

# 4. ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES.

## La emergencia de una nueva cultura política

---

### 4.1. INTRODUCCIÓN, METODOLOGÍA Y PROCESO DE TRABAJO

Vivimos en un momento de transformaciones fundamentales para las formas de acción política juvenil. El escenario de crisis económica y política ha provocado un interés renovado de los jóvenes por la política cuya expresión más visible fue el 15-M. Este acontecimiento venía de algunas formas originales de organización y comunicación a través de las TIC y sus consecuencias se pueden rastrear hasta formas novedosas de expresión política, ya sean grupos formales como usos originales o intensivos de las redes sociales y otras herramientas digitales.

En este contexto, una investigación que pretende abordar, entre uno de sus objetivos, el análisis de las organizaciones políticas no convencionales (OPNC) en una franja etárea de entre 15 y 30 años, se caracteriza por la dificultad de rastrear entre la masa de datos disponibles. No existen precedentes de trabajos de este tipo que se enfrenten a un objeto de estudio cambiante, de fronteras difusas y que tenga que ser abordado mediante un uso profuso de la información *online*, pero cuya profundización sólo sea posible mediante el contacto directo con las experiencias y las personas. Por tanto, la metodología empleada es una mezcla de rastreo a través de Internet, y de etnografía *online* y cara a cara a través de redes personales de los investigadores. La voluntad, la de realizar un primer “mapa” de experiencias, de agrupaciones juveniles que usan intensivamente las TIC pero también de formas de expresión política que difícilmente pueden ser encuadradas bajo los parámetros organizativos de los ciclos de movilización anterior. Por tanto, hemos tenido que inventar las herramientas a medida que avanzábamos en el trabajo y también utilizar nuestro aprendizaje previo y la información extraída directamente de las redes militantes que conocemos bien, y de las personas que forman parte de ellas. Sin nuestra participación directa o indirecta en estas redes, sin duda, el resultado sería mucho menos rico y complejo.

Todo esto nos ha permitido realizar un extenso rastreo o mapa de OPNC del Estado español. Primero hemos identificado 75 colectivos o experiencias, lo que nos ha permitido reconocer algunos identificadores clave que posibiliten una selección más que representativa en términos cuantitativos, capaz de dibujar, a partir del trabajo cualitativo, un escenario lo más completo posible. Así, para el análisis, contamos con seis experiencias de las cuales se explica su desarrollo de forma más descriptiva y de las que extraemos los informantes clave para la realización de las entrevistas, que, junto con los datos recogidos, permitirán el análisis. El objetivo, como hemos visto, es analizar cómo las TIC están transformando las formas de hacer política, especialmente entre la gente joven.

La presente investigación parte de la siguiente pregunta: ¿cómo Internet y su cultura están transformando las formas de hacer política entre la juventud? Para realizar la investigación hemos tomado como premisa tres elementos:

1. Las organizaciones políticas no convencionales (OPNC), que se articulan más allá —en una relación conflictiva— de las estructuras y cauces institucionales establecidos.
2. Internet, no sólo como herramienta sino como actor y como nueva “cultura” —set de formas de entender la participación, la comunicación y la política que están asociadas a lo que Himanen (2001) denominó “ética *hacker*”—.
3. Los jóvenes, de 15 a 30 años, un espectro amplio que permitiera analizar esta variable respecto a las OPNC emergentes.

A partir de estos tres elementos hemos elaborado una investigación dividida en dos fases, utilizando distintas metodologías en cada una de ellas, en función de las diferentes necesidades y objetivos.

En la primera fase de la investigación, orientada a realizar un mapeo extenso de OPNC, la metodología de recogida de información consiste en cuatro entrevistas abiertas con informantes clave, cribado de la web y trabajo de campo previo de los investigadores. Para completar las fichas se utiliza la observación y análisis de contenidos e información a través de la Red, tomando como fuentes las noticias de periódicos *online* relativas a estas organizaciones, su página web o sus perfiles de redes sociales. Para ello se cuenta con la recopilación y sistematización de información de las organizaciones que está disponible *online*. Con dicha información se ha completado una ficha tipo para cada organización con el objetivo de explicar aspectos fundamentales de las mismas, especialmente su relación con Internet, así como facilitar un análisis comparativo entre ellas.

Con ello se ha realizado un mapa general de 75 organizaciones distintas del Estado español, bajo la premisa de que se tratara de OPNC y de que los jóvenes tuvieran un papel relevante en la composición de dichas organizaciones. El mapa se ha realizado para obtener una visión panorámica de las distintas OPNC en el Estado Español, y para realizarlo se han llevado a cabo dos cribados consecutivos. En el primer rastreo —de 30 casos— se han considerado aquellas organizaciones con más presencia en la Red medida en cantidad de información disponible, número de seguidores en redes sociales, impacto mediático de las organizaciones, etc. Es decir, aquellas que más presencia y que son, por tanto, más fácilmente detectables. Este primer rastreo evidenció que la mayoría de esta primera selección estaban muy vinculadas con el entorno de lo que había generado o se había nutrido o potenciado a partir del 15-M (tesis que se desarrolla en el texto). Sin embargo, nos parecía pertinente representar una pluralidad ideológica mayor de las formas de organización política juvenil. Además, pensamos que de la comparación de este espectro 15-M con otras propuestas, se podrían extraer conclusiones sobre los diferentes usos de la Red, como así ha sido. Este sesgo quincemayista —consecuencia directa del grado de experimentación tecnopolítica que se produjo durante este acontecimiento— implicaba asimismo cierta preponderancia de las agrupaciones madrileñas. De esta manera, se escogieron 45 casos más buscando el ámbito religioso, nacionalista, las agrupaciones políticas en base a ideologías y formas de or-

ganización clásicas —anarquismo, marxismo, sindicalismo, etc.— y estos casos fueron clasificados por regiones de la geografía española. Esta lista completa de las primeras organizaciones observadas puede consultarse en el Anexo 3 y la lista completa figura al final del mismo Anexo.

En el registro que se ha realizado de las 75 organizaciones se han detectado distintos bloques temáticos y diferentes formas de organización y de hacer política. Con el objetivo de clasificar estas 75 organizaciones, se han dibujado dos gráficos de coordenadas (Gráficos 4.1 y 4.2). Estos gráficos permiten realizar un clivaje<sup>1</sup> de los casos y ubicarlos en función del tipo de ideología y objetivos sociales de las distintas OPNC.

Por un lado encontramos el conjunto de organizaciones que surgen del 15-M o que forman parte del sistema-red post 15-M. Se trata de colectivos y redes que tienen por objetivo la conquista de nuevos derechos colectivos o la defensa de viejos derechos. Si bien antes del inicio de los Planes de Ajuste Estructural en el año 2010 podemos decir que las OPNC se caracterizaban por no apelar directamente a las instituciones, sino por, en general, la voluntad de construcción de espacios de autonomía, a partir de entonces la defensa de ciertos derechos que se daban por supuestos —sanidad, educación, etc.— se vuelven centrales. Los movimientos no sólo se caracterizan por actuar desde la autonomía (cuadrante Z del esquema), sino también por presionar, interpelar e incluso querer ocupar y transformar las instituciones (cuadrante X). En este ámbito, encontramos grupos cuyo eje es la comunicación, centros sociales, colectivos de agitación cultural y *think tanks*, u organizaciones que trabajan mediante la acción directa. Respecto a las reivindicaciones asociadas a las ideologías decimonónicas: socialismo, anarquismo, etc, muchos aparecen vinculados al independentismo y a la defensa de la tierra (cuadrante A). Por otro lado, encontramos también un independentismo renovado que se apoya en nuevas reivindicaciones (cuadrante B), y relacionados con estos dos —especialmente con la cuestión territorial— hay grupos ecologistas (cuadrante D). Dentro de este eje podemos también ubicar colectivos feministas y de lucha por el reconocimiento de los derechos sexuales y de género. Finalmente, encontramos organizaciones como grupos de ultra derecha, liberales o grupos católicos, que se caracterizan por recuperar viejas reivindicaciones (cuadrante A) y por una concepción individual de los derechos (cuadrantes W e Y). También se ha elaborado un tesoro (ver Anexo 3), y se han clasificado las 75 organizaciones en relación a distintos cuadrantes con el objetivo de discernir entre tipologías.

A partir del mapa, de los tipos de clivaje, el tesoro, y del análisis realizado, podemos ver cómo los espacios donde surgen nuevas reivindicaciones y donde estas reivindicaciones se reclaman o se autotutelan de forma novedosa, es en organizaciones que han surgido o beben en gran medida del 15-M. Es en éstos espacios donde se produce una mayor innovación en relación al uso de las TIC, y a cómo éstas se ponen a disposición para construir nuevas relaciones institucionales y nuevas demandas sociales.

---

1. El concepto de clivaje fue introducido por George Simmel en su obra *Soziologie* (1908), y fue popularizado *popularizado* por Seymour Martin Lipset y Stein Rokkan, dentro del marco del análisis demoscópico, para analizar las tendencias de voto. La noción es usada en el campo de la Sociología para definir las distintas interseccionalidades o variables que se cruzan en el análisis de un objeto determinado. En palabras de Simmel, se trata de la intersección de círculos sociales.

GRÁFICO 4.1. DOBLE COORDENADA TENIENDO EN CUENTA CERCANÍA CON INSTITUCIÓN PÚBLICA Y TIPO DE DERECHOS

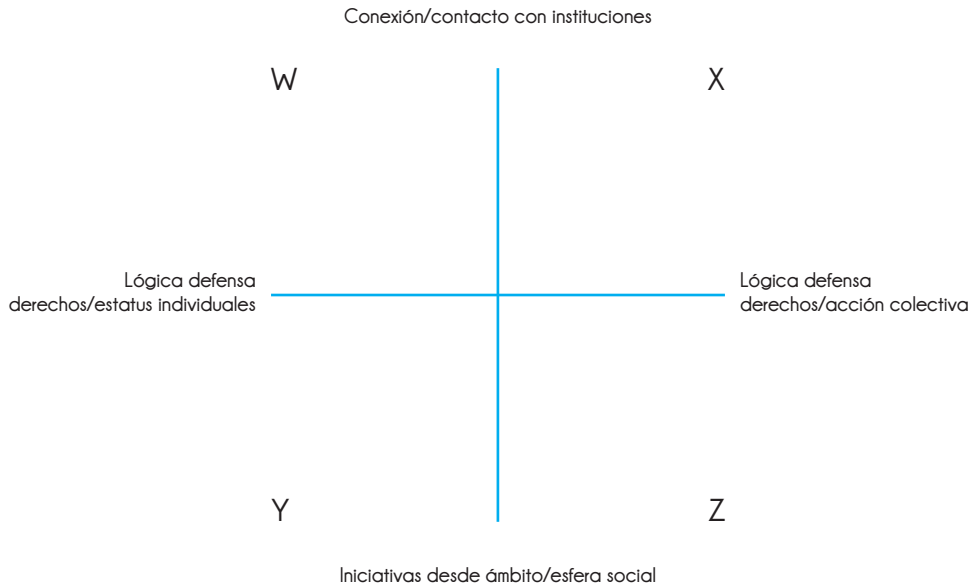
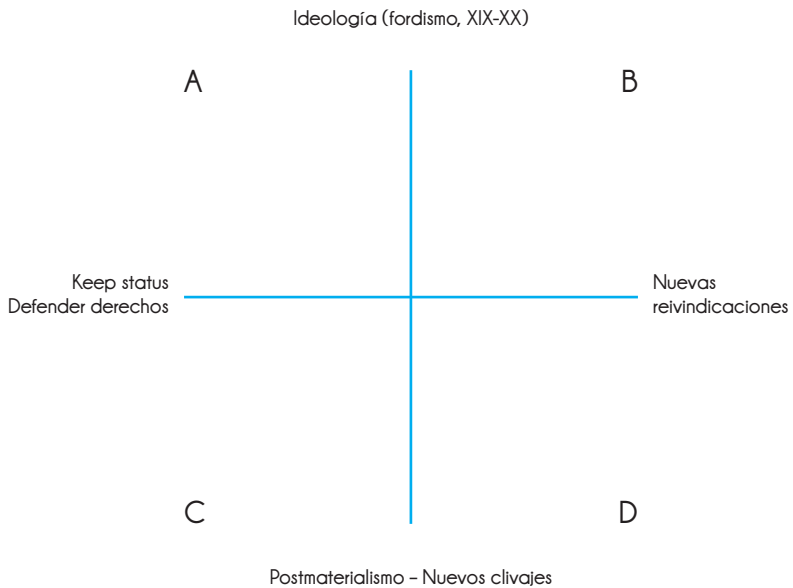


GRÁFICO 4.2. DOBLE COORDENADA TENIENDO EN CUENTA TIPO DE IDEOLOGÍA Y CONTENIDOS DE LAS REIVINDICACIONES



Fuente: elaboración propia (ver Anexo 3).

Esta primera muestra de 75 casos se ha reducido a 11 a partir de una selección que buscaba cubrir un espectro territorial e ideológico lo más amplio posible. Estos casos nos permitirían profundizar en el funcionamiento concreto de las OPNC en relación al uso que realizan de las TIC —tanto por la descripción de las técnicas empleadas en cada caso como por la posibilidad de realizar entrevistas en profundidad—.

Los casos de estudio son: JóvenesCatólicos.es, Asamblea Nacional de Joves Independentistes, Multireferèndum, Juventud Sin Futuro, Ecologistas en Acción, Oficina Precaria, Unión Interinstitutos de Madrid, Brigadas Vecinales, #JuventudDigna22m y Juventud Obrera Cristiana. Para entender algo más de su funcionamiento se han completado unas fichas (ver Anexo 3) a partir de entrevistas informales y búsqueda web que nos han permitido contar con una información más precisa, que ha hecho posible finalmente seleccionar dos acontecimientos sobre los que realizar un trabajo de investigación en profundidad. Para dicha selección se ha tenido en cuenta el componente juvenil de las organizaciones —por ello se ha descartado Ecologistas en Acción— y la necesidad de cubrir un espectro territorial e ideológico amplio —por ello se ha sustituido la Oficina Precaria, muy similar a Juventud Sin Futuro—. También se ha descartado #JuventudDigna22m por ser un acontecimiento de límites difusos muy difícil de describir (ya que se organizó exclusivamente a través de un *hashtag* sin generar información específica), y se han considerado la revuelta en el barrio de Gamonal y la acción de #ToqueABankia.

Los casos y acontecimientos seleccionados han sido elegidos porque se consideran de especial interés para comprender cómo están cambiando las formas de acción y de hacer política entre la juventud, a partir de Internet como cultura y como herramienta.

A continuación se describen los seis casos —que hemos dividido en acontecimientos y organizaciones— de donde han sido extraídos los informantes para las entrevistas.

### *Acontecimientos:*

#### *La revuelta de Gamonal (#EfectoGamonal) y #ToqueABankia*

#ToqueABankia constituye un buen ejemplo de política desde la Red. #ToqueABankia ha sido seleccionado porque diseña un tipo de acción que posibilita la participación tanto de personas que forman parte de organizaciones estables como de otras que no están integradas en ninguna agrupación. En este sentido, creemos que esto se vincula directamente a las formas lábiles de participación que encontramos en la manera en que muchos jóvenes se relacionan con la política hoy. En este sentido, constituye un caso paradigmático de organización difusa, descentralizada y sin voluntad de permanencia. Supone lo que llamábamos una forma de organización temporal que funciona a la manera de acontecimiento.

El caso de Gamonal además de constituir un acontecimiento de gran impacto público, creemos que funciona como ejemplo para hablar de las redes no visibles que se activan en momentos concretos. Este caso puede ejemplificar también la cuestión del uso de listas de mail y mensajería móvil que normalmente quedan ocultas y, por tanto, está relacionado con otro de los conceptos que manejamos como son las formas organizativas de “latencia”.

## Organizaciones: Juventud Sin Futuro, Unión de Interinstitutos de Madrid, Jóvenes de la ANC (Asamblea Nacional Catalana), E-Cristians

Juventud sin Futuro y Unión Interinstitutos son organizaciones propuestas por su representatividad y capacidad de impacto pero también porque, a menudo, los ámbitos estudiantiles son los primeros lugares donde muchos jóvenes entran en contacto con la política. Respecto a Juventud sin Futuro es innegable la función protagonista que tuvo en los inicios del 15-M y la visibilidad mediática que han alcanzado desde entonces. Es interesante como red que ha dado lugar a grupos en otros lugares del mundo —Marea Granate— y que lleva a cabo acciones descentralizadas en los distintos países y que, por lo tanto, tiene necesariamente que coordinarse a través de Internet. En este sentido, sus campañas de comunicación pueden considerarse como paradigmáticas.

Respecto a Unión Interinstitutos podemos decir que es el ejemplo que recoge la politización más temprana —junto a algunos colectivos independentistas— de todos los casos analizados. Su capacidad de incidencia es alta ya que fueron los responsables de encierros en institutos que han tenido cierto impacto mediático y social. Forman parte también de una red nacional que agrupa a las Asambleas de Estudiantes de Secundaria del estado. Respecto al uso de las redes sociales, son capaces de conseguir *trending topics* y se coordinan mediante grupos de WhatsApp y listas. Creemos que pueden aportar a esta investigación la posibilidad de observar la relación entre los más jóvenes y estas formas organizativas.

Los Jóvenes de la Asamblea Nacional Catalana hacen un uso de las redes sociales que no es especialmente significativo pero que puede hablarnos de cuáles son los usos de Internet para aquellas formas organizativas que podemos pensar como más clásicas, por ejemplo, de las que buscan tener grupos en cada una de las localidades de un determinado territorio. Aunque en realidad la ANC agrupa entidades de todo tipo —más liberales o menos, más o menos progresistas, asociaciones con el eje más puesto en la política y otras que menos— podríamos decir que la característica principal que les une es una cierta forma de plantearse el objetivo de la consecución de un estado propio para Cataluña. Como especificidad también podemos decir que es un colectivo juvenil integrado en un grupo más amplio que tiene sus propias campañas y una capacidad de impacto social muy elevada. Por tanto, es interesante analizar a través de este caso cuál es la especificidad de las formas juveniles de hacer política dentro de un grupo más amplio con agenda propia.

E-Cristians ha sido seleccionado como caso como contrapunto, tanto por su ideología (católica), como por su función proselitista desde un lugar que cuenta con recursos económicos vinculados a partidos políticos.

En la segunda fase de la investigación se han realizado entrevistas en profundidad a once personas que han participado activamente en dichas organizaciones y acontecimientos. Estas entrevistas estaban orientadas a dilucidar aspectos concretos vinculados a la genealogía de las organizaciones y los acontecimientos, su arquitectura de participación y organigrama interno, o el uso que hacen de Internet. A su vez, tenían una estructura similar entre ellas, en base a un guión (ver Anexo 2), con el objetivo de facilitar un análisis comparativo entre los distintos casos. Las personas entrevistadas han sido elegidas en función del papel que cumplen dentro de cada una

de las organizaciones, teniendo especialmente en cuenta su centralidad dentro de la organización y su conocimiento en la gestión de las herramientas digitales.

Las entrevistas<sup>2</sup> se han realizado en Barcelona, Burgos y Madrid durante el mes de junio de 2014.

## 4.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURA Y LAS DINÁMICAS FUNCIONALES DE LAS OPNC

### *A. Descripción de los casos seleccionados: acontecimientos*

Este apartado está redactado en base a las entrevistas realizadas y la información recogida en prensa, y en general, recoge el punto de vista de las organizaciones, sobre todo cuando no se ha podido cotejar la información recibida.

#### **#ToqueABankia**

#ToqueABankia fue una acción distribuida realizada en todo el Estado español y consistente en bloquear el máximo de oficinas posibles de Bankia. La acción fue organizada por el colectivo Interviene Gila, y se llevó a cabo el 9 de mayo de 2013.

Interviene Gila<sup>3</sup> es un colectivo que nace como grupo autónomo de la Asamblea de Lavapiés en 2012. El colectivo surge a partir de las dificultades y contradicciones que la Asamblea (surgida del 15-M) había experimentado para posicionar temas en los medios de comunicación tradicionales, y de buscar una herramienta comunicativa con el objetivo de hacer frente a este problema. El colectivo, formado por un grupo de siete personas con gran afinidad, recupera la figura del humorista Miguel Gila, y usa el humor para desarrollar acciones virales de desobediencia pacífica. En palabras de uno de los miembros del colectivo, el objetivo es “cambiar el sistema riéndonos y pasándonoslo bien”. El humor se concibe como una herramienta táctica, ya que permite una mayor viralidad de los mensajes y la creación de memes y narraciones que subvierten los contenidos de los medios de comunicación tradicionales. El uso de la figura de Miguel Gila, a su vez, permite al colectivo otro tipo de interacción en las redes sociales. Al construir el perfil en base al nombre de un personaje colectivo se facilita la interacción y por lo tanto construir otro tipo de relación con la comunidad de usuarios —según sus análisis—. A su vez, el uso del anonimato permite trabajar de forma más colectiva, empoderarse, y transformar las formas de liderazgo tradicionales. Dentro de Interviene Gila se asumen roles para tareas concretas, pero se intenta que estos roles se intercambien con el objetivo de hacer la organización más sólida frente a posibles mutaciones en la composición del grupo. Desde que el colectivo empezó a trabajar no se han incorporado nuevos miembros, en parte debido a que el colectivo está construido en base a la afinidad personal de sus integrantes.

---

2. Para más información sobre el perfil de las personas entrevistadas y el guión de las entrevistas ver Anexos 1 y 2.

3. La web de Interviene Gila <http://gilanoblogs.org/>

Interviene Gila empezó a usar primero Facebook<sup>4</sup> y posteriormente Twitter<sup>5</sup>. Facebook les permite trabajar de forma más sistemática sobre las acciones y el perfil (personaje), ya que los *posts* duran más tiempo y se pueden construir mensajes más complejos. Por otro lado, Twitter les facilita incrementar la viralidad de las acciones. Para organizar las redes sociales no siguen ninguna metodología ni protocolo, sino que las gestionan en función de la disponibilidad e intereses de sus integrantes. Tampoco usan *padés* para la organización de la comunicación, sólo en casos muy concretos cuando se tiene que llevar a cabo una acción. En sus propias palabras, su tarea de *community manager* “funciona bajo la lógica del *carpe diem*”. Para el colectivo es esencial que las herramientas digitales sean libres y estén cifradas. Sin embargo reconocen la necesidad de usar herramientas comerciales (como Facebook y Twitter) con el objetivo de alcanzar mayores audiencias.

El colectivo tampoco usa herramientas de comunicación y organización interna. Las reuniones presenciales no son sistemáticas. No se encuentran de forma periódica sino cuando hay una necesidad organizativa muy concreta. Tampoco poseen una lista de correo propia ni un grupo de WhatsApp. Sin embargo, al ser colectivo con mucha afinidad, comparten la información de manera informal y a menudo, sobre todo cuando les surge alguna idea interesante sobre la que trabajar. Las decisiones sobre si se desarrolla una acción se toman en función de la evaluación coyuntural de su oportunidad. Si es así, se lleva adelante la propuesta y el colectivo se reparte tareas y se pone a trabajar. Es en este momento cuando se establecen funciones específicas, pero no tienen actividades estructuradas y reparto de roles permanente.

**Contexto de la acción.** #ToqueABankia fue una acción coordinada en todo el Estado con el objetivo de bloquear el máximo de oficinas de Bankia que tuvo lugar el 9 de mayo de 2013. La propuesta fue lanzada por el colectivo Interviene Gila que enmarcó la acción en el contexto de las luchas por la vivienda que se desarrollan en todo el Estado por parte de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), así como de otras asambleas y grupos similares. Es necesario considerar que en marzo del mismo año, el Congreso de Diputados rechaza la ILP presentada por la PAH, que estaba apoyada por un millón y medio de firmas, y que exigía la dación en pago con carácter retroactivo, detener las ejecuciones hipotecarias y establecer un parque público de vivienda. El Partido Popular modifica sustancialmente la ILP con el objetivo de simular que aprueba las demandas de la PAH, es por ello que la plataforma se retira, como muestra de rechazo. También es importante tener en cuenta el escándalo desatado justo un año antes de la acción —en mayo del 2012— a raíz de la bancarrota de Bankia, que estaba dirigido en aquel momento por Rodrigo Rato. En este contexto, una acción dirigida a una entidad bancaria de tan escasa legitimidad se considera una oportunidad para proyectar una acción de gran alcance.

**Preparación de la acción.** El objetivo era bloquear todas las oficinas de un banco. La forma de desarrollar la acción surgió de manera colectiva y a partir de la lectura del *Manual para revolu-*

---

4. Facebook Interviene Gila <https://www.facebook.com/gilagrupodeintervencion>

5. Twitter Interviene Gila <https://twitter.com/IntervieneGila>



*cionarios pragmáticos*, donde se explica el caso de las trabajadoras de la limpieza que reivindicaban sus derechos laborales en una ópera saliendo en medio de la actuación y tirándose pedos. A partir de esta idea de acto de sabotaje simbólico surge la idea de #ToqueABankia.

Un integrante de Hacktivistas<sup>6</sup> —un colectivo de activistas vinculado a las TIC y a cultura libre— les propuso utilizar las TIC para generar una acción distribuida que permitiera coordinar y conectar a una gran cantidad de gente con un objetivo concreto —en la lógica de *swarming* de la que hablaremos después—. Para la realización de la acción, Hacktivistas desarrolló la plataforma organizativa web, mientras que Interviene Gila se ocupó de los contenidos y la comunicación. Los dos colectivos habían colaborado con anterioridad antes de esta ocasión como por ejemplo en No More Hangers (contra la Ley del Aborto de Gallardón).

Para comunicar la convocatoria se usaron redes sociales, fundamentalmente Facebook<sup>7</sup> y Twitter<sup>8</sup>, pero también se sirvieron de los medios de comunicación tradicionales. Primero publicaron la acción a través de medios activistas y luego alcanzaron medios *mainstream* como *El País* o *El Mundo*. Sin embargo, en su opinión, la campaña comunicativa final la hizo la misma Bankia al mandar un correo interno a los trabajadores alertando de una posible situación de “máximo riesgo”, lo que provocó que muchas oficinas cerraran el día de la acción sin necesidad de intervenir. La complejidad de la convocatoria logró que Bankia no entendiese cómo se había organizado ni el nivel de riesgo real, lo que incrementó la capacidad de incidencia de la acción. Es necesario apuntar la importancia de herramientas descentralizadas como Twitter y Facebook para llevarla a cabo ya que habría sido prácticamente imposible la coordinación de todos esos elementos, o su coste en tiempo y recursos habría sido altísimo.

La plataforma *online* (actualmente no disponible) que debía servir como espacio de articulación de los “ataques” pacíficos —o las formas de ocupación temporal— se lanzó el 9 de abril. Esta plataforma contenía un sistema de geolocalización de todas las oficinas de Bankia y el usuario podía elegir en cual intervenir. Una vez escogida oficina y horario, tenía la posibilidad de participar en un foro *online* con los otros usuarios con los que había coincidido, y que les permitiría decidir colectivamente cuál sería el sistema de bloqueo u ocupación de aquella oficina en concreto. También se lanzó un *pad* a través de Facebook y Twitter en el cual se recogían ideas y propuestas para desarrollar el bloqueo, con el objetivo de sumarlas a la campaña. A partir del 9 de abril, el *hashtag* #ToqueABankia empieza a tener cada vez más presencia en las redes a medida que se acerca la fecha de la acción.

La herramienta ofreció algunas ventajas y algunos inconvenientes. Por un lado, permitió que mucha gente que no se conocía se pudiera coordinar colectivamente para realizar la acción. También permitió “viralizar”, comunicar y explicar mucho mejor el desarrollo de la acción. No obstante, para participar era necesario inscribirse usando un usuario anónimo o la propia cuenta de Facebook, y esto fue problemático cuando Facebook bloqueó el día antes de la acción el *link* que conec-

---

6. Web Hacktivistas: <http://wiki.hacktivistas.net/index.php?title=Portada>

7. Facebook ToqueABankia: <https://www.facebook.com/Toque.a.Bankia>

8. Twitter ToqueABankia: <https://twitter.com/ToqueaBankia>

taba el perfil de Interviene Gila con la plataforma *online*, lo que provocó que mucha gente no pudiera entrar a través de Facebook y por lo tanto, no pudiera participar en la acción.

Finalmente, unos días antes de la acción, también se lanza la plataforma web en formato App para *smartphone*, lo que permite que durante la acción todos los participantes tengan disponible la información en tiempo real en su dispositivo móvil sin tener que acceder a la página web a través de un navegador.

**Desarrollo de la acción.** Como se ha apuntado anteriormente, algunas oficinas de Bankia ya estaban cerradas antes de empezar la acción debido a las medidas de precaución que tomó la empresa. Sin embargo, desde primera hora de la mañana empezaron bloqueos en todo el Estado. La acción se desarrolló de formas muy distintas. En algunas partes fue participada sobretudo por grupos militantes, fundamentalmente por nodos locales de las PAH y las asambleas de vivienda. La PAH de Madrid no quiso sumarse a la acción puesto que no la consideraron como propia; sin embargo, algunas asambleas de vivienda de Madrid sí que participaron. Los métodos utilizados para el bloqueo fueron múltiples, pero, el más usado fue el método denominado “cansinismo”: preguntar cuestiones absurdas o hacer muchas preguntas sin interés durante mucho tiempo, con el objetivo de generar una larga cola de clientes y bloquear así el funcionamiento de la oficina. Algunas, al darse cuenta de que se estaba desarrollando una acción de carácter reivindicativo, cerraron por decisión propia, de forma que esas personas se desplazaron a otra siendo capaces de cerrar varias en el mismo día. Durante la jornada fue fundamental el uso de Twitter y del *hashtag* #ToqueABankia, ya que éste permitió centralizar toda la información (*tweets*, imágenes, vídeos, *streamings*) que surgían de las distintas acciones. El *hashtag*, que se convirtió en *trending topic* —en uno de los diez temas más comentados del país— durante la mañana, también permitió reorganizar la acción en tiempo real a lo largo de la jornada, ya que ofrecía la posibilidad de visualizar dónde se estaba concentrando la gente o qué oficinas estaban ya cerradas.

En total se cerraron quinientas oficinas, la mayoría de ellas en el Estado español, pero algunas también en el extranjero. La acción tuvo una alta participación de personas no activistas. Los mismos organizadores reconocen que no existe ningún precedente de acción de ese tipo, de bloqueo distribuido y coordinado a través de Internet. Los integrantes de Interviene Gila habían participado en acciones similares de ocupación de bancos, pero muy diferentes a la de #ToqueABankia.

El colectivo desarrolló su propia cobertura y seguimiento de la acción. Para ello utilizaron la plataforma CuelgaMe, que permite realizar llamadas gratuitas a las oficinas de Bankia con el objetivo de colapsar las líneas, y que permite así mismo grabarlas para subirlas *online*. También se centralizaba toda la información que se produjo en las redes sociales: imágenes, vídeos, etc. Se realizaron distintas notas de prensa y la noticia apareció en bastantes medios. El humor implícito y el hecho de ubicarse en la semana de acciones del 15-M permitió que fuera bien aceptada entre los medios de comunicación tradicionales, a pesar de que la noticia fue censurada en aquellos medios financiados por Bankia —como por ejemplo *El País*—, según los organizadores.

Posteriormente, y debido al éxito y la novedad de la acción, se intentó repetir el modelo con Toque a Ibercaja, que se organizó para el 12 de mayo de 2014, pero no funcionó. De hecho,

una parte de Interviene Gila consideraba que era un error táctico, y falló el consenso interno dentro del colectivo. Se destaca en este sentido la necesidad de que este tipo de acciones incorporen tanto el factor innovación como el factor espontaneidad, y que se organicen con un amplio consenso y legitimidad social.

**Redes sociales.** Tras del acontecimiento, los perfiles de Facebook y Twitter de ToqueABankia han caído en cierto desuso. Después de la acción se realizó una devolución a la Red y se lanzó información de cómo había acontecido la jornada; sin embargo, el flujo comunicativo decae a partir de finales de mayo. En el caso de Twitter sólo encontramos siete *tweets* desde el mayo del 2013, y en el caso de Facebook sólo hay seis *posts*. Esto indica cómo ambos perfiles estaban muy vinculados al acontecimiento específico.

### **#EfectoGamonal**

**Antecedentes y contexto.** La revuelta de Gamonal —el #EfectoGamonal— se inició en el barrio del mismo nombre de la ciudad de Burgos y posteriormente se extendió a todo el Estado. La protesta empezó el 10 de enero de 2014, pero hay antecedentes sin los cuales ésta no se podría comprender. En agosto del 2006 empezó un proceso similar en la misma zona, en la Avenida Eladio Perlado, donde durante cuatro días hubo fuertes protestas contra la construcción de un aparcamiento subterráneo. No obstante, en aquel momento la asamblea estaba menos organizada y el uso de las redes sociales era casi inexistente. La gente joven casi no participó en las movilizaciones del 2006, que estaban básicamente integradas por personas mayores de cincuenta años: vecinos y personas que trabajaban y accedían a la zona en coche. La revuelta de 2014 se enmarca en un caso de desarrollo urbanístico que no cuenta con el beneplácito de los vecinos —que estaban en contra de la construcción de un parque subterráneo, y de la transformación de la Calle Vitoria en un boulevard—. La obra estaba dirigida por el constructor Antonio Miguel Méndez Pozo, empresario que había estado siete años en prisión por un delito de falsedad documental, y que mantenía una relación de afinidad con el alcalde de Burgos, Javier Lacalle, del Partido Popular.

**Desarrollo de las protestas.** El miércoles 7 de enero de 2014 llegan las primeras máquinas a la Calle Vitoria y el jueves empiezan las primeras tareas de organización y sondeo, así como las primeras protestas y la represión policial. Los incidentes son menores, pero se incrementan la noche del viernes después de que empiecen las obras ese mismo día. Un grupo de personas se coloca en la entrada impidiendo la salida de las máquinas y camiones, y esto provoca la llegada de la policía y el comienzo de la tensión en la calle. La noche siguiente las protestas aumentan y se vuelven más violentas. El sábado empiezan a salir en los medios de comunicación de todo el Estado y en el barrio comienzan las asambleas. De esta forma se crea la asamblea del barrio, y se abre el *blog*<sup>9</sup>. El colectivo recoge el trabajo realizado por la asamblea nacida durante el 15-M, y amplía exponencialmente el grupo. La composición de la asamblea está marcada por una mayoría de gente mayor de 60 años, sin embargo, a diferencia de la revuelta de 2006, hay una

---

9. Blog de la Asamblea: <https://gamonalniunpasoatras.wordpress.com/>

participación creciente de gente joven. La asamblea reúne todo tipo de gente del barrio, pero está marcada por una diferencia entre un sector mayoritariamente joven con opciones de lucha de carácter “insurreccionalista” y un sector más mayor con formas de intervención que apelan a las instituciones. Esta diferencia recorre el conjunto de discusiones políticas durante aquellos días, y de hecho se mantiene aún hasta la fecha. A pesar de que la asamblea no elige portavocías durante el desarrollo de la protesta, los medios de comunicación entrevistan a figuras concretas que se convierten en portavoces informales de las protestas. Este elemento también tiene un sesgo generacional, ya que la gente más joven se muestra más reacia a hablar con medios por miedo y por rechazo.

Se establecen siete comisiones de trabajo: comunicación, economía, organización, participación, investigación, periódico, centro social y punto de encuentro, y se empiezan a realizar largas y amplias sesiones en la calle para decidir cómo continuar las protestas. Debido al aumento de los niveles de organización y de los disturbios, y a la creciente presencia mediática durante los días 11 y 12 de enero, el Ministerio de Interior decide enviar 85 policías extra desde Valladolid con el objetivo de reforzar los operativos, decreta el toque de queda en el barrio, y obliga a todos los vecinos a permanecer encerrados en casa. Estos hechos producen un efecto multiplicador con lo que se empieza a organizar el proceso de extensión de acciones de solidaridad a todo el Estado.

**Herramientas de organización y comunicación.** Para el desarrollo de las protestas a pie de calle se hace un uso intensivo del servicio de WhatsApp y de Telegram, así como de mensajería instantánea. Mediante estas herramientas se autoconvocan las protestas y se coordinan las movilizaciones en la calle. De esta forma, tuvieron mucha importancia las redes personales y el tejido de barrio preexistente, ya que permitieron mejorar las conexiones y la comunicación entre la gente que participó. En el caso de la asamblea, se crea un grupo de Telegram para cada comisión, con el objetivo de coordinarse con agilidad. La asamblea tiene también dos listas de correos, una para la comunicación externa y otra para la comunicación interna, y se crea un GoogleCalendar con el objetivo de reunir todas las actividades de la asamblea. Al principio, el GoogleCalendar estaba gestionado por las comisiones, que añadían sus contenidos; sin embargo, ahora que hay menos actividades, lo gestiona la comisión de comunicación.

Como se ha apuntado más arriba, durante los primeros días de la protesta se crea el *blog* de la Asamblea, que cumple distintas funciones: por un lado informar al exterior de lo que está sucediendo y por otro, publicar comunicados sobre el posicionamiento de la asamblea. Este último punto es especialmente relevante, puesto que la asamblea tuvo que estar contrarrestando continuamente la visión de los grandes medios de comunicación y en especial del *Diario de Burgos* afín al gobierno local. En la actualidad hay dos *blogs*: el de la asamblea y el del centro social<sup>10</sup>. En estos *blogs* se continúan publicando noticias de lo que sucede, y comunicados de las asambleas.

---

10. Web del Centro Social Recuperado de Gamonal: <http://csrgamonal.ga/>

El martes 14 de enero se lanza el *hashtag* #EfectoGamonal, que se convirtió en *trending topic* difundiendo también las convocatorias que se produjeron en los distintos lugares del Estado. En Madrid se convoca el jueves, y la tarde del mismo martes ya hay planteadas movilizaciones en una decena de ciudades. El miércoles 15 se lanzan otros dos *hashtags*. El primero de ellos es #ColapsoUIP, que tiene por objetivo lanzar una estrategia de colapso del dispositivo policial, a través de convocar protestas en muchos lugares y dispersar así la UIP (Unidad de Intervención Policial de la Policía Nacional) de Burgos. El segundo *hashtag*, también *trending topic*, se lanza por la tarde, y es #ConGamonal. Con este *hashtag* se pretende mostrar el soporte a las protestas que continúan en Burgos, y mantener las acciones en el punto de mira hasta que llegue la fecha de las movilizaciones en otras ciudades. El miércoles se convoca una protesta en Madrid a la que asisten unos miles de personas y en la que se producen algunos disturbios, y el jueves se vuelven a repetir las manifestaciones de soporte en la capital. Finalmente, el viernes hay protestas en más de cuarenta ciudades; entre las principales se encuentran Barcelona, Valencia, Zaragoza, Madrid, Vigo, Bilbao y Málaga. La afluencia de gente joven es mayoritaria, y en algunas ciudades como Barcelona y Zaragoza se producen disturbios y conflictos con la policía. La misma noche del viernes el alcalde de Burgos, Javier Lacalle, anuncia en una rueda de prensa que las obras quedan definitivamente suspendidas, y que no se realizará el boulevard.

Por otro lado, y anteriormente al lanzamiento de estos *hashtags*, en Gamonal se organizan dispositivos propios de comunicación al exterior. En la comisión de comunicación de la asamblea se propone abrir un perfil colectivo de Twitter, y se abre @GamonalEnLucha. Sin embargo, la cuenta es censurada y eliminada después de cincuenta *tweets*, y por ello se abre @GamonalEnLucha2, que llega a los 6.000 *followers* a los pocos días de abrirse. A través del perfil colectivo se empieza a informar de lo que está sucediendo en el barrio, con el objetivo de desmentir la versión de los grandes medios de comunicación. Al principio la cuenta es gestionada por un solo *community manager*, pero después se añaden otros gestores. La información que difunde la cuenta parte de la experiencia personal del *community manager* y del conjunto de redes sociales personales del mismo, que le envían información e imágenes pidiéndole que las difunda. De esta forma, @GamonalEnLucha2 se convierte en una suerte de centralita y altavoz de lo que sucede en el barrio durante aquellos días. Desde entonces, no se ha establecido un protocolo de redes, y el uso de éstas se realiza de manera informal. Las distintas personas que gestionan la cuenta lo hacen de forma personal y sin protocolo.

Aparte de @GamonalEnLucha2, también se crea un perfil de Facebook<sup>11</sup>, que se recicla de la Plataforma contra el Boulevard de Gamonal. Después de las protestas, los perfiles en redes sociales creados para la ocasión siguen activos. Se mantiene una fuerte vinculación con la asamblea, con las actividades de esta y con lo que sucede en el barrio. Cada semana se organiza una asamblea a la que asiste alguien de la comisión de comunicación, que luego traslada las decisiones y debates al conjunto del grupo. Desde entonces, tanto el perfil de Twitter como el de Facebook se han seguido usando para explicar cuál es el estado de las negociaciones y la situación en el barrio, para difundir información sobre movilizaciones en Burgos y para hacer crítica política de la situación en el Estado español. Al estar gestionadas por gente distinta y sin un pro-

---

11. Facebook: <https://www.facebook.com/efectogamonal>

protocolo preestablecido, se utilizan estilos distintos de publicación y comunicación. En Twitter hay una importante difusión de links, con mensajes explicativos cortos. En Facebook se realiza una actividad similar, aunque a través de la repetición de un modelo de mensajes que van encabezados con las palabras #EfectoGamonal y #STOPRepresión, para dotar de sentido a la información difundida y poder vincularla así a los hechos sucedidos en Gamonal. El uso de ambas redes es de carácter informativo más que de análisis o propuestas.

## B. Descripción de los casos seleccionados: organizaciones

### E-Cristians

**Genealogía y organización.** E-Cristians nace en 2001 con el objetivo de incrementar la presencia del catolicismo y de sus valores en la vida pública y en las instituciones. La organización la inician cinco personas en Cataluña, agrupadas en torno a la figura de Josep Miró y Ardévol, exmiembro de Unió Democràtica. Posteriormente la organización se ha extendido también a otras partes del país, sobre todo a través de su dimensión virtual, ya que tienen un *blog*<sup>12</sup> —de amplia difusión— y utilizan profusamente distintas redes sociales<sup>13</sup>. También emiten una alerta semanal y un boletín informativo sobre actualidad con análisis y denuncias de situaciones relacionadas con la actualidad. Finalmente, tienen asociado el periódico *online Forum Libertas*<sup>14</sup>, con aproximadamente 22.000 visitas diarias, que mantiene un carácter independiente. Desde su nacimiento, E-Cristians ha realizado distintas tareas de difusión, comunicación, y también organización de actividades y acciones de todo tipo: manifestaciones, comedores, recogida de firmas o debates. La organización está constituida como asociación y mantiene una estructura de decisión de corte clásico, determinada por el modelo de la propia asociación.

**Uso de la Red.** El uso de la Red que realiza E-Cristians es en gran medida informativo. Tanto en Facebook como en Twitter tienen comunidades relativamente reducidas y con las que se genera poca interactividad. Se difunden mensajes cortos, normalmente a modo de titular, con enlaces a otras páginas o imágenes. Cuando se realiza una acción también recurren a las llamadas telefónicas a los socios, puesto que esto les permite un tipo de relación y contacto más directos.

### ANJI

**Genealogía y organización.** En la primavera de 2011 nace la Assemblée Nacional Catalana (ANC), con el objetivo de crear una organización que trabaje para conseguir la independencia de Cataluña respecto al Estado español. En el texto de la declaración fundacional de la ANC<sup>15</sup> se pueden leer sus fundamentos y objetivos; los principales son: (1) Recuperar la independencia

---

12. Blog: <http://www.e-cristians.net/>

13. Facebook: <https://www.facebook.com/ECristians> Twitter: <https://twitter.com/ECristians1>

14. Web Forum Libertas: <http://www.forumlibertas.com/>

15. Declaración fundacional ANC: <https://assemblea.cat/?q=node/31>

política de Cataluña. (2) Acceder a la independencia mediante el ejercicio del derecho de autodeterminación nacional. (3) Formar una mayoría en el Parlament de Catalunya con el objetivo de organizar un plebiscito de autodeterminación nacional. (4) Renegociar la permanencia en la Unión Europea.

Actualmente, la ANC ha tenido un enorme crecimiento, y cuenta con más de cincuenta nodos territoriales<sup>16</sup> y setenta nodos sectoriales<sup>17</sup>. Este enorme crecimiento se debe en gran medida al contexto de auge del nacionalismo catalán, propiciado por la importante manifestación nacionalista del 11 de septiembre de 2012, a partir de la cual la cuestión nacionalista e independentista se pone en el centro de la agenda y la opinión públicas. Esto implica un crecimiento exponencial tanto de la ANC como de la cuestión nacionalista dentro de gran parte de las organizaciones y colectivos de todo tipo que se encuentran en el territorio catalán.

La ANC está organizada de forma descentralizada, y las formas de decisión son asamblearias. No obstante, consta de un coordinador nacional, un secretario nacional y un tesorero, que son elegidos a través de la votación de los miembros de la asamblea. También hay otras cuatro personas elegidas mediante votación, que son las responsables de los trabajos sectoriales. La ANC consta de un plenario presencial anual en el que se discuten las líneas generales de la asamblea.

La sección joven de la Asamblea Nacional Catalana nace como una sectorial de la ANC a principios del 2012, y actualmente cuenta con más de cincuenta nodos territoriales<sup>18</sup> en todo el territorio de los “Països Catalans”, en los que hay aproximadamente unos doscientos jóvenes directamente implicados. De esta forma, la ANJI tiene una estructura distribuida con mayor presencia en algunas ciudades de más importancia. La horquilla de edad para participar en la ANJI va de los 14 a los 30 años; se permite la participación, aunque no el voto, a mayores de 30 años.

**Uso de la Red.** Para la ANJI, el uso de Facebook<sup>19</sup> y Twitter<sup>20</sup> es muy importante, puesto que permite difundir convocatorias, informar sobre aspectos vinculados a las líneas generales de la ANC y generar interactividad con otros usuarios. La ANJI se preocupa de tener una presencia firme y sostenida en las redes sociales, produciendo contenidos a diario. Por otro lado, se está realizando una página web específica de la sección, que estará disponible en breve.

---

16. Nodos territoriales ANC: <https://assemblea.cat/?q=territorials>

17. Nodos sectoriales ANC: <https://assemblea.cat/?q=assemblees-sectorials>

18. Aquí se pueden consultar los principales nodos territoriales: <https://assemblea.cat/?q=node/4484>

19. Facebook ANJI: <https://www.facebook.com/ANJLANC>

20. Twitter ANJI: <https://twitter.com/ANJLANC>

## Unión Interinstitutos de Madrid

**Genealogía y organización.** La Unión Interinstitutos de Madrid nace en un contexto de recortes y privatización acelerada de la educación pública, concretamente en el marco de la Educación Secundaria. Al inicio del curso académico 2011-2012, debido a la situación de precarización de los centros de educación pública, se decide iniciar un proceso de coordinación y organización entre los estudiantes de los distintos institutos de Madrid. Al mismo tiempo y por las mismas razones, nace la Marea Verde, que tiene como objetivo generar un proceso de agregación entre el conjunto de la comunidad educativa. Es importante destacar que tanto la Unión Interinstitutos como la Marea Verde nacen en el contexto de la emergencia del 15-M como proceso masivo de politización, y no sería posible entender estas formas de agregación en los centros de educación sin tener en cuenta las movilizaciones masivas que se sucedían desde mayo del mismo año en todo el país. A la primera asamblea<sup>21</sup> acuden estudiantes de Secundaria de dieciséis institutos de Madrid.

Desde entonces, la red ha seguido creciendo y se ha ido componiendo con otros espacios, como la citada Marea Verde, y actualmente es el principal espacio de organización de los estudiantes de secundaria. A través de la Unión Interinstitutos se han organizado importantes huelgas de educación, como las del 22 de mayo de 2012 o la del 24 de octubre de 2013, así como multitudinarias manifestaciones. En la Unión Interinstitutos se realizan asambleas periódicas, a las que acuden uno o dos delegados de cada instituto, que luego llevan las propuestas de nuevo a las asambleas de cada centro con el objetivo de discutir las y hacer propuestas conjuntas.

**Uso de la Red.** El colectivo tiene un grupo específico encargado de la comunicación que se ocupa de la difusión a través de redes sociales, como Facebook<sup>22</sup> y Twitter<sup>23</sup>. No obstante, el perfil de Facebook se encuentra actualmente en desuso, desde la huelga y la manifestación masivas del 24 de octubre de 2013. Con Twitter se mantiene una comunicación más constante, aunque dilatada en el tiempo y concentrada en acontecimientos importantes (cuando hay manifestaciones o protestas).

A través de las redes no sólo se difunden contenidos relativos a su ámbito de actuación sino también en términos más generales vinculadas al conjunto de protestas que se dan en el Estado español, a la “crisis de la democracia” y la desposesión de derechos sociales. El uso de la comunicación tiene un carácter básicamente informativo, aunque también se difunden mensajes con un tono más emotivo y personal. Además, mantienen un *blog*<sup>24</sup>, en el que publican declaraciones, memes e información sobre acontecimientos políticos relevantes.

---

21. Acta de la primera asamblea de la Unión Interinstitutos: <http://interinstitutos.blogspot.com.es/2011/10/acta-de-la-primerasamblea.html>

22. Facebook Unión Interinstitutos: <https://www.facebook.com/pages/Un%C3%B3n-Interinstitutos-Madrid/207944149277605>

23. Twitter Unión Interinstitutos: <https://twitter.com/Interinstitutos>

24. Blog Unión Interinstitutos: <http://interinstitutos.blogspot.com.es/>



## *Juventud Sin Futuro*

**Genealogía y organización.** Juventud Sin Futuro nace en septiembre de 2010 a partir de una red estudiantil que se había formado desde el colectivo universitario Contrapoder. Su origen está muy relacionado con el ciclo de luchas contra el Plan Bolonia, en el contexto de las grandes protestas estudiantiles que tuvieron lugar durante aquel otoño en Italia, Francia y Reino Unido, y sobre todo con la convocatoria de Geração a Rasca (Generación Precaria) que se tuvo lugar en Portugal el 12 de marzo de 2011.

Juventud Sin Futuro nace con el objetivo de ir más allá del ámbito universitario y apelar a la juventud en general, así como al junto de problemas específicos de este segmento social. El 7 de abril de 2011 se realiza la primera acción, una manifestación en Madrid bajo el lema "Sin casa, sin curro, sin miedo", que desborda las expectativas de los convocantes, y que implica un proceso de apertura y reorganización del colectivo. Desde entonces se han realizado distintas campañas como el "No nos vamos, nos echan"<sup>25</sup> o "Madrid no es ciudad para jóvenes". La campaña "No nos vamos, nos echan" se realizó durante la primavera de 2013. El objetivo era denunciar que lo que el gobierno del Partido Popular denomina "movilidad exterior" esconde en realidad una nueva oleada de exilio económico de una generación precarizada que no encuentra su medio de vida en el Estado español, debido a las altas tasas de paro, a la precariedad y a las dificultades de acceso a la renta y a los derechos sociales. De esta forma, a través de una campaña *online* con base en la página web antes citada, se convocaron un conjunto de manifestaciones distribuidas por todo el planeta, organizadas por jóvenes españoles en el exilio. El 7 de abril de 2013 se sucedieron centenares de protestas y manifestaciones, principalmente en Europa pero también en otras partes del mundo, donde se denunciaban las condiciones de exilio y precariedad de los centenares de miles de españoles exiliados. A su vez, este acontecimiento provoca el surgimiento de la Marea Granate<sup>26</sup>, un proceso de articulación y coordinación de los españoles exiliados, que no sólo denuncia su situación sino también las condiciones políticas del Estado español. De esta forma, la Marea Granate ha ido cobrando autonomía y se ha convertido en un proceso aparte, nacido de la campaña de Juventud Sin Futuro.

Actualmente el colectivo está desarrollando la campaña "Madrid no es ciudad para jóvenes"<sup>27</sup>, con página web propia. Mediante esta campaña se pretende reivindicar el derecho a la ciudad como un conjunto de garantías para que la población, y en concreto la juventud, puedan acceder a una vida digna en el contexto de las grandes metrópolis. En la campaña se habla específicamente de cinco aspectos: el trabajo, la vivienda, los servicios públicos, el transporte y el ocio. El 7 de abril de 2014 se realizó una acción mediática para dar inicio a la campaña, que tendrá una duración de varios meses.

---

25. Web de "No nos vamos, nos echan" <http://www.nonosvamosnosechan.net/>

26. Marea Granate: <http://mareagranate.org/>

27. Explicación de la campaña "Madrid no es ciudad para jóvenes" en la web de Juventud Sin Futuro <http://juventudsinfuturo.net/madrid-es-ciudad-para-jovenes/> y web de la campaña: <http://www.noesciudadparajovenes.com/>

En el Estado español, Juventud Sin Futuro se encuentra solamente en Madrid, si bien durante la primavera de 2013 aparecieron temporalmente algunos nodos en ciudades como Barcelona y Zaragoza. Realizan reuniones presenciales semanales, a las que acuden aproximadamente 30 personas, y que son el principal espacio de discusión y de toma de decisiones.

**Uso de la Red.** Juventud Sin Futuro ha hecho desde el inicio un uso muy innovador tanto de Internet como de las redes sociales, y ha considerado estos canales como herramientas fundamentales para su propia organización y existencia como colectivo. Su apuesta deriva sobre todo del hecho de entender la importancia que tienen estos canales para la gente joven, a la que quieren apelar. Este hecho se hace patente también en los contenidos que publican que huyen del tipo de lenguaje de las organizaciones políticas convencionales y de la vieja izquierda. Tanto en Facebook<sup>28</sup> como en Twitter<sup>29</sup> tienen comunidades muy amplias (110.000 “me gusta” y 70.000 seguidores, respectivamente), lo que les permite una alta difusión de los contenidos.

Las campañas que realizan son diseñadas específicamente para ser desarrolladas a través de estas redes, con las que tienen una comunidad muy entregada y niveles muy altos de interacción. Para la gestión de las redes tienen un equipo específico, que se coordina en momentos concretos de lanzamiento de una campaña o una acción. Mediante Facebook y Twitter no sólo desarrollan una tarea informativa, sino también de *guerrilla de la comunicación*, con una fuerte presencia e insistencia alrededor de los acontecimientos políticos que surgen a diario en el Estado español, especialmente los vinculados con la falta de democracia, la corrupción, los derechos sociales, la precariedad, o los aspectos que conciernen a la situación de los jóvenes. Juventud sin Futuro ha apostado desde el inicio por el uso táctico de los medios de comunicación de masas. Desde su punto de vista es un espacio más a través del cual ocupar la esfera pública y consideran que, combinado con las redes sociales, puede incrementar mucho la difusión y expansión del colectivo.

### C. Algunas consideraciones sobre el concepto de organización. Sistema-red 15-M y organizaciones latentes

Entendemos las Nuevas Organizaciones Políticas como “formas híbridas entre organización y movimiento social, entre organización masiva de protesta y grupo activista de base, que no sólo orientan su acción en relación a sus oponentes sino hacia el conjunto de la sociedad” (Parés, 2014: 32)<sup>30</sup>. En nuestro caso, hemos optado por la denominación de organizaciones políticas no convencionales (OPNC).

---

28. Facebook de Juventud Sin Futuro: <https://www.facebook.com/juventudsinfuturo?fref=ts>

29. Twitter de Juventud Sin Futuro: <https://twitter.com/juventudsin>

30. También se recoge la propuesta de Mir (2013) de utilizar el concepto Colectivo de Organización Política Autoinstituido (COPA), “argumentando que las ‘nuevas’ formas de participación política juvenil no convencional utilizan herramientas y repertorios de los movimientos tradicionales. Lo nuevo, en todo caso, es el momento que les ha tocado vivir, lo que supone una oportunidad para recombinar recursos y métodos de una manera original. Los factores que definirían a los COPA serían su carácter colectivo (proyectos grupales en beneficio de aquello que consideran común), su dimensión organizativa (estable e incluyente), su orientación política (generando procesos de gestión creativa de la propia existencia cotidiana) y su naturaleza autoconstituida (siendo proyectos de emancipación, de recuperación e institución de normas ajustadas a la propia experiencia)” (Parés, 2014: 32).

En la elaboración del “mapa” de OPNC y de su presencia en Internet, hemos podido comprobar cómo muchas de las organizaciones que se podían identificar en base a un rastreo por su impacto en redes sociales y por el desarrollo de sus herramientas comunicativas tenían poco que ver unas con otras. Es decir, que las formas que asumen estas organizaciones es plural y en ocasiones difícil de rastrear o fijar en categorías: desde agrupaciones estables con sede física y reuniones presenciales —pero también sin ellas con trabajo únicamente a través de la Red—; plataformas o coordinadoras de organizaciones más o menos estables, de carácter local e incluso internacional —de la Unión Interinstitutos a la Marea Granate—; proyectos comunicativos en los que participan uno o varios colectivos que funcionan a la manera de campañas —#NoLesVotes, #ToqueABankia—; nombres múltiples con capacidad de coordinarse, en ocasiones, pero cuya identidad puede ser asumida por cualquiera —Anonymous—; formas de organización que se mantienen y se dan a conocer únicamente través de listas de mensajería múltiple —WhatsApp o Telegram— sostenidas en redes de afinidad, etc. Todas responden a nuevas formas organizativas que surgen o se potencian gracias a las TIC hasta el punto de que muchas serían imposibles sin la existencia y desarrollo de esas tecnologías.

Por tanto, la palabra “organización” podría resultar un tanto ambigua para referirse a determinadas prácticas, como por ejemplo aquellas que funcionan más bien como “acontecimiento” y que están basadas en formas de agregación efímeras que se gestan a través de Internet (como una *flashmob*, que es una acción en la que un gran número de desconocidos se reúnen en un lugar a partir de una convocatoria *online*). Un buen ejemplo de acontecimiento es la campaña #ToqueABankia, que ha constituido uno de los casos de análisis y que, como hemos visto, no es una organización sino una forma de “movilización distribuida” o de coordinación de grupos preexistentes, grupos de afines o ciudadanos no agregados que aprovechando las posibilidades de las TIC realizan una acción un determinado día en diferentes lugares de todo el Estado. Estas coreografías organizacionales están emparentadas con el concepto de “*swarming*” (enjambamiento) que trata de dar cuenta de la capacidad de las redes de generar coordinación en la dispersión.

### Swarming

El concepto se utilizó por primera vez aplicado a la táctica militar para definir un ataque aparentemente amorfo en el que se ataca desde muchos frentes distintos pero que, en realidad, está perfectamente estructurado y coordinado (Arquilla y Rondfeldt, 2000).

Este concepto ha pasado a la literatura sobre comunicación y redes y también a la teoría de redes y sobre movimientos sociales, para definir formas de agregación dispersas. Sin embargo, ha conservado parte del lenguaje militar. Según Padilla, “el *swarming* es una forma de autoorganización en tiempo real: personas y grupos que coordinan espontáneamente sus acciones sin darse ni recibir órdenes. Se trata de un patrón de ataque: unidades dispersas de una red de pequeñas fuerzas —y quizás algunas grandes— convergen en un mismo blanco desde direcciones múltiples. El objetivo primordial consiste en mantener presión sostenida. Las redes de *swarm* deben ser capaces de unirse rápida y ágilmente contra un mismo objetivo —nodos autónomos e inteligentes— y después romperse y dispersarse, pero

quedar preparadas para reagruparse y emprender una nueva presión. Es una autoorganización en tiempo real que parece surgir de la nada, pero que es reconocible porque se mueve de una forma más o menos rítmica” (2012: 67).

Clay Shirky identifica tres requisitos para que se dé esta forma de cooperación distribuida en una acción llevada a cabo bajo esta lógica. Primero una promesa o convocatoria de acción plausible y atractiva. Una herramienta que permita la articulación y que está constituida tanto por recursos como por estrategias. Estas herramientas pueden ser *forums online*, *wikis*, *chats*, *blogs*, etc., que pueden coordinar esfuerzos a distintos niveles y escalas. Y por último, una serie de condiciones que se han de aceptar para participar en la acción. Sólo, explica Shirky, cuando se dan estos tres requisitos y funcionan para una gran cantidad de gente, se produce la cooperación bajo lógicas de *swarming* (2008).

Como explica una de las entrevistadas, sobre la acción de #ToqueABankia:

*Enjambrazar es que si nosotros no tenemos una estructura vertical, como no tenemos, ni el 15-M, y tenemos una estructura horizontal, creemos que existe la oportunidad de que la gente se junte para una sola acción, como un enjambre de abejas y se disperse; pero las abejas tienen canales de comunicación para hacerlo y nosotros no sabemos como íbamos a hacer. Por eso diseñamos esa campaña comunicativa multicapas para poder enjambrazarnos.*

Es decir, estas formas de organización efímera están vinculadas no sólo a herramientas comunicativas sino al propio contenido de la comunicación. La comunicación genera organización aunque sea de carácter efímero y esas formas tienen poco que ver con lo que tradicionalmente se ha entendido por organización política. Sin embargo, como explica Padilla partiendo de Shirky, la información y la comunicación por sí solas no consiguen generar estas condiciones si no hay por lo menos un “horizonte compartido y el intercambio de acontecimientos y de afectos” (Padilla, 2012: 68). El “horizonte compartido” se puede pensar desde la definición que hace Tarrow (2012) de los movimientos sociales, que de forma amplia conceptualiza como “desafíos colectivos planteados por personas que comparten objetivos comunes y solidaridad en una interacción mantenida con las élites, los oponentes y las autoridades.”

Además de estas formas diversas, en el mapa de experiencias hemos descubierto que, al menos en lo que a su presencia en la Red respecta, al número de seguidores de Twitter, Facebook y otras redes sociales, así como otros indicadores —capacidad de posicionar *trending topics*, etc.— las organizaciones o prácticas que surgen o se alimentan de procesos vinculados con el 15-M<sup>31</sup>

---

31. Entendemos el 15-M como lo que Tarrow (2012) denomina ciclo de acción colectiva: “Una fase de intensificación de los conflictos y la confrontación en el sistema social, que incluye una rápida difusión de la acción colectiva de los sectores más movilizados a los menos movilizados, un ritmo de innovación acelerado en las formas de confrontación, marcos nuevos o transformados para la acción colectiva, una combinación de participación organizada y no organizada y unas secuencias de interacción intensificada entre disidentes y autoridades.”

o que forman parte de su marco discursivo, son más numerosas en cuanto a la implicación específica y activa de los jóvenes. Podemos decir, a partir de los datos recogidos, que el vector de innovación más fuerte respecto a la tecnopolítica en nuestro país se ha dado y se está dando en estos entornos. A diferencia de los planteamientos que reducen el 15-M a un mero acontecimiento después del cual habría desaparecido como forma de hacer política, consideramos que ha producido una acumulación de saberes, relaciones sociales y cultura política que ha transformado en buena parte las formas de acción política juveniles. Muchos de los colectivos y redes, sobre todo aquellos en los que mayormente se mueven los jóvenes más interesados en política, se han transformado durante estos tres años. Algunos han desaparecido, otros han emergido en formas novedosas o se han readaptado de una u otra manera a esas nuevas formas de hacer o entender la política. El 15-M en este sentido, como “ecosistema”, no es sólo un acontecimiento sino también una condensación de experimentos tecnopolíticos que venían desarrollándose en la Red de manera minoritaria en las décadas anteriores a partir de un vínculo entre movimientos sociales y cultura *hacker* y que en la actualidad se expanden a partir de las nuevas posibilidades que ofrecen el desarrollo de las TIC y sobre todo de las redes sociales.

Respecto a otros grandes grupos ideológicos que hemos podido identificar, las organizaciones con el eje nacionalista o independentista, o espacios identitarios más clásicos —comunistas, troskistas, anarquistas, etc.— creemos que necesariamente han recibido por vías formales o informales ciertas “técnicas” aprendidas en las experiencias y prácticas tecnopolíticas gestadas en las redes: modos de hacer que han sido asimilados, resuenan o se expanden a partir de las prácticas y el sentido común que se ha generado en torno al 15-M.

Sin embargo, y de la misma manera que sucede con los partidos políticos clásicos, cuanto más identitarias, centradas y jerárquicas son estas organizaciones, más dificultades tienen para adaptarse a la lógica descentralizada y participativa de las redes y para aprovechar la potencia distribuida según las lógicas de *swarming* que hemos descrito antes u otras similares.

Pero el 15-M no sólo ha implicado una nueva concepción de la política y una nueva cultura de la organización, sino también la rearticulación de distintos colectivos y redes. Este cambio cultural y el proceso de politización de masas vinculado al 15-M han supuesto tanto la transformación de las organizaciones ya existentes como la aparición de nuevos procesos, redes y colectivos, que beben de esta cultura política. En definitiva, el 15-M ha dejado sedimentos, tanto en formas de organización como en vínculos personas y redes sociales no virtuales, que a menudo se desconocen en los análisis de la tecnopolítica y que son centrales para explicar cómo se organizan acciones de solidaridad con capacidad de reproducirse en buena parte de la geografía del Estado. Es interesante contar aquí con la definición de red social de Tarrow (2012) —que se no centra especialmente en el ámbito digital—, para quien éstas constituyen estructuras operativas que hacen posible la transformación de las acciones colectivas episódicas en movimientos sociales. Es decir, son las redes de afinidad o de confianza que se generan en los acontecimientos políticos —ese capital social que parte de las prácticas y los objetivos compartidos— la que posibilita la articulación de movimientos sociales que van más allá de las movilizaciones puntuales. Habría que añadir que son las TIC, sobre todo en el estado de desarrollo actual —y aún más con las posibilidades que proporcionan los dispositivos móviles y la conectividad constante— las

que generan o sostienen muchas de esas redes de afinidad a lo largo del tiempo y que también posibilitan su mantenimiento en territorios dispersos.

En este sentido, queremos incidir en que no hay práctica que no vaya acompañada de algún tipo de coordinación. Por ejemplo, lo que la literatura sobre el tema recoge bajo la denominación de resonancia<sup>32</sup> y que trata de dar cuenta de los procesos de contagio del repertorio de la protesta que se dan más allá de las fronteras nacionales —como se dio en el ciclo de luchas del 2011/2012—. Aunque no se expliciten, estos vínculos entre experiencias pueden ser rastreados y explicados por vínculos directos entre activistas o convocatorias internacionales que parten de redes preexistentes o que se crean *ad hoc*. Con esto queremos poner el acento en la idea de que las prácticas gestadas en las redes virtuales se expanden fuera de las TIC en redes personales.

Como explica una de las entrevistadas:

*“Ya habíamos abierto los servidores con Take The Square, tomando la plaza de Madrid pues era mucho más fácil. Todo esto estamos hablando de que es el inicio, que es cuando se decide internacionalizar el movimiento, que es cuando se convoca la llamada a ocupar las bolsas el 17 de septiembre que es cuando sale Occupy [Wall Street]”<sup>33</sup>. Entonces todo esto fue coordinado y dinamizado a través pues de Facebook, listas de correo y Mumble, mucho Mumble, muchísimo Mumble.”*

Incluso, como hemos podido comprobar en las entrevistas, lo que pueden parecer acciones “espontáneas” tienen detrás el funcionamiento de algún tipo de cooperación que acaba por ensamblarse incluso de las formas más distribuidas. Esto puede comprobarse en la producción de un *trending topic*, que aparentemente no constituye sino una tendencia momentánea, pero para la cual se ha experimentado una metodología propia que consigue dotar de visibilidad a un determinado *hashtag* para los usuarios de Twitter y por tanto, para la prensa. Durante el 15-M se ha desarrollado una forma de producir *trending topics* que implica que los organizadores contactan incluso con cuentas de Twitter de personas desconocidas a nivel personal pero que son percibidos como nodos “afines” dentro de la Red, y que colaboran en el posicionamiento del tema o *hashtag* durante el periodo deseado. Una metodología que en principio resulta opaca o que no es totalmente pública y que ejemplifica la dificultad de rastrear algunas formas organizativas en Internet con apariencia de espontáneas.

## Resonancia

La noción de resonancia parte de lo que el sociólogo Erwin Goffman describió como análisis del marco, a partir del cual se describe cómo las interacciones sociales se producen dentro de marcos interpretativos concretos. A partir de esta noción, los autores David A. Snow y Robert D. Benford, en su artículo “Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization”, han trabajado el análisis del marco dentro de la sociología de los movimientos sociales,

---

32. Sobre este proceso ver *Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave* de Gerbaudo (2013).

33. Ver: <http://occupywallst.org>

para describir cómo éstos producen marcos de interpretación concretos, y cómo su éxito puede ser medido en función de la sincronía entre los marcos proyectados y los de los participantes. A este proceso lo llaman *frame alignment*. De esta forma, su noción de resonancia hace referencia a cómo un conjunto de marcos interpretativos se superponen, componen o vuelven complementarios. Recientemente, a partir del ciclo de movilizaciones iniciado en 2011 y donde Internet tiene un nuevo papel y una relevancia fundamental, la noción de resonancia ha sido recuperada no sólo en el campo académico, sino también en el campo activista, aunque con un sentido diferente. La noción de resonancia que ensayan autores como Paolo Gerbaudo en su artículo “Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave”, hace referencia a la gran viralidad que permite Internet, y en cómo esta viralidad permite una expansión tanto de los marcos interpretativos como de las formas de hacer y entender la política. Desde este punto de vista, la resonancia no hace simplemente referencia a relación entre marcos de interpretación sino a cómo esta relación puede multiplicarse a través de las herramientas digitales y *online* y las propias prácticas políticas.

*Eras capaz de hacer un trending topic no porque @acampadasol tenga 80.000 seguidores, eras capaz de hacer un trending topic porque tenías una red de un montón de gente, sabiendo cómo se utiliza un pad, sabiendo a qué hora tengo que entrar en ese pad para elegir el hashtag, o sea ya está participando de ese hashtag, estoy discutiendo como en esa discusión, o sea como cuando sale el hashtag en un cierto modo lo siento mío, y sé que al día siguiente hasta las 11h no puedo tuitearlo porque si no, lo quemo, o sea, como que hay como una serie de normas no escritas que la gente conoce y que te permitía realmente conseguir esa difusión en red, conseguir ese alcance.*

Hay que destacar también el hecho de que el entrevistado (miembro de Difusión en Red<sup>34</sup>) vincula organización y emoción: “lo siento mío”. De alguna manera, estas formas organizativas, aunque no sean permanentes, también pueden generar —y se mantienen, en parte— debido a un cierto sentido de pertenencia, que en principio podría parecer una característica más propia de las organizaciones políticas de carácter más estable pero que son un ingrediente más de las posibilidades de articulación de identidades afines en la Red.

Estas redes de afinidad más o menos orgánicas constituyen lo que podríamos llamar organizaciones políticas latentes, que pueden permanecer contenidas en la forma de una herramienta de coordinación: página de Facebook, lista de correos y cada vez más, aplicaciones de mensajería instantánea para dispositivos móviles y que en principio sirven para distribuir información pero que muchas veces también son capaces de articularse para generar acontecimientos políticos.

---

34. Difusión en Red es un colectivo que empezó como comisión de redes de la Acampada Sol.

Claro ejemplo de ello es el caso de #EfectoGamonal, donde a través de las redes y contactos personales —que pasaban incluso por llamadas de teléfono— una miríada de colectivos y vínculos personales de todo el Estado se activaron para generar acciones de solidaridad que dieran visibilidad a las protestas que estaban teniendo lugar en Burgos. Es importante señalar que estas redes no se activan de forma espontánea sino a través de nodos, vínculos y catalizadores organizados que las rearticulan en momentos concretos. Estos nodos y vínculos pasan por perfiles de Twitter —sobre todo aquellos más activos y con mayor capacidad de influencia—; grupos de Telegram y WhatsApp de coordinación estatal; *padrs*, o vínculos personales que se han construido a lo largo de estos años desde la eclosión del 15-M. Se trata de redes tanto formales como informales, que producen vínculos tanto fuertes como débiles, pero capaces de generar organizaciones que se constituyen para conseguir un objetivo concreto: en el caso de Gamonal, la solidaridad con la movilización vecinal que pedía la paralización de las obras planeadas por el Ayuntamiento.

*Al principio no había fórmula porque como son intentos espontáneos. Lo que hacemos es por un lado monitorizar y por otro lado pues eso, mucha de la gente que está capacitada que está convocando está ya en este tipo de grupos. Entonces claro, ya les conoces, son tres años de currar, ya sabes el que tiene el dedo rápido como digo yo y ya sabes que siempre hay una posibilidad de hablar con ellos como "oye, espera, estamos coordinando esto." Sin limitarles, porque es una decisión soberana, pero tratando de hacerles entender que todo eso [la coordinación] les va a dar más fuerza. [...] Cuando ya tenemos 5 o 6 ciudades que quieren salir a favor de #EfectoGamonal se habla directamente con otras asambleas o grupos que pensamos que tienen capacidad: "Oye, vamos a hacer esto ¿os animáis?" "Oye, ¿cómo lo veis?" "Pues no podemos esta semana, las siguiente podría ser por esto... ¿Sabes?" Se negocia todo un poco, pero hablando de inflarlo.*

Cuando los entrevistados hablan de monitorizar se refieren a una forma de rastrear los consensos en las redes sociales y se aplica fundamentalmente a las comunidades que se generan en Twitter. Cuando Difusión en Red era la comisión de redes sociales de la Acampada Sol y se encargaba de la gestión de distintas cuentas colectivas de Twitter y Facebook —Take the Square, Toma la Plaza, Acampada Sol, etc.— el contenido que se comunicaba partía de los consensos que más o menos se podrían percibir en las asambleas y en los grupos de trabajo más estables. Posteriormente, cuando esas asambleas se convierten en asambleas de barrio o desaparecen, se empieza a percibir las redes sociales como un ógora capaz de generar ciertos consensos, casi como si el ecosistema 15-M produjese su propia asamblea virtual. Las formas de funcionamiento entonces no son necesariamente deliberativas sino más bien meritocráticas o por capacidad de influencia —una persona con muchos seguidores es un nodo que tiene la confianza de una mayor parte de la comunidad, aunque las cuestiones de legitimidad se basan también en otros parámetros como las relaciones personales, el hecho de que el tuitero verifique la información que emite, su probada solvencia, etc—. Si las personas que llevan cuentas colectivas o que quieren apoyar los acontecimientos que están teniendo lugar en Burgos necesitan saber si una determinada propuesta puede calar —o si el ecosistema 15-M está asumiendo una lucha como propia— lo que hacen es rastrear determinados *hashtag* o cuentas más influyentes y sondear a través de los gru-



pos de coordinación de WhatsApp o Telegram. Esa monitorización sirve entonces para saber cuál es el “sentir” del ecosistema sobre un determinado tema y si las acciones que se quieren impulsar tienen la posibilidad o no de generar convocatoria. Una de las entrevistadas explica cómo funciona uno de estos procesos y cómo interactúan las distintas plataformas en relación a una convocatoria:

*Alguien tiene la idea, lo pone en Twitter, la gente retuitea, o lo dice en un mensaje de WhatsApp y le salen quince +1, y normalmente es muy difícil trazar quién fue que decidió convocar tal día y tal hora. Nosotros sí podemos trazarlos porque estamos en muchos grupos de WhatsApp y somos muy activos pero es irrelevante quién lo diga. Entonces lo que hacemos nosotros más bien es monitorizar, buscar qué tweet lo ha dicho y si tiene muchos retweets, empezar a medir y cuando ya vemos que ha tenido muchos retweets o muchos más unos, en el grupo de WhatsApp o lo que sea, lo empezamos a modificar...*

Como se ha visto, el 15-M resultó ser un gran experimento de herramientas y modos de hacer respecto a las posibilidades de las TIC. De hecho, hay prácticas que se realizaban a modo de prueba para medir la capacidad de las distintas herramientas de coordinación. Respecto a la generación de estas redes de mensajería múltiple móvil —sobre todo las más populares, WhatsApp y Telegram— es interesante pensar su funcionamiento a partir de una experiencia que relata Marta G. Franco. En ella se eligieron, a partir de herramientas de medición desarrolladas por activistas-investigadores, las diez cuentas de Twitter más influyentes de Madrid pertenecientes al ecosistema 15-M (no con más seguidores, sino aquellas que tenían comunidades más diversas y por tanto, mayor capacidad de incidencia). Estas personas entraron a formar parte de un mismo grupo de WhatsApp. Hay que tener en cuenta que hace unos años los grupos tenían un límite de participantes que se ha ido incrementando hasta llegar a los doscientos de Telegram a día de hoy y de cincuenta para WhatsApp, pero que anteriormente el número de participantes era más limitado. Cada una de estas personas “influyentes” tenía el mandato de abrir otro grupo con otras diez personas que considerase relevantes y que, a su vez, continuarían la cadena creando sus propios grupos. De esta manera se “diseñaba” una herramienta —una red social propia basada en relaciones virtuales y/o cara a cara que involucraban redes de afinidad— para que circulase información. Así se reprodujo lo que ya sucede de manera no tan organizada cuando se viralizan convocatorias a través de la mensajería instantánea. Este primer experimento constituyó un embrión de lo que ahora son los grupos de coordinación estatal y de lo que se ha establecido como uso político de las cadenas de mensajes tanto mediante Telegram como mediante WhatsApp.

*Se crearon muchos grupos, se creó esa costumbre de estar en distintos grupos para poder enlazar unos a otros y que ahora las cadenas fluyen y que tú mandas una cosa y al rato te viene de vuelta. Y que tú preguntas: “Necesito a alguien de Burgos ¿Quién es de Burgos?” Y sale alguien de Burgos en un momento. Si no en tu grupo, en el de al lado alguien pregunta y va y vuelve.*

[...]

*No son grupos abiertos sino grupos de afinidad y entonces muchas de estas listas siguen funcionando para tomar decisiones y otras son más de espacios de encuentro*

*y de afinidad. Pero sí que siguen funcionando muy bien para poner en común a gente y hay mucha capacidad de crear otras nuevas. O sea, en el momento en que una lista o un grupo de WhatsApp tiene mucho ruido, se hace otra. Y sirven, hay muchas que están apagadas, o sea que no son grupos de trabajo continuo por comisiones, pero cuando hace falta se reactivan. Pasa mucho con las de comunicación que a lo mejor día a día no están recibiendo nada, pero abdica el rey y alguien pregunta "Oye, ¿que hacemos?"*

A través de estas herramientas TIC, el ecosistema 15-M también permanece vivo y puede activarse en momentos determinados para dar respuesta al contexto político:

*La potencia de lo que hicimos en ese año y de lo que hemos seguido cuidando en estos tres años, es la capacidad que tenemos de organizar y de difundir información con una capacidad de respuesta grandísima de llegar a mucha gente con la estrategia, que creo que no hay ninguna estructura social en este país que lo consiga desde abajo. Evidentemente si tienes Televisión Española puedes decir lo que quieres y llegar a veinte millones de personas en un momento. Pero sin esa potencia no hay nadie que tenga esa capacidad de viralizar ideas. El 15-M tiene esa capacidad. Por ejemplo, abdica el rey y a la hora ya hay comunicadas cincuenta manifestaciones y a las cinco, ya hay, cinco horas, ya hay 140 en un listado, en un pad y memes moviéndose por WhatsApp, imágenes que se está hecho con un mismo hashtag que más o menos se convierte en el lema de la convocatoria y baja a la plaza y todo el mundo tiene carteles en los que pone referentes en vez de otro desmadre. O sea, esa capacidad de generar mensajes, memes...*

Se trata, en definitiva, de la constitución de *nuevas formas de institucionalidad emergente* con límites más difusos que se recomponen de formas distintas en función del contexto. Lo que a primera vista pueden parecer acontecimientos espontáneos y sin una organización detrás se desarrollan gracias a un conjunto de sedimentos depositados, redes sociales —presenciales y virtuales— en un determinado contexto que sirve de catalizador, que hacen posible la generación de acontecimientos políticos y la articulación de nuevas formas organizativas.

Estas características de las OPNC más novedosas —redes informales, militancia online, límites organizacionales difusos, etc.— creemos que están relacionadas con las formas en las que los jóvenes se vinculan con la política hoy. Como se ha dicho, las propias posibilidades que ofrecen las TIC complican el rastreo de la pertenencia o no a un determinado grupo o colectivo. Es posible pertenecer a distintos proyectos al mismo tiempo —*multimilitancia*—; cambiar de uno a otro con facilidad o sentirse parte y "colaborar" de forma intermitente o puntual con propuestas concretas, incluso sin un compromiso específico. Desde nuestro punto de vista, la forma en la que los jóvenes se vinculan hoy con espacios políticos tiene que ver con estas formas "líquidas" de compromiso y a que, en muchas ocasiones, las identidades políticas estables han perdido peso.

Por ejemplo, las prácticas o acontecimientos de las que hemos hablado también constituyen verdaderas alternativas a las organizaciones formales, y generan identidades políticas difusas tanto en los integrantes como en las propias organizaciones. El ejemplo de People Witness sirve para

pensar esto. People Witness es una red, grupo, o simplemente acción de vigilancia de los abusos de las autoridades policiales mediante el *streaming*. En Barcelona son un colectivo de afines más parecido a un grupo activista clásico, mientras que en Madrid funcionan más bien como un *hashtag* o una práctica. Para la entrevistada de este grupo: “el concepto de People Witness es que si ahora mismo llega aquí la poli y se pone a pegar a esa mujer, que cualquiera coja un teléfono y lo dinamicé, no es más.”

Para participar en procesos de transformación social hoy no es imprescindible pertenecer orgánicamente a ninguna agrupación, sino más bien integrar alguna de las redes existentes de militancia ya sean estables o difusas. En este sentido, podemos decir que estas mutaciones han transformado también a los movimientos sociales clásicos —sin perder de vista también su gran diversidad de partida—. Más que organizaciones estables con voluntad de permanencia, muchas veces la militancia se da por “redes de afinidad”: cultural/subcultural, política difusa, temas clave, etc.

*... entendiendo la política como algo más cotidiano. Quizás es más difícil la militancia en espacios para toda la vida o para toda la semana incluso, pero creo que la gente joven está mucho más politizada a cualquier escala. La gente más joven, o sea, la gente que está ahora acabando la carrera o que está en la universidad y le han subido las tasas y le han fastidiado la vida, está hablando de política todo el rato aunque no esté militando. Y pasa una cosa como lo de la abdicación [...] y es más fácil que salgan a la calle.*

#### **D. Sobre herramientas digitales y OPNC. La comunicación como organización**

Las herramientas digitales más utilizadas por las OPNC analizadas son los servicios de mensajería móvil, el *e-mail* y las redes sociales —sobre todo Twitter y Facebook—. El más antiguo de todos ellos es el *e-mail*. Es habitual el uso de listas de correo que permiten incorporar a una gran cantidad de personas en una misma conversación. Sin embargo, el servicio de *e-mail* se ha mostrado poco útil para formas de comunicación más rápidas y virales. En ese sentido, tanto las redes sociales como posteriormente WhatsApp o Telegram, han sustituido algunas de las funciones del antiguo *e-mail*.

Hay que destacar también a las redes sociales como espacios sobre todo de comunicación externa —aunque no sólo, también organizan—. De esta forma, la suscripción a un canal de información —como podían ser los *newsletters* que cada vez tienen menos presencia— migra a servicios de mayor agilidad como las redes sociales. Por otra parte, Facebook también es usado por algunas organizaciones como espacio de organización interna —aunque no ha sido diseñado para ello— a través de los grupos privados ya que permiten más funciones e interacción que el servicio de *e-mail* y mayor agilidad y variedad en la interacción.

Por otro lado, los servicios de mensajería instantánea también han sustituido algunas de las funciones del *e-mail*. WhatsApp y Telegram, de aparición relativamente reciente, permiten formas de comunicación instantáneas y, por tanto, extremadamente ágiles. Estos dos servicios, como hemos visto, son utilizados en tareas de coordinación interna de ciertas organizaciones, especialmente

en lo relativo a grupos de trabajo concretos, como pueden ser los de comunicación. Telegram es usado sobre todo por organizaciones políticas no convencionales que contemplan la importancia tanto de las licencias abiertas como de la encriptación, ya que está programado con código abierto. A su vez WhatsApp y Telegram, como se ha comentado, también son usados como herramientas de comunicación externa y de difusión, ya que mediante la opción de compartir o copiar un mensaje se puede distribuir una misma información a distintos grupos de forma muy rápida. Esto permite la viralización de ciertos mensajes como pueden ser convocatorias de acciones o acontecimientos, aunque por relaciones de afinidad más fuerte que las redes sociales más utilizadas.

El uso de estas herramientas, especialmente las vinculadas a aplicaciones móviles, implica también una migración del uso del ordenador al uso de dispositivos móviles —sobre todo el *smartphone*— para la organización, lo que a su vez significa también una mayor difusión geográfica de los nodos y de las formas de organización. En el caso de #EfectoCamonal y #ToqueABankia las acciones se reconfiguran en tiempo real a partir de la comunicación de la gente que participa en éstas, y que informa de qué está sucediendo a través de canales distintos. Esta organización en tiempo real está también muy relacionada con la pérdida de definición de las fronteras entre comunicación y organización, ya que las prácticas de comunicación redefinen constantemente el acontecimiento y lo canalizan. Lo mismo ocurre con la emisión de vídeo en tiempo real, que, al mostrar en directo lo que ocurre, sirve tanto para comunicar como para rediseñar la propia acción.

Sobre el minuto a minuto en la comunicación, una de las entrevistadas explica:

*Era un espacio donde nosotros reinábamos, reinábamos siempre. Como que era nuestro espacio natural, y con la naturaleza del 15-M y su ser orgánico pues era muy fácil. Porque si a mí me llaman ahora, recibo un WhatsApp sobre un desalojo en no sé dónde, pues yo te dejo aquí y tardo lo que tardo en llegar. Ya estoy viviendo en tiempo real, ya he avisado por el camino a todo el mundo, ya he ejercido toda la coordinación descentralizada y ya hay un impacto en las noticias que vamos a tener. Si trabajas para un medio [convencional], desde que se enteran... primero no les llega tan rápido como a nosotros, han tardado dos horas en enterarse, después hay una decisión jerárquica, después esta tiene que ser comunicada, después tienen que ir a pedir el material, después tiene que coger las cámaras, después tienen que coger el permiso del coche... después para cuando llegan, a lo mejor ya no hay noticia. Y de esto nos dimos cuenta desde el principio que nosotros éramos como muy buenos ahí, que había un potencial.*

Según otro de los entrevistados:

*Las redes sociales dan inmediatez, te lo he señalado antes como un aspecto negativo; pero también es un aspecto muy positivo, estoy hablando de cosas reales, no de supuestos: empieza a haber detenciones ilegales de activistas en su casa, ¿cómo te enteras? Pues yo me entero a través de las redes sociales. Quizás a mí personalmente, que estoy como muy metido en algunos círculos, me llega por el móvil, pero la única manera de hacerlo visible, aunque sea a un poco más de gente, es a través de las redes sociales, porque no se hace con la Ser, ni se hace con Prisa.*

Para la prácticas de organización a gran escala también son de uso común los servicios de videoconferencia o de llamada múltiple como Mumble, Hangout o Skype. Estas herramientas permiten ahorrar costes de desplazamiento —de tiempo y económicos— y permiten agilizar el crecimiento de las OPNC. En este sentido, han sido fundamentales para la extensión territorial de organizaciones como la Marea Granate, o de la Asamblea Nacional Catalana/ANJl. Como se ha apuntado anteriormente, estas herramientas no sustituyen el encuentro presencial siempre y cuando esto sea posible, sino que permiten multiplicar los encuentros o la participación de gente que no puede desplazarse.

Finalmente es también necesario citar la centralidad cada vez mayor de las herramientas colaborativas como Pads, especialmente entre OPNC que forman parte del ecosistema 15-M. Los Pads son a un mismo tiempo una herramienta de comunicación y de organización, ya que funcionan como documento de trabajo que permite estructurar y decidir en tiempo real cuáles serán las líneas de argumentación y acción en torno a un asunto determinado. Por esta razón son también fundamentales para las prácticas de organización a gran escala.

Estas herramientas diversas han posibilitado la aparición de lo que podríamos llamar una *organización multimedia*. Esto es, formas de organización que pasan por una multiplicidad de canales de comunicación distintos que son constitutivos de la agrupación. También se constata como mediante algunos de los usos no habituales de estas herramientas (por ejemplo, cuando Facebook se utiliza para la coordinación política) se produce una reapropiación o tergiversación de la plataforma comercial. Finalmente, se puede ver cómo la frontera entre comunicación interna y externa se desdibuja. Las distintas herramientas son utilizadas para ambas funciones y, como consecuencia, las organizaciones se recomponen de formas innovadoras.

En las formas de funcionamiento de las OPNC percibimos una mutación estrechamente vinculada a las TIC y sobre todo a la emergencia de las redes sociales y sus posibilidades de usos múltiples —comunicación exterior/interior, organización/coordination—. Este nuevo papel provoca el ya mencionado efecto de pérdida de las fronteras entre comunicación y organización. Como explica Gerbaudo, “en los movimientos sociales contemporáneos el uso de los *social media* no augura el fin de la organización como tal, sino la emergencia de formas de organización ‘líquidas’. En este modelo, basado en una crítica a las formas de organización ‘sólidas’, la comunicación y la organización se convierten en prácticamente indistinguibles, y los ‘comunicadores’ de un movimiento devienen automáticamente en sus organizadores y líderes.” (2012: 135)

En la concepción de la comunicación como organización podemos distinguir dos aspectos concretos: por un lado, la comunicación como acción. Es decir, cómo la comunicación deviene a veces el eje vertebrador de la acción política como sucede en las campañas *online*. Esto también se produce en dinámicas con lógica de “enjambre” como podemos ver en las formas en las que se ocupa el espacio público en muchas de las movilizaciones. Un ejemplo claro de ello son los casos estudiados de #EfectoCamonal y #ToqueABankia: acciones que se reorganizan en tiempo real mientras están sucediendo, a partir de herramientas de comunicación. Ese aspecto de la comunicación es otro elemento a tener en cuenta para comprender qué implican los llamados procesos multicapa, y cómo se componen las ya mencionadas organizaciones multimedia, a través de herramientas y canales distintos de comunicación.

En este sentido, podemos decir que la presencia física está atravesada por las redes de comunicación. Respecto a cómo se concibe la acción política, no se puede separar la capa física de la capa informacional. Las nuevas formas de subjetivación política que se producen en las redes están muy vinculadas a los dispositivos móviles que “añaden” o suman esta capa de información interactiva a las acciones presenciales. Las acciones políticas no son sólo mediáticas y/o presenciales, tienen una tercera dimensión informacional con características de P2P o de tú a tú.

Como explica uno de los entrevistados de Juventud Sin Futuro:

*Para nosotros no es diferente, nosotros no notamos una diferencia entre hoy lanzamos un hashtag y un contenido de redes y hacemos una acción; siempre acompañamos las acciones con difusión y contenido en redes, pero yo es que lo concibo igual, es que al final, puede tener más impacto, por desgracia, una cosa que haces en las redes sociales que una cosa que haces en la calle. No es por priorizar el tema virtual, pero es intentar acompañarlo, y en algunas cosas hacemos más trabajo de redes, pero en otras temáticas o en otras esferas, no hacemos trabajo de redes y vamos a lo que hay un poco más visible.*

### **E. Nueva institucionalidad: la Red como metáfora**

Uno de los ejes de esta investigación consiste en tratar de definir cómo se está produciendo nueva institucionalidad a partir de las formas organizativas que surgen de las TIC. Tanto el trabajo de diseño del mapa de OPNC, como las entrevistas en profundidad estaban encaminadas a comprender de qué manera *la Red funciona como metáfora de organización política* o cómo se valoran principios asociados a la cultura de la Red en las nuevas OPNC. Así como en qué medida están presentes las características que Pekka Himanen (2001) ha vinculado a la ética *hacker*: meritocracia, apertura, pragmatismo, transparencia, rapidez, formas de hacer basadas en el compartir, estructuras de participación distribuidas orientadas a la consecución de una misión más que a un método —*rough consensus and running code*—, rechazo a la burocratización de los procesos... Esto es central para pensar las relaciones entre Internet y política —así como sus entrecruzamientos con la cuestión de la juventud— porque “pensar la Red como espacio organizativo y de comunicación que pueda producir nuevas formas institucionales, es algo que ha acompañado su propio nacimiento y desarrollo” (Martínez, 2014: 108). La cultura de Internet en la manera que tiene de materializarse en prácticas conlleva muchos de los elementos de cómo se piensa la democracia hoy en las nuevas organizaciones políticas, y estos “modos de hacer” también están permeando incluso las organizaciones más clásicas.

Podemos decir que cada vez más el funcionamiento de los movimientos sociales vinculados a las formas de cooperación distribuida que posibilitan las TIC se activan y se modulan a partir de los códigos, protocolos y sistema de signos de la Red. De esta forma, podríamos hablar de una mirada difusa de colectivos que funciona bajo una lógica de red y que se articulan a partir de agregaciones efímeras en torno a un fin específico, y que luego se vuelven a dispersar, mutan, o quedan latentes sin necesariamente desaparecer. Los movimientos sociales se parecen de modo creciente —sobre todo en su vertiente más novedosa— al funcionamiento de la Red y la cultura a la que ha dado lugar.

La hipótesis que intentamos desarrollar aquí pasa por pensar el 15-M como *software*, es decir, intentar un acercamiento a la nueva recombinación y reinención de determinados “modos de hacer” que pueden perfilar un “estilo 15-M”: desborde, replicabilidad, postideología, articulación organizativa sobre la base del movimiento-red, estilos de comunicación, etc. En este sentido, podemos ver el 15-M como una condensación de formas políticas que ya se venían experimentando en la Red con anterioridad en anteriores ciclos de lucha como durante el Movimiento Global. El presente ciclo de acción colectiva se podría ver como una exacerbación de estas características en un contexto social favorable para llevar a cabo un experimento masivo de la política red que ya venía prefigurándose con anterioridad. Estas prácticas estaban presentes en algunas experiencias políticas de finales de la década de 1990 y los primeros años del 2000 en lo que se llamó Movimiento Global —o Antiglobalización— y que, por supuesto, partía de la cultura o contracultura *hacker*<sup>35</sup>. Aquí el 15-M le debe mucho a la cultura de la Red, pero también a cierta acumulación movimentista. Como explican Sampedro y Sánchez (2011), “el 15-M llegó a las plazas por la confluencia de redes de activistas sociales muy movilizados (al menos, el núcleo inicial) y otras redes más difusas (y extensas) generadas en ámbitos digitales.”

Estos valores son asumidos de forma bastante generalizada por las organizaciones que han estado vinculadas al 15-M y han generado una suerte de sentido común.

Como explica uno de los entrevistados:

*Por muy bien que montes una manifestación, al final, cómo acababan apareciendo las cosas o cómo se montaban a nivel físico, tenían una relación muy muy directa con cómo utilizas ahí la Red: el carácter distribuido, la autonomía, los niveles de apertura, el que todo el mundo pueda participar. ... Entonces ya sea por el potencial de la Red, de las nuevas tecnologías como tal o por las dinámicas y las prácticas que conlleva su uso o el conocimiento de esas tecnologías, yo creo que hubiera sido impensable hacerlo de otra forma.*

A continuación desgranamos algunas de estas características:

### ***Formas de liderazgo: meritocracia y horizontalidad***

Las formas de liderazgo y organización en las organizaciones políticas no convencionales (OPNC) difieren en muchos aspectos de las formas de liderazgo y organización de las organizaciones convencionales y de las organizaciones previas a la era digital.

Cuando se intentan tipologizar las formas de liderazgo y organización propias de las OPNC, se suele simplificar apuntando que no tienen organización ni líderes y que se trata de organizaciones horizontales. No obstante, un análisis en detalle muestra que la realidad es más compleja, y lo que se produce realmente son nuevas formas de liderazgo y organización que en mayor o menor medida integran la forma-red como su elemento característico. Frente a la supuesta horizontalidad

---

35. Para ello basta ver la centralidad que tuvieron esos años espacios políticos *hacktivistas* como Sindominio.net o Nodo50. Así como plataformas de contrainformación como Indymedia que formaban parte del corazón de este movimiento.

sin matices, lo que encontramos son formas distintas e híbridas de liderazgo, organización y asunción de roles. En las OPNC, la organización se vuelve flexible y difusa, toma formas distintas según el momento y los objetivos inmediatos, contempla una serie de anillos y se ramifica integrando formas distintas de participación, al tiempo que combina los lazos fuertes con una multiplicación de lazos débiles que también son fundamentales para su activación. Las formas de liderazgo no son verticales, pero sí hay ciertos nodos que tienen un papel relevante en función de objetivos concretos, de saberes prácticos y cuya autoridad se reconoce en base a una cierta noción meritocrática.

Estas formas de liderazgo son temporales, puesto que cambian según el contexto, y son distribuidas o descentralizadas. Dentro de las OPNC estos elementos se componen de formas distintas, y varían dependiendo del tipo de organización y de sus objetivos. Los ejemplos de los dos acontecimientos analizados, #EfectoGamonal y #ToqueABankia, son muy ilustrativos de estructuras de participación distribuidas entre un conjunto amplio de nodos con formas de organización difusas que cambian a medida que se desarrolla el acontecimiento.

### *Código abierto, transmisión de conocimiento*

Muchos de los usos de las herramientas tecnológicas que se han desarrollado estos últimos años se han gestionado de manera abierta. El 15-M supone un gran experimento masivo de aprendizaje colectivo donde se acumulan una serie de saberes sobre la producción política en Internet y el trabajo en redes —gracias a los costos bajos que proporcionan las formas en que se dan muchas de las herramientas comunicativas actuales, pero también al trabajo vivo de miles de personas dedicadas a la militancia en las redes—. Este conocimiento se produce de forma colectiva según dinámicas de ensayo y error:

*... ha creado mucho corpus y maneras de hacer. Han sido las propias asambleas y la acampada de Sol, porque la gente trabajaba junta no porque se decidiera. Esas maneras de hacer acaban siendo contagiosas en positivo, y por eso casi todo el 15-M tiene el mismo estilo porque trabajan juntos tanto de manera presencial como no presencial... Son más pensamientos generales que técnicas en concreto, no es decir: "pon la almohadilla aquí o pon la almohadilla acá", sino entiendo que tienes que ser siempre veraz en lo que cuentas, no vale manipular, el Pad es una buena herramienta, el anonimato sirve, la horizontalidad es una herramienta muy potente... Son ese tipo de cosas las que se van transmitiendo en el hacer.*

Pero como sucede en la Red, este conocimiento se multiplica o multiplica su potencia y capacidad de incidencia porque se devuelve al común y por tanto, genera dinámicas acumulativas.

*Un movimiento súper orgánico y muy pilas con las ganas de aprender y superar. Y con una compartición de la información, sobre todo del aprendizaje muy bestial ¿no? Por eso a día de hoy, todos nosotros somos unos expertos community manager del copón, y sabemos muchísimo de comunicación por todo el aprendizaje. No sólo porque han sido tres años muy intensivos, de 16 a 18 horas delante de la pantalla, sino que, a parte de lo que tú experimentabas, tenías una tropa de gente haciendo lo mismo, entonces el avance de aprendizaje a mi juicio fue muy bestial.*



De hecho, la mejor prueba de que se generan “expertos” en los movimientos sociales vinculados sobre todo al 15-M, es que algunos de ellos son solicitados para realizar pruebas de *beta testing*, que es la manera en que las empresas de desarrollo de *software* prueban las aplicaciones nuevas. Es el caso de Susana Sanz, quien en la entrevista que mantuvimos con ella, nos comentó que había participado en *beta testing* de aplicaciones como Hotsuite o SocialBro.

Si la cultura de Internet y la ética *hacker* pregonan la necesidad de compartir el conocimiento, las personas involucradas en tareas de comunicación durante el 15-M se dedican, como parte importante de su militancia y compromiso, a dar talleres de formación.

Como explica una de las entrevistadas:

*Durante, el año del 15-M cambiamos totalmente la manera de usar las redes sociales en este país y además eso es lo que hace que sea un poco distinta a como se utilizan en otros países y luego, como hemos sido muy transparentes en la forma en las que las usamos, esas técnicas están siendo usadas cada vez más por partidos políticos, por empresas.*

A ese respecto, tareas de formación en *community managing* y las tareas de comunicación se convierten en elementos centrales para distribuir el poder dentro de las organizaciones. Compartir la *expertise* y traducir el conocimiento tácito en explícito es uno de los retos para superar lo que podría llamarse la brecha digital de participación, la división entre quienes están altamente alfabetizados digitalmente y dominan el uso de Internet y las redes sociales, y quienes no lo están. Esta es también una brecha que posee un componente etario, puesto que quienes tienen entre 20 y 35 años acostumbran a tener mayores conocimientos del mundo digital que quienes están por debajo o por encima de esta franja de edad. (Es interesante a este respecto el caso del barrio de Gamonal en Burgos, donde algunas las personas que acudieron en soporte a las protestas ofrecieron talleres de redes para niños —de 10 a 14 años— y también para personas mayores.) Además, esta transmisión de conocimientos constituye una herramienta fundamental para descentralizar las tareas comunicativas militantes.

*Nosotros vamos, te enseñamos y estamos acompañándote, pero tienes que empoderarte tú. Yo ya estoy empoderada, no sirve de nada que yo siga creciendo sola si tú sabes. La idea es que esto se replicara y que todos fuéramos igual de válidos en términos de comunicación online.*

En este sentido, el conocimiento es técnico, del uso de las herramientas —redes sociales, *streaming*, *blogs*, etc.—, pero también de contenidos —cómo realizar una campaña comunicativa, como viralizar el contenido de las mismas—. Las personas que han tenido roles centrales en la gestión de determinadas TIC dentro del ecosistema 15-M (Susana Sanz como *streamer* o los miembros de Difusión en Red como *community managers*) se dedican habitualmente a proporcionar formación a activistas o ciudadanos movilizados. Esto sucedió por ejemplo con los yayoflautas en Madrid y Barcelona, pero también con integrantes de la Marea Blanca o con los protagonistas de encierros en hospitales como el de la Fundación Jiménez Díaz de Madrid.

Sin embargo, este conocimiento adquirido en las tareas militantes también ha constituido una vía de profesionalización:

*Yo por ejemplo, los cursos que hago, son para asambleas o grupos así los hago gratuitos, yo no los voy a cobrar, porque ese aprendizaje es colectivo, es una forma de devolver todo lo que nosotros aprendimos; pero si por ejemplo, me lo piden Amnistía Internacional o Greenpeace o algún otro centro así, que sí que nos lo han pedido y les hemos dado una formación, se lo hemos cobrado.*

También es el caso de algunos de los integrantes del grupo de redes de las movilizaciones de Sol —Difusión en Red— que hora tienen una cooperativa que ofrece este tipo de servicios de formación en redes llamada Catorce.cc.

### **Forks y replicabilidad**

*Fork* —bifurcación— es un término que proviene del ámbito del desarrollo de *software* y se refiere a la creación de un proyecto en una dirección distinta de la principal u oficial tomando el código fuente del proyecto ya existente. Este concepto también se usa para representar la ramificación de cualquier trabajo.

El término ha pasado al lenguaje habitual de los movimientos sociales y se utiliza para explicar que una organización proviene de otra o parte de una escisión. En las OPNC que provienen del entorno del 15-M esto no se ve como un problema sino que se alienta y se contempla como un éxito del propio proyecto. Es la forma en la que se replicó la acampada de Sol, de manera que se reprodujo en distintas ciudades españolas e incluso en otros países.

En cuanto a las organizaciones, esto ha sucedido con experiencias como los yayoflautas que primero surgieron en Barcelona y luego en Madrid, o con experiencias como People Witness.

En relación a este concepto, podemos incidir en la experiencia de la campaña de Juventud Sin Futuro relatada antes: “No nos vamos, nos echan”. Esta campaña se centró en visibilizar y situar en la agendas mediática y política la experiencia de los jóvenes que están emigrando como consecuencia de la crisis. Quienes la organizaron la consideran un éxito por su capacidad de impacto mediático, y por cómo algunos partidos han recogido el problema para situarlo como uno de sus *issues*. Pero sobre todo, porque consiguió generar una identidad en los jóvenes emigrados que tuvo como consecuencia su propia movilización política. La consecuencia de la campaña es que surgieron nodos en diferentes ciudades europeas. Como explica uno de los entrevistados de Juventud Sin Futuro:

*Nosotros no queremos acaparar todo lo que sale de nosotros, de hecho cuando una cosa te sale bien es cuando te desborda, al menos así lo entendemos desde Juventud Sin Futuro... No queríamos que fueran nodos de Juventud Sin Futuro porque nosotros sacamos la campaña como una cosa mucho más abierta... queríamos que fueran nodos de “No nos vamos, nos echan”. La gente que ya estaba fuera y se organizaba, eso fue un caos, porque nosotros somos un colectivo de 40 personas que*

*no tenemos capacidad para gestionar 70 nodos alrededor del mundo y ahí lo que se crearon fueron grupos de Facebook abiertos, en los que cada persona se podía meter, en plan: “¿Tú eres un español que te has tenido que ir a Berlín? Métete en este grupo que uno, vas a conocer a otros españoles que están en Berlín; dos, a lo mejor hacéis algo para denunciar la situación que tenéis.” Se crearon grupos de WhatsApp en los que había una persona de Juventud Sin Futuro desde Madrid y una persona de cada nodo, de Berlín, de Viena, de Montevideo, de Vietnam... o sea, una cosa loca, y luego había listas de correo internas (cada nodo tiene su lista de correo) y a día de hoy ya se ha conformado la Marea Granate, que ya funciona de manera completamente autónoma de Juventud Sin Futuro.*

Podemos decir que, en momentos de condensación del descontento y de efervescencia social debido al ciclo movimentista que arranca en 2011, la acumulación de posibilidades de coordinación gracias a las TIC, tiene como consecuencia que campañas de comunicación puedan cuajar en organizaciones. Así, de la campaña surgieron nodos que acabaron coordinándose en la Marea Granate que agrupa a los “exiliados económicos” como ellos se denominan, de diferentes países del mundo. Pero las mutaciones han continuado. En el caso de Alemania, por ejemplo, el nodo de la Marea Granate ha generado a su vez otro *fork*: el Grupo de Acción Sindical (GAS), una plataforma pensada para servir de conexión entre los trabajadores inmigrantes españoles que sufren abusos laborales y los sindicatos alemanes.

De hecho, algunos de esos nodos de la Marea Granate, o una parte, han acabado constituyendo círculos del partido de nueva creación Podemos —una de las articulaciones territoriales de este partido de nuevo cuño—. Primero, porque el tema, como hemos dicho, se ha posicionado en la agenda de algunos partidos, pero también por los estrechos lazos personales y de militancia entre Podemos y Juventud Sin Futuro.

*Diría que está la Marea Granate que funciona con sus ritmos, y los partidos o las herramientas institucionales, por hablar de Izquierda Unida o de Podemos, entienden que el exilio es una baza a jugar, es una realidad que tienen miles de jóvenes, y ahora en algunas ciudades los nodos de Marea Granate se están convirtiendo en el círculo Podemos Montevideo y en otros, está el Círculo Podemos París y la Marea Granate París, y hay gente que va a militar en los dos sitios, hay gente que nunca se acercó a la Marea Granate y se acerca a Podemos y hay gente a la que no le gusta Podemos y que se va a quedar en la Marea Granate. Diferentes herramientas.*

## **F. Apertura y organización**

Hay una clara insistencia en los entrevistados, cuyas experiencias pasan por el entorno 15-M, en reafirmar el grado de apertura política de las experiencias, la voluntad de dirigirse a cualquiera, el establecer discursos y protocolos claros e inclusivos que permitan la participación. Así como la superación de cierta identidad resistencialista de ciclos anteriores de movilización. Sin embargo, podemos decir que estos intentos de apertura discursiva y simbólica se encuentran ya anteriormente al 15-M, si bien no de manera masiva, en experiencias como ciertos centros sociales de

nuevo cuño (Patio Maravillas en Madrid, la Casa Invisible de Málaga, el Ateneu Candela de Terrassa) o movilizaciones como “V de Vivienda” que tuvo lugar en varias ciudades del Estado.

En el caso de Juventud sin Futuro, que también surge un poco antes del 15-M, la constitución del colectivo se hace sobre la construcción del sujeto al que se dirigen en un debate interno que ejemplifica esta tensión entre identidad activista/gente no militante:

*Juventud Sin Futuro nace para dar respuesta a que entendíamos que la juventud era uno de los sectores de la población más afectados por las medidas que se estaban aprobando y no queríamos que cayera en el olvido y que solo se mantuviera la imagen esta prefabricada que teníamos de los “ni-ni”, por eso el momento de surgir, y hubo debates internos sobre si había que apelar al sujeto estudiante o al sujeto joven. Apelar al sujeto joven en la historia de los movimientos sociales en Madrid rompe un poco con la lógica [de los movimientos], porque normalmente era: “los estudiantes”, que luego podían ser del movimiento okupa, desobediencia civil, antimilitaristas, ecologistas o lo que fuera.*

[...]

*Y también pensábamos que había que hablar a la gente normal. Normalmente, los jóvenes movilizados hemos tendido a hablar a los ya convencidos, a los ya movilizados; desde Juventud Sin Futuro queríamos hablar precisamente a ese joven que está despolitizado o que se pensaba despolitizado o que habían conseguido, a través de 30 años de pensamiento único, que despolitizara sus aspectos vitales: de vivienda, curro, transporte... y nosotros queríamos decirle a la gente normal, al 99%, a esos jóvenes que no son activistas, que la política se hacía todos los días, que no se hacía cada cuatro años y que se podía participar de muy diversas formas en política.”*

Para uno de los entrevistados, los momentos de consolidación de las organizaciones que en principio pueden tener momentos de fuerte entrada de militancia nueva, van en detrimento de esta apertura que constituye una de las improntas fuertes de las formas de hacer quincemayistas. En su caso, de comisión de comunicación de la Asamblea de Sol, Difusión en Red ha pasado a ser un grupo consolidado, e incluso ahora, una cooperativa:

*Vas cogiendo identidad, al principio era como “pues soy la herramienta de comunicación de esta asamblea y vamos consultando”. Luego, pues, a media que van transcurriendo cosas o según vas difundiendo, cuando sale un tema polémico la gente te empieza a conocer. Al principio eras Jota y luego eras el de Difusión en Red. Al final, como que todo el mundo se acaba conociendo... Cuanta más identidad pillas al final más cerrado eres porque tienes más límites. Si no crees que compartes una serie de líneas con ese colectivo, igual no entras.*

Esta voluntad de llegar a mayorías sociales amplias constituye una diferencia de estos nuevos movimientos sociales respecto al ciclo de lucha anterior. Para Gerbaudo, el activismo de las ocupaciones e insurrecciones del 2011 de carácter masivo contrasta con el del Movimiento Global de finales de la década de 1990 y primeros años del 2000 Para ejemplificar esta evolución, Ger-

baudo utiliza las distintas herramientas comunicativas paradigmáticas del ciclo anterior, como por ejemplo Indymedia —una página de publicación libre y no moderada pensada para movimientos sociales con un eje principal en la contrainformación— que constituyó un verdadero precedente de la publicación abierta y de los foros de comentarios. Para Gerbaudo (2012), Indymedia se pensaba como *ciberseparatismo* por su dedicación a la creación de infraestructura autónoma como una “condición que permite evitar la captura y la complicidad con el capitalismo comunicativo”. Con la evolución de las redes sociales podemos decir que la contrainformación ha perdido relevancia como función comunicativa activista. No sólo ha cambiado la Red y nuestra forma de consumir información a través de ella —las redes sociales constituyen el mejor espacio contrainformativo hoy—, también podemos decir que el 15-M ha hecho saltar el marco de interpretación dominante: hay más relatos discordantes con el hegemónico y, en general, más contestación. Discursos o informaciones que ahora podemos leer o ver en medios de comunicación tradicionales, hace una década sólo tenían difusión en espacios “alternativos”.

*Dijimos vamos a estar en Twitter y eso tiene que ver con una reflexión que venía de atrás, de gente que estábamos en los movimientos haciendo nuestras propias herramientas: los Indymedia o así, que en un momento dado dijimos: a ver, la gente normal no entra aquí y vamos a dejar nuestro caparazón de activistas y vamos a tratar de llegar a cualquiera. Esto es algo que vino un poquito antes del 15-M que de hecho provino de la gente que estaba en la plataforma que convocó la mani del 15-M. Allí había gente que eran activistas con un recorrido en el activismo y los movimientos autónomos y tal, y gente que no... Éramos gente que estábamos en el Patio Maravillas, éramos esa gente que veníamos de los movimientos autónomos y estábamos haciendo la reflexión de ser inclusivas y de crear centros sociales en los cuales mi madre se pueda sentir cómoda y no tenga que venir con la capucha negra... Eso vino pasando antes del 15-M y se hizo mucho más masivo, esa hipótesis de que teníamos que dejar de ser identitarias y tal, se verificó en el 15-M y muchísima más gente lo entendió.*

O sea, por un lado, la función contrainformativa pierde peso, pero por otro lado la vocación de llegar al mayor número de gente tiene como consecuencia que los militantes de las OPNC asuman las plataformas comunicativas propietarias y cerradas que constituyen las redes sociales y las herramientas tecnológicas *mainstream*: Facebook, Twitter, Youtube, etc. Entonces, se da la paradoja de que, por un lado, los valores de la cultura hacker han permeado la política movimentista y nuestros conceptos de la democracia, por otra parte se ha diluido la idea-fuerza de la necesidad de plataformas independientes (*software y hardware*).

*Acabo de venir de Alemania y me hacía mucha gracia que los alemanes eran: “no queremos Facebook ni Twitter” y en el 15-M decimos: “Conocemos todos los límites que tiene Facebook y Twitter y precisamente los utilizamos con inteligencia.” Es decir, hay que utilizar Facebook y Twitter como redes sociales para comunicar de cara a fuera y hay que utilizar otras maneras para comunicarse cara a adentro. Hay que defender el derecho a cifrar, pero es muy importante llegar a un público muy amplio. Entonces es, bueno, la típica controversia que tienen los movimientos sociales. Cada colectivo tiene su postura que además, tiene que replantearse día a día.*

La gran mayoría de OPNC que hemos analizado usan indistintamente esas plataformas *mainstream*, y si algunas adoptaron redes sociales alternativas realizadas con código abierto (como N-1), la mayoría las ha abandonado o las usa muy poco. De hecho, las organizaciones —y sobre todo las juveniles— que tienen más impacto mediático y mayor presencia en la Red usan ampliamente las plataformas propietarias.

Estos datos se corresponden con los obtenidos en último estudio *Reuters Digital News Report 2014*<sup>36</sup> donde se recoge que los menores de 25 años ya se informan casi por igual a través de la televisión que de las redes sociales (65% frente a 62% respectivamente). Plataformas como Twitter y Facebook ya superan a los diarios impresos como primer lugar de acceso a la información. De éstas, Twitter es la que mantiene un perfil de uso más juvenil, a pesar de que su penetración en el conjunto de la población es mucho menor que el de Facebook. Para organizaciones que se piensan respecto al eje juvenil, intervenir en el espacio de la redes sociales resulta imprescindible, como en el caso de Juventud Sin Futuro.

*Pensamos que las redes sociales son un nuevo espacio que se crea en esta sociedad y que los jóvenes están mayoritariamente ahí. Cuando se ha destrozado todos los espacios públicos donde los jóvenes pueden compartir nosotros entendemos que el ágora, o sea, una nueva plaza que hay para los jóvenes son las redes sociales —en la que hay muchos usos y no todo el mundo lo usa de manera militante o para marcar contenido político como nosotros—.*

Respecto a los jóvenes y a la cultura *hacker*, hay que destacar que no sólo se están alfabetizando digitalmente mayoritariamente en plataformas propietarias, sino que la extensión de los dispositivos móviles —un *hardware* cada vez más cerrado— les está distanciando de las concepciones de infraestructuras abiertas que permearon gran parte de la cultura movimentista a través de la cultura *hacker* durante el ciclo anterior de luchas.

*Ahora mismo la gente joven está más acostumbrada a una tableta que a un ordenador con teclado. Si tú tienes una tableta, tú no puedes ni editar en vídeo y no puedes, por supuesto, tocar el código, ni de broma. Hay otra generación que estamos entre medias que hemos visto nacer la tecnología, la hemos visto nacer tan en pañales que hemos tenido que aprender cómo se utiliza. Mucha de esa gente ha tenido incluso que aprender a tocar el código, por necesidad. Y esa generación entre medias es mucho más creativa y tiene mucha más capacidad de ser mucho más prosumidor que consumidor. Y eso era efecto del 15-M: la gente hacía vídeos, hacía powerpoints, una presentación, cualquier tipo de forma, pero producían sus propios contenidos. Si tú tienes una tableta es muy difícil que hagas tus propios contenidos y más cuando tienes un software privativo. Entonces vemos que los jóvenes están muy conectados y muy dependientes de la tecnología, pero es una tecnología que les convierte en seres pasivos.*

---

36. Center For Internet Studies and Digital Life- School of Communication, Universidad de Navarra, *Reuters Digital News Report 2014*, <http://www.unavedu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf> [Consultado a 6/6/2014].

### 4.3. CONCLUSIONES

En este trabajo, a la hora de rastrear las OPNC, hemos demostrado la gran diversidad de formas organizativas de las agrupaciones juveniles que presentan diferentes tensiones entre lo instituido/territorializado —más similares a las formas clásicas de agregación— y otras más fluidas relacionadas con las nuevas posibilidades que las TIC ofrecen. La muestra de casos evidencia esta diversidad, ya que recoge desde agrupaciones estables con voluntad de permanencia en el tiempo, sede física y reuniones cara a cara, como por ejemplo el sector juvenil de la ANC —federal y muy territorializado—, hasta plataformas o coordinadoras que pueden constituir organizaciones más o menos estables, de carácter local e incluso internacional (Democracia Real Ya, Marchas de la Dignidad 22-M) que se coordinan para un único evento y luego se disuelven o cuyas redes permanecen en estado latente.

En ocasiones esta coordinación puede hacerse a partir de campañas comunicativas que devienen herramienta de articulación de varios colectivos —aquí, como en otros casos, es difícil separar organización de comunicación—. Este sería el caso de #NolesVotes (movimiento organizado a través de la Red a principios del 2011 con el objetivo de detener el proyecto de la llamada Ley Sinde).

A veces, incluso la palabra organización puede resultar un tanto ambigua para referirse a determinadas prácticas que permiten las nuevas tecnologías, como por ejemplo aquellas que funcionan más bien como *acontecimiento* y que están basadas en formas de agregación efímeras que se gestan a través de Internet. El caso paradigmático sería la forma de funcionamiento de una *flash-mob* (en la que un gran número de desconocidos se reúnen en un lugar para realizar una acción puntual). Funcionamiento muy similar al de algunas campañas políticas que suceden durante un único día como en el caso de #ToqueABankia, que no concebimos como una organización, sino más bien una forma de "movilización distribuida". Estas formas de organizarse están emparentadas con el concepto de *swarming* (enjambamiento) que trata de dar cuenta de la capacidad de las redes de generar coordinación en la dispersión.

Otras formas organizativas de fronteras difusas que hemos podido descubrir son aquellas que funcionan como campañas de *guerrilla comunicativa* como el caso de Anonymous, un nombre múltiple con el que cualquiera puede firmar una acción, un vídeo o texto en la Red y que constituye un reflejo de la nueva sociedad red: la organización formal no existe —aunque siempre hay herramientas de coordinación— o es absolutamente descentralizada.

#### *Comunicación como organización*

De los casos expuestos podemos inferir que, en ocasiones, la herramienta comunicativa equivale a la propia organización, como en el caso de People Witness, quienes se dedican a la retransmisión de acciones de calle en tiempo real —*streaming*—, contra la represión a través de dispositivos móviles. People Witness está conformada por una red de personas, pero el principio es que cualquiera puede hacerlo, es una forma de acción o una práctica. En Barcelona son un colectivo de afines, pero que en Madrid funcionan como una práctica que se coordina a través de un *hashtag*.

También decimos que la herramienta es organización en el caso de lo que hemos denominado “organizaciones políticas latentes”. Es decir, aquellas redes de afinidad más o menos orgánicas sostenidas a partir de una herramienta comunicativa: página de Facebook, lista de correos y cada vez más, aplicaciones de mensajería instantánea para dispositivos móviles —WhatsApp, Telegram— que son capaces de articularse para generar acontecimientos políticos y que en general, se sostienen en redes de afinidad como las que se generaron en el 15-M. Hemos podido comprobar el funcionamiento de estas redes a partir del estudio de caso #EfectoGamonal, donde una lucha vecinal que se produjo en un barrio obrero de Burgos consiguió extenderse a todo el país con acciones de solidaridad que se replicaron en unas 40 ciudades.

Esto fue posible, como hemos comprobado, gracias a las redes que vinculan colectivos e individuos de todo el Estado —de gente que no necesariamente se conoce cara a cara— que permanecen contenidas en listas de correo o mensajería múltiple móvil y que se activaron para generar las acciones de solidaridad. Lo que a simple vista pueden parecer acontecimientos espontáneos y sin una organización detrás se desarrollan gracias a un conjunto de sedimentos depositados: redes sociales presenciales y virtuales que se pueden activar en función del contexto ante algún acontecimiento disparador.

Es importante resaltar esto, ya que a veces lo digital invisibiliza la organización existente detrás de los acontecimientos: cuando se habla de autoorganización, movilizaciones distribuidas, o formas de compromiso lábil, no debemos ocultar que detrás siempre existe algún tipo de coordinación. Lo que sucede, por ejemplo en la producción de un *trending topic* que conlleva un trabajo colectivo de muchas cuentas y personas que se coordinan para esa acción comunicativa a través de herramientas como redes sociales, *mails* y *pads*. Recordemos también que este tipo de trabajo colaborativo genera sentido de pertenencia y vinculación emocional, lo que a su vez, alienta la participación.

En ocasiones son las redes sociales las que pueden ocupar esta función de estructuración como cuando funcionan como *asamblea virtual*. Ciertos ecosistemas dentro de las redes sociales pueden ser *monitorizados* para sondear posiciones sobre un determinado tema. Así, tal y como relata Difusión en Red —gestores de cuentas colectivas durante el 15-M y posteriormente—, se pueden monitorizar o rastrear consensos en redes sociales —un ejemplo claro es Twitter— a partir de su análisis: de los mensajes emitidos por determinadas cuentas de líderes de opinión, o cuentas colectivas con capacidad de influencia, etc. Esta actividad sirve entonces para saber cuál es el “sentir” del ecosistema sobre una determinada convocatoria.

### La ética hacker en relación con la organización

Una de las herramientas que hemos utilizado para afrontar el trabajo de mapeo y las entrevistas es la noción de *la Red como metáfora de organización política*. La pregunta fundamental es de qué manera los principios asociados a la cultura de la Red que proviene de la ética *hacker*, según ha sido descrita por Himanen, podrían ser identificados en las OPNC.

Lo que hemos comprobado es que la cultura de Internet tal y como se manifiesta en las prácticas políticas juveniles está vinculada en gran medida a cómo se piensa la democracia hoy en las



nuevas organizaciones políticas, en torno a valores como meritocracia, apertura, pragmatismo, transparencia, formas de hacer basadas en el compartir o la horizontalidad.

Así, las formas de liderazgo que hemos descubierto son alternativas a las de la sociedad mediática y están basadas en la meritocracia y la horizontalidad. Si en las OPNC la organización es flexible, los liderazgos también. Aunque sin duda esto puede estar cambiando ya que nos encontramos en un momento de transición a partir de la irrupción de apuestas electorales que parten de los movimientos como son Podemos y Ganemos.

También encontramos en estas organizaciones y en sus protagonistas una apuesta clara por la transmisión del conocimiento y la inclusión de una cierta cultura del código abierto y de la cultura libre, tanto de los contenidos como de los procedimientos. En este sentido, el 15-M como experimento tecnopolítico genera dinámicas de acumulación y diseminación del conocimiento que son asumidas por las OPNC. Este conocimiento acumulado, unos años después del 15-M, ha provocado una cierta profesionalización de algunos de los protagonistas de las movilizaciones más activos en las redes. Pero también, debido a la centralidad social de que ha disfrutado el 15-M, la asunción de los valores de la cultura hacker se han diseminado y popularizado no sólo entre núcleos activistas, sino también en otras organizaciones.

Esta flexibilidad adopta también la forma de la replicabilidad tanto de las formas organizativas como de la posibilidad de que de una surjan otras —un *fork*, en terminología del *software* libre—. En las OPNC que provienen del entorno del 15-M esto no se ve como un problema sino que se alienta y se contempla como un éxito del propio proyecto, como hemos visto en el caso de Juventud Sin Futuro y la creación de la Marea Granate, en la circulación de logos y nombres, la creación de versiones locales de grupos y experiencias que provienen de otros lugares, etc.

Por último, la voluntad de apertura, inclusividad y diseminación de contenidos y conocimiento conlleva la paradoja de asumir plataformas comunicativas propietarias. Facebook, Twitter, Youtube y otras son utilizadas por las OPNC con menos reparos que en el ciclo de lucha anterior con el objetivo manifiesto de “llegar a más gente” o a “gente de todo tipo”. Por lo que nos encontramos con la paradoja de que, por un lado, los valores de la cultura *hacker* han permeado la política movimentista y nuestros conceptos de la democracia, y sin embargo se ha ido perdiendo la exigencia de comunicar a través de plataformas independientes o de adoptar *software* y *hardware* libres.

¿Qué tienen que ver las formas organizativas estudiadas y la cultura de la Red con la manera en que se vinculan los jóvenes a la política hoy? Hemos comprobado que las características más novedosas de las OPNC —redes informales o latentes, militancia *online*, límites organizacionales difusos, etc.— implican mayores posibilidades de participación política para los jóvenes.

Por un lado, la apertura e inclusividad —que hemos analizado como rasgos provenientes de la cultura de la Red— permiten a estos jóvenes participar más fácilmente debido a las nuevas formas líquidas de compromiso. Esto es así en parte por la cantidad de funciones que se pueden desempeñar en organizaciones o acontecimientos que tienen su eje en la comunicación. La falta de jerarquías claras o el nivel bajo de compromiso exigido por agrupaciones de carácter efímero hacen

más sencilla la participación. Es más fácil entrar y salir de la militancia. Es posible pertenecer a distintos proyectos al mismo tiempo —multimilitancia—, cambiar de uno a otro con facilidad o sentirse parte y “colaborar” de forma intermitente o puntual con propuestas concretas que, además, en sus formas más novedosas, no exigen expresiones identitarias fuertes y compromisos inalienables.

### *Coda: nueva institucionalidad y nueva coyuntura*

En la presente investigación hemos demostrado que muchas de las organizaciones juveniles, sobre todo las que hacen un uso más intensivo e innovador de las TIC están vinculadas o forman parte de lo que hemos llamado “ecosistema 15-M” donde se ha producido una acumulación de saberes, relaciones sociales y cultura política que ha transformado en buena parte las formas de acción política de los jóvenes. Hoy, a tres años del 15-M podemos identificar una mutación del contexto social-comunicativo que ha devenido en una cierta crisis de las formas de representación tradicionales.

Por un lado, parte de esa energía movilizada se ha transformado en nuevas OPNC como asambleas de barrio que todavía siguen activas en muchos lugares del Estado —sobre todo en Madrid— y otras organizaciones que ya existían se han visto reforzadas, como en el caso de la PAH. Por otro, como hemos visto en el presente informe, han quedado redes latentes que se activan en momentos concretos cuando el contexto así lo demanda y que se reproducen unas ciertas condiciones. La existencia de las llamadas “organizaciones latentes” implica que determinados acontecimientos pueden reactivar las redes existentes generando procesos de solidaridad a escala estatal, como en el caso de Gamonal (#EfectoGamonal) o como podemos ver en las acciones de solidaridad con el Centro Social Can Vies, derribado hace poco en Barcelona.

En los últimos años también se ha generado un saber técnico y de funcionamiento sobre redes sociales y herramientas comunicativas y digitales que, por un lado, ha sido reconducido al ámbito comercial, por otro se transmite constantemente no sólo entre núcleos activistas sino también hacia otras organizaciones, según la filosofía *hacker* y la cultura de Internet de la libre circulación del conocimiento.

Por otra parte, están apareciendo organizaciones nuevas como la Asamblea Nacional Catalana con reivindicaciones clásicas y una identidad fuerte, como puede ser la que proporcionan las demandas de independencia, pero con estructuras de organización y un uso de las TIC muy parecido al de cualquier movimiento social —extensión por nodos, comisiones sectoriales, asambleas presenciales y virtuales, etc—. Formas híbridas que se mueven entre lo institucional y lo ciudadano, que interpelan fuertemente a las instituciones estatales —a donde se dirigen fundamentalmente sus demandas— pero que se organizan a la manera de un movimiento social más. También es el caso de organizaciones como E-Cristians, una agrupación mucho más estable que un movimiento social (con financiación, apoyo institucional y una organización con estructura de toma de decisiones bastante vertical) que funciona como *lobby* pero con herramientas de agitación social sostenidas en un uso intensivo de las TIC.

Sin embargo, frente a la lógica de apertura y agregación que muestran muchas de las OPNC, sobre todo aquellas que han adoptado las formas de hacer quincemayistas, otras organizaciones

más institucionalizadas como E-Cristians conciben la construcción de su comunidad sobre la base de una identidad sostenida en una afinidad ideológica fuerte:

*En un momento hacia ciertas propuestas, entre todas unas eran contra el aborto. Entonces notaba que la reacción era negativa por parte de la comunidad, de una parte de la comunidad y entonces me di cuenta que a lo mejor lo que tenemos que hacer es eliminar esa parte de la comunidad. A lo mejor es mejor tener 30.000, en lugar de 50.000 pero que esos 30.000 formen parte de la comunidad que tú quieres crear. Entonces colgaba noticias muy fuertes con las que yo sabía iba a provocar bajas en los “me gusta” pero era lo que quería. Quiero decir, es verdad que es viral, la red social, etc. pero tú puedes construir esa comunidad y tienes que crear esa comunidad que a ti te conviene.*

Frente a la voluntad de llegar a cuantos más mejor, o de hablarle a cualquiera que tienen organizaciones como Juventud Sin Futuro o más próximas al ecosistema 15-M:

*En junio de 2013, hicimos un análisis, que lo veníamos haciendo desde hacía tiempo, de que somos un colectivo que habla a la gente no politizada, pero no tenemos una organización para que la gente no politizada pueda participar. Hemos estado dos años, y esto duele decirlo, pero es así, escupiendo gente, gente que se acercaba a Juventud Sin Futuro porque lo había visto en la televisión, en las redes sociales, o se lo había contado un vecino, venía y, después de dos o tres asambleas, se iba. Bueno, a lo mejor de seis o siete asambleas, pero en un par de meses se iba.*

[...]

*Porque teníamos unos ritmos muy altos de curro, porque no somos mucha gente. O sea, tenemos mucha más visibilidad de los que somos, y teníamos unos ritmos quizás hipermilitantes y en las asambleas teníamos este deje de militante antiguo: dábamos muchas cosas por hechas, hablábamos de otros actores sin explicar en las asambleas.*

[...]

*Entonces, hicimos algún cambio y ahora, en los últimos 6 meses se han incorporado como unas 15 personas que se quedan, que se sienten parte de Juventud Sin Futuro, lo sienten como propio y, de hecho, empiezan a invitar a sus amigos y a sus compañeros. Bajamos un poco el ritmo, pese a que hay muchas cosas que hacer hemos tenido que bajar un poco el ritmo, hacer mucho más accesibles las herramientas y los conocimientos y hemos pillado algunas dinámicas... para incorporar a la gente nueva.*

## Nuevos partidos

Si los movimientos sociales se han visto transformados en los últimos años, durante el 2014 hemos asistido al nacimiento de nuevos partidos que empiezan a ocupar un lugar visible en la vida política del Estado español. Existen partidos nuevos de carácter movimentista como la Red Ciuda-

dana Partido X, que apunta a recoger la herencia del 15-M y que se organiza de formas novedosas a partir de esos aprendizajes colectivos de los que hemos hablado.

Pero, sin duda, el caso más exitoso en cuanto a representación electoral es el de Podemos, creado cuatro meses antes de las elecciones europeas del 2014. Por ahora ha adoptado la forma de partido-movimiento: un nodo central que anima a replicar “círculos” o asambleas territoriales sin una dirección clara más que el primer mandato de constituir herramientas de discusión del programa y de agitación electoral —con fuerte acento en la expresión política de los “cualquiera”—. En este caso, un segmento importante de Juventud Sin Futuro se ha constituido en estos círculos, así como nodos de la Marea Granate más allá de las fronteras españolas. También ha habido un trasvase de militantes de una a otra organización, como en el caso de Rita Maestre, una de las entrevistadas, que ha pasado de ser una de las portavoces de JSF a formar parte del equipo de *community management* de Podemos. De hecho, como hemos visto, la multimilitancia es una característica de muchas de las nuevas OPNC:

*Porque creo que todos hemos aprendido, o deberíamos haber aprendido que no hay ninguna razón para sustituir ni imponer ni transformar militancias. O sea, que hay cosas que son compatibles, que precisamente se trata de ir hacia modelos de relación política mucho más flexibles y que nadie tiene por qué dejar su colectivo, su asociación ni su movimiento social. Pero que caben todas a la vez y no sólo caben, sino que son necesarias. Porque si dentro de tres años sólo hay círculos Podemos y no hay Marea Granate, cuando el PSOE y el PP hagan una reforma y sea imposible votar, tendrá que haber alguien ahí para hacer esa denuncia.*

El punto de partida y una conexión fundamental de estos nuevos partidos-movimiento, es que asumen que su programa ya está escrito en las demandas de las movilizaciones de los últimos años.

*El programa de cambio lo están poniendo encima de la mesa los movimientos sociales hace años. El programa está claro. ¿Qué piensas de la cuestión de la vivienda? Pues no sé, lo que diga la PAH. ¿Qué piensas del exilio de los jóvenes? Lo que diga la Marea Granate.*

Pero también es central la cuestión de las formas organizativas experimentadas en el ciclo de luchas sociales que inicia en el 2011. Por ejemplo, como explica Rita Maestre, la forma de gestionar las redes sociales de Podemos es totalmente descentralizada y replica formas de hacer del 15-M, aunque la casi total autonomía estaba matizada por la defensa de los contenidos del programa electoral y algunas recomendaciones de estilo. Sin embargo, no se establecía el contenido de forma controlada desde la organización, sino que era asumida por voluntarios de los distintos círculos. Por lo tanto, estos nuevos dispositivos como Podemos son en gran medida experimentos organizativos que pretenden superar el modelo de partido, tanto las versiones de centralismo democrático clásicas de la izquierda como otras más centralistas. Los problemas actuales de organización de Podemos tienen que ver con la necesidad de llegar a una fase de institucionalización mayor a medida que el éxito electoral impone dinámicas de estabilización de la organización o la necesidad de gestionar tareas de mayor envergadura. La pregunta es si a medida que los

retos de Podemos se acrecienten, tendrá que ir abandonando la lógica de movimiento en favor de una lógica más de partido o de OPC. Los debates actuales respecto a la organización se enmarcan en una discusión sobre si se concibe la democracia interna como una democracia “plebiscitaria” donde todo el mundo —no sólo los militantes del partido— puede utilizar las herramientas tecnológicas para discutir y votar, o si finalmente tendrá una estructura más asamblearia articulada territorialmente donde los círculos envíen delegados a una asamblea periódica, que sería el órgano donde residiría finalmente la soberanía. Ambas formas han sido experimentadas por los movimientos sociales, aunque la primera está más marcada por el uso de las TIC y las nuevas experiencias organizativas que de ellas se derivan.

En cualquier caso, el impacto de estas transformaciones no sólo provoca la aparición de partidos nuevos, sino que también se están produciendo transformaciones en los partidos convencionales. Al menos, en una serie de medidas visibles como son la adopción de las primarias por muchos de ellos, modificaciones del discurso que hablan de renovación y asumen demandas como la transparencia o la lucha anticorrupción, y el relevo generacional de partidos como PSOE e IU. Partidos que dicen haber iniciado un proceso de renovación con la sustitución de sus líderes Alfredo Pérez Rubalcaba (63 años) y Cayo Lara (62) por otros que no llegan a los 40 o que rondan esa edad<sup>37</sup>.

## BIBLIOGRAFÍA Y WEBS DE INTERÉS

Arquilla, J. y Ronfeld, D. (2000). *Swarming and the future of conflict*. Rand Corporation.

Berlinguer, M. y Martínez, R. (2014). “Desconfiados: suspendidos entre búsqueda, resignación y revuelta. Una situación inestable”, en Equipo IGOPnet. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.

Center For Internet Studies and Digital Life (2014). *Digital News Report 2014*. Pamplona: School of Communication, Universidad de Navarra. Disponible en: <http://www.unavedu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf> [consulta: 06.06.2014]

García Galera, M. y Del Hoyo Hurtado, M. (2013). *Redes sociales, un medio para la movilización juvenil*. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer34-06-garcia.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets*. Londres: Pluto Press.

---

37. Ver “La política salta de generación”. *El País*, 5/6/2014  
[http://politica.elpais.com/politica/2014/07/05/actualidad/1404591777\\_972344.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/07/05/actualidad/1404591777_972344.html) [consultada a 6/7/2014]

Gerbaudo, P. (2013). "Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave". *The International Spectator*. Volume 48, Issue 4, 2013: 86- 101.

Channam, J. (2012). *Digital Media in the Arab World*. Washington DC: CIMA.

Himanen, P. (2001). *The hacker ethic and the spirit of the Information Age*. Londres: Secker & Warburg.

Khamis, S. (2013). *The Role of the Media in Arab Transitions: How "Cyberactivism" is Revolutionising the Political and Communication Landscapes*. Disponible en: <http://www.iemed.org/observatori-en/arees-danalisi/arxiu-adjunts/anuari/iemed-2013/Khamis%20Media%20Arab%20Transition%20EN.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Kritzer, H. M. (1977). *A theory of unconventional political action: the dynamics of confrontation*. Disponible en: <http://users.polisci.wisc.edu/kritzer/research/Protest/HoefnagelsBook1977.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Martínez, R. (2014). "Internet y política. Política de la Red, desde la Red y para la Red", en Equipo IGO Pnet. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Nunes, R. (2014). *Organisation of the Organisationless: The Question of Organisation After Networks*. Londres: Mute Books.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2014). *Indicadores destacados de la sociedad de la información en España*. Disponible en: [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/indicadores\\_destacados\\_abril\\_2014.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/indicadores_destacados_abril_2014.pdf) [consulta: 02.04.2014]

Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en Internet*. Madrid: Traficantes de Sueños. Disponible en: <http://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/El%20kit%20de%20la%20lucha%20en%20Internet-Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf> [consulta: 06.06.2014]

Parés, M. (2014). "Jóvenes, Internet y política: estado de la cuestión", en Equipo IGO Pnet. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Sampedro, V. y Sánchez Duarte, J. M. (2011). *La Red era la plaza*. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf> [consulta: 04.06.2014]

Sánchez-Cedillo, R. (2012). *El 15M como insurrección del cuerpo-máquina*. Disponible en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=145402> [consulta: 02.04.2014]

Sharp, G. (1988). *La lucha política no violenta*. México DF: ChileAmérica CESOC. Disponible en: <http://www.aeinstein.org/wp-content/uploads/2013/10/La-Lucha-Politica-Nonviolenta.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin.

Simmel, G. (1908). *Soziologie*. Leipzig: Duncker & Humblot.

Snow, D. A. y Benford, R. D. (1988). "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization". *International Social Movement Research*, 1: 197-219.

Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.

Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en:  
[http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13\\_toret](http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret)

VAA (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones*. Madrid: Icaria. Disponible en:  
[http://www.icariaeditorial.com/pdf\\_libros/Tecnopolitica,%20internet%20y%20r-evoluciones.pdf](http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/Tecnopolitica,%20internet%20y%20r-evoluciones.pdf)  
[consulta: 05.06.2014]

VAA (2013). *Juventud y redes sociales. Motivaciones y usos preferentes*. Disponible en:  
[www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4147287.pdf](http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4147287.pdf) [consulta: 02.04.2014]

We are social (2014). *Global digital statistics 2014*. Disponible en:  
<http://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-around-the-world-january-2014>  
[consulta: 02.04.2014]

### *Webs de interés*

John Postill <http://johnpostill.com/>

Global Uprisings <http://www.globaluprisings.org/>

15M.cc <http://www.globaluprisings.org/>

Datanalysis15M <http://datanalysis15M.wordpress.com/>

Project Kairos <http://projectkairos.net/>

Civilsc <http://civilsc.net>