existiendo una gran correlación entre el surgimiento del *15M* y el tamaño de la red social, que “en mes y medio desde el inicio de la protesta pasó de 3.000 a 19.000 habitantes y de 370 a 2.100 grupos”²³. Por lo tanto no estamos ante personas que estuviesen registradas en *N-1* antes del *15M*, ni que utilicen la red con fines individuales, sino ante usuarios que una vez comenzó el movimiento y su participación en el mismo acudieron a la plataforma para mantener la implicación que ya tenían con la asamblea física. Los grupos de *N-1* se convierten de este modo en extensiones de las propias asambleas, donde la *organización* y la *coordinación* de la acción colectiva en la esfera online llegan a ser actividades imprescindibles. La red social se constituye así en un elemento principal en el mantenimiento de la protesta.

Cuadro 6: Distribución de la participación según el tipo de información comparativamente.

Tipo de información	FB	N-1
Temas relacionados con el barrio o la asamblea de Lavapiés	38%	78%
Temas relacionados con el 15M	62%	22%

Fuente: elaboración propia en base a los datos de FB y N-1.

Tras el análisis del grupo de la *Asamblea Popular de Lavapiés* en *FB* podemos concluir que la principal función que cumple el grupo es conectar a usuarios dispersos de *FB* bajo una nueva ciberidentidad colectiva: los miembros de la red social que forman parte o les interesan los temas relativos a la *Asamblea Popular de Lavapiés*. Las funciones del grupo tienen que ver principalmente con cuestiones de difusión general, y apenas hay espacio para temas internos de *organización* y *coordinación*. Esto se debe a que el grupo no cumple con los dos requisitos antes señalados como necesarios para el desarrollo de dinámicas de ciberorganización y cibercoordinación:

- El primero tiene que ver con el diseño de la red social. El hecho de que la información no pueda ser clasificada según la temática a la que hace referencia –estando todos los temas organizados exclusivamente según la fecha de publicación– transforma a largo plazo el ciberespacio grupal en una base de datos completamente desorganizados que dificulta el desarrollo de dinámicas de ciberorganización y cibercoordinación, al no poderse visualizar las publicaciones según la temática a la que hacen referencia. Asimismo, las formas de comunicación que permite la plataforma son escasas.

²³ - Marta G. Franco, “Toma las plazas, toma las calles, toma las redes”, periódico Diagonal, 20/7/2011. Actualmente cuenta con 24.788 habitantes y 2.768 grupos (consultado el 3-8-3011).

- El segundo tiene que ver con las relaciones comunicativas que se establecen entre los miembros. Los desiguales niveles de participación entre activistas, y que los temas sean generales y no específicos al grupo, fomenta dinámicas de comunicación basadas en la publicación masiva de mensajes genéricos con enlaces a otras fuentes, que tienen como resultado un espacio virtual muy activo pero de difícil utilidad para cuestiones internas.

4. Conclusión

En los últimos años ha venido desarrollándose una nueva forma de comunicación denominada “autocomunicación de masas”, cuya característica principal es que los mensajes producidos por cualquier persona –en sus múltiples formas- cuentan con la potencialidad de alcanzar a una audiencia global, pudiendo seleccionar a los posibles receptores²⁴. Aunque en la actualidad coexista junto a formas clásicas de comunicación – como la comunicación de masas o la interpersonal²⁵-, procesos como los anteriormente analizados evidencian una tendencia cada vez mayor hacia la hegemonía de la autocomunicación de masas. Si Internet fue la semilla que posibilitó su desarrollo, las redes sociales se convierten ahora en el medio que cataliza su expansión, cobrando una importancia cada vez mayor en el ámbito de las luchas políticas.

Las redes sociales, configuradas por individualidades que mayoritariamente se adscriben por fines apolíticos²⁶, se convierten en el espacio idóneo desde donde iniciar revueltas espontáneas, al posibilitar capacidades comunicativas que multiplican el efecto de la protesta social²⁷. Dichas individualidades poseen latente una enorme plusvalía política: sus redes más inmediatas de contactos basadas en la afinidad y la confianza. Desde y sobre éstas se inician y fluyen infinitos mensajes por segundo. Algunos perecen al instante mientras otros circulan con rapidez a lo largo de un incierto tiempo, manteniendo tras de sí un exponencial cúmulo de seguidores y generando “comunidades insurgentes instantáneas”²⁸. Éstas –a diferencia de otro tipo de comunidades- se constituyen con rapidez en torno a algún fenómeno político contra-dominante, manteniéndose en el tiempo mientras dure su actividad²⁹.

Como resultado obtenemos un sinfín de comunidades virtuales cuya interacción e intersección generan una organización de tipo rizoma³⁰. Dicha organización no está jerárquicamente estructurada, ni existe subordinación entre sus respectivos puntos, sino que todos pueden conectarse con cualquier otro de diversas formas, existiendo a su vez múltiples formas de entrada e incorporación bajo una forzosa horizontalidad implícita. Lo que da vida y mantiene unida a la organización son las alianzas y apoyos entre comunidades, las cuales varían permanentemente en intensidad, aunque pudiendo la extrapotencialidad de alguna(s) ante situaciones concretas afectar de manera excepcional al resto. Esta organización en red no persigue un fin total concreto, sino que actúa como catalizador del movimiento en lo que a su construcción y desarrollo se refiere.

²⁴ Manuel Castells, *Communication Power*, Oxford, Nueva York, 2011.

²⁵ *Ibíd.* pg. 55

²⁶ The Cocktail Analysis, [Informe de resultados Observatorio Redes Sociales \(3ª oleada\), 2011.](#)

²⁷ Manuel Castells, *Communication Power*, Oxford, Nueva York, 2011, pgs. 347-349.

²⁸ *Ibíd.* pg.363.

²⁹ *Ibíd.*

³⁰ Gilles Deleuze y Felix Guattari, *Mil Mesetas: Capitalismo y Esquizofrenia*, Pre-Textos, Valencia, 2002.

En base a los resultados de los procesos analizados en este estudio podemos establecer tres categorías en las que agrupar a las distintas comunidades virtuales surgidas en torno al 15M. El hecho de que éstas tengan tantas particularidades como comunidades existen hace que no las podamos clasificar en términos absolutos, sino más bien en grados de pertenencia:

- *Macro-comunidades políticas*³¹: se caracterizan por estar formadas por extensos grupos de personas, ser canal óptimo de difusión, estar capacitadas para movilizar por cuasi espontaneidad y tener repercusión tanto en la opinión pública como en el debate público. Los grados de implicación y responsabilidad de los usuarios con el movimiento varían considerablemente, relacionándose principalmente a través de la red y siendo débiles los lazos entre el conjunto de sus miembros. Su principal cualidad es centralizar en un espacio las posibilidades de comunicación de una multitud participativa con intereses compartidos, teniendo un rol principal en la proyección de grandes movilizaciones. En esta categoría encontraríamos al grupo *acampadasol* de FB.

- *Micro-comunidades políticas*: son aquéllas con objetivos y prácticas específicas. Su surgimiento y actividades principales se encuentran en la esfera offline, utilizando la red con múltiples fines –tanto internos como externos- como eficaz herramienta para sus objetivos, maximizándose así la interacción entre las esferas online-offline. El número de componentes es menor que en las macro-comunidades, y éstos, junto a sus reivindicaciones, están de alguna manera presentes en una macro-comunidad. La difusión y movilización es prácticamente endogámica, con dificultades para comunicarse con población ajena al grupo. En contextos concretos de necesidad de apoyos sus mensajes tendrán que trascender a una macro-comunidad, por lo que influir sobre ellas está entre sus objetivos. Estas comunidades cumplen una función muy importante en el conjunto del movimiento al actuar como punta de lanza del mismo. Son un agente muy informado sobre su específica dimensión política, teniendo una alta capacidad para generar un discurso propio y crítico, dar rápidas respuestas ante el desarrollo del conflicto e inyectar en el conjunto del movimiento estrategias colectivas de acción³². En esta categoría encontraríamos al grupo de *N-1 Asamblea Popular Lavapies*.

- *Comunidades políticas intermedias*. Comparten atributos tanto de las macro-comunidades como de las micro-comunidades, sin contar con las propiedades fundamentales de cada una de ellas. Su tamaño no nos permite considerarlas como estructuras de difusión óptimas, aunque sí pueden servir como medio de difusión a menor escala. Realizan tareas de organización y coordinación, aunque no están entre sus principales funciones al tener una eficacia menor que en las micro-comunidades. En éstas encontramos a usuarios con intereses enfrentados: aquéllos que buscan que la comunidad desempeñe las mismas funciones que las micro-comunidades, pero que, al estar compuestas por un número superior de personas, tengan mayor repercusión; y aquéllos que buscan reproducir las funciones de las macro-comunidades con el objetivo de adherir a una extensa multitud, tener un impacto cuantitativamente superior y constituirse propiamente en

³¹ Las debemos denominar explícitamente “políticas” para que no haya confusión con las cibercomunidades pre-políticas (como es la red social FB).

³² John D.H. Downing, *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, SAGE, London, 2001.

macro-comunidad. En esta categoría encontraríamos a los grupos *AcampadaSol* de N-1 y *ASAMBLEA POPULAR DE LAVAPIÉS (Movimiento 15 de Mayo)* de FB.

Al contrario de lo que defienden algunos autores, nuestro estudio evidencia que las redes sociales no reducen la participación comunitaria, la participación política, la interacción social, ni la integración, sino que, por el contrario, fomentan la creación de comunidades mediadas de mayor capital social en la esfera "real"³³. Si las redes sociales no han conseguido crear comunidades "reales" en el ciberespacio es porque la participación física todavía tiene mucho peso en la articulación de la protesta, aunque cada vez son más amplias y los vínculos sobre las mismas más fuertes. Sin embargo, sus usos políticos las han convertido en auténticas estructuras políticas, siendo un medio desde el que generar procesos formativos de comunidades físicas alternativas³⁴. Las redes sociales cobran en la actualidad una importancia sin precedentes, transformándose la articulación de las nuevas formas de protesta en paralelo a los avances en las TIC, y siendo la relación y dependencia entre ambos cada vez más fuerte³⁵.

³³ Jorge Resina de la Fuente, *Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: el impacto digital en los procesos de deliberación y participación ciudadana*. *Mediaciones Sociales*, nº7, 2010.

Caroline A. Haythornthwaite y Barry Wellman, *The Internet in everyday life*. Blackwell, Massachusetts, 2002, pg. 122.

³⁴ *Ibid*, pg. 123.

³⁵ Carlos Eduardo Valderrama, *Movimientos sociales: TIC y prácticas políticas, Nómadas (Col)*, Colombia, 2008, pgs. 94-101.