

Se buscan *followers*: acción colectiva y redes sociales*

[Javier Aparicio](#) (Julio 2010)

En su capítulo, Maite Azuela y Andrés Lajous discuten el papel de herramientas como twitter en la promoción y difusión de movimientos e iniciativas sociales, usando el caso del “aventón ciudadano” como un ejemplo ilustrativo. El argumento central es que las redes sociales permiten obtener y distribuir información útil para inducir acciones colectivas de distinta índole, y que permiten hacerlo a un costo relativamente bajo.

Coincido en que las redes sociales facilitan enormemente el intercambio de información a bajo costo. Si bien esto resuelve un aspecto importante de los dilemas de acción colectiva, éstas no siempre garantizan una solución al problema de fondo: la falta de incentivos individuales para participar, de manera no trivial, en tales o cuales acciones colectivas. En este comentario discutiré la naturaleza de los dilemas de acción colectiva, y cómo estos pueden ayudarnos a entender el potencial (y las restricciones) de las redes sociales como motor de cambio social.

Los problemas de acción colectiva son la tragedia clásica de la política, por lo que bien vale la pena repasar el concepto. Los beneficios de la acción colectiva son lo que los economistas llaman un *bien público*: un bien cuyo uso o disfrute no afecta la disponibilidad del mismo para otras personas (no rivalidad en su consumo) y, al mismo tiempo, un bien cuya naturaleza impide excluir del uso y disfrute a quienes no colaboraron para conseguirlo (no hay exclusividad). Para ponerlo un poco más claro, un bien público es aquel del cual se puede *gorronear* (*free-riding*). En general, la escasa provisión de bienes públicos es considerada una falla de mercado.

Así las cosas, la acción colectiva es un bien público porque algunos individuos podrán disfrutar de sus beneficios independientemente de si participaron o no en su consecución. La tragedia es como sigue: ¿si no tienes que esforzarte para poder disfrutar algo, por qué habrías de hacerlo? ¿Y si no se puede excluir a los gorriones, para qué esforzarse? Pero si nadie se esfuerza, entonces los beneficios de la acción colectiva no se materializarán para nadie, más allá de la deseabilidad social de la empresa.

Pongamos un ejemplo ilustrativo. Supongamos que, vía twitter, se lanza un llamado a iniciar la revolución que México esperaba. Supongamos sin conceder que, si todos ciudadanos participan, la revolución en verdad será exitosa puesto que tienen un buen “proyecto de nación”. Un individuo atento e informado puede hacer una de dos cosas: quedarse en su casa mientras los demás luchan por la revolución, o bien abandonar su empleo para unirse a la arriesgada empresa revolucionaria. Comparemos ahora los dos resultados posibles. Si la revolución triunfa, ésta le hace justicia a todo mundo, incluyendo al flojonazo que se quedó en su casa viendo los acontecimientos en su *timeline*. Por otro lado, si la revolución fracasa, todos continúan padeciendo el sistema capitalista, pero el flojonazo no perdió su empleo ni arriesgó tiempo, dinero o esfuerzo. La implicación es obvia: es muy difícil que alguien con una mínima aversión al riesgo se anime a unirse a la revolución.

* Este comentario fue publicado en el volumen colectivo: [Ciudadanos.mx: Twitter y el cambio político en México](#), editado por Ana Francisca Vega y José Merino. Editorial Debolsillo. 2011.

La caricatura del ejemplo anterior pone en relieve una falacia de composición que se escucha a menudo en la retórica del debate público: el hecho que todos los miembros de cierto grupo se puedan beneficiar si todos se esfuerzan y participan en aras de cierto objetivo común, no implica que cada individuo tenga los mismos incentivos para participar: si todos estuvieran en twitter y todos se esforzaran en coordinarse por una causa u otra, sin duda la situación del país cambiaría. Sin embargo, no todos los usuarios de internet querrán estar en twitter, ni todos los tuiteros querrán participar en todas las causas aunque cuenten con la información relevante.

Siguiendo esta lógica, las acciones colectivas, en tanto bienes públicos, tienen varios problemas adicionales: primero que nada, las acciones colectivas exitosas serán raras o escasas: casi nadie quiere tomar iniciativas en las que casi nadie querrá participar; en segundo lugar, los problemas de acción colectiva inducen ineficiencia en la medida en que iniciativas socialmente deseables no son llevadas a cabo, incluso cuando tienen un bajo costo social. Por último, una acción colectiva exitosa viene acompañada de cierta injusticia puesto que algunos gorriones acabarán disfrutando del esfuerzo de otros.

La recomendación de política pública tradicional para resolver algunos de estos problemas es que el estado produzca los bienes públicos –como carreteras, defensa nacional, o el estado de derecho mismo– que de otro modo no serían provistos por el mercado. ¿Acaso el estado induce cooperación voluntaria? No, más bien el estado puede usar el monopolio del uso de la fuerza para obligar a que los ciudadanos contribuyan al financiamiento de bienes y servicios públicos mediante el pago de impuestos.

Por desgracia, el estado no puede hacerse cargo de todo. Una tragedia relacionada con la anterior es que vigilar que el gobierno actúe conforme al bienestar social también es un bien público: incluso quienes no vigilan el desempeño del gobierno también disfrutan igual, o más, de los bienes y servicios provistos por el sector público. Una solución típica de una democracia representativa es delegar al electorado, los partidos y la competencia política misma, la difícil tarea de vigilar al gobierno. Pero la historia no termina allí porque tanto votantes como representantes enfrentan a su vez problemas de acción colectiva y/o de coordinación.

Según el trabajo clásico de Mancur Olson ([*La lógica de la acción colectiva*](#)), el tamaño de los grupos involucrados en una acción colectiva es crucial puesto que, a mayor tamaño del grupo, menores son los incentivos a la participación y mayores probabilidades de gorroneo. Por ello es de esperarse que los grupos de menor tamaño, con mayores incentivos para la cooperación, acaben siendo más eficaces para conseguir sus objetivos que los grupos más numerosos. Por otro lado, manteniendo constante el tamaño, la participación al interior de un grupo dependerá de la existencia de incentivos selectivos –como los que se consiguen con membrecía voluntaria a un club– o bien de otros mecanismos de coerción –como los observados al interior de una mafia o un sindicato.

La estructura de costos y beneficios también es determinante para explicar el éxito de una acción colectiva. Cuando la participación rinde beneficios concentrados al interior del grupo, y ésta produce costos dispersos fuera de él, los incentivos para la participación son mayores. Un ejemplo típico es un sindicato que consigue prebendas para sus miembros a costa de crear rigideces en el mercado laboral. Una lógica similar aplicaría para un club de empresarios que cabildea por un tratamiento fiscal o

arancelario preferente. En contraste, cuando los costos de la participación están concentrados dentro del grupo mientras que los beneficios esperados se encuentran dispersos fuera del grupo, los incentivos a la participación son mucho más débiles. En este caso, un ejemplo típico es una ONG que busca frenar el calentamiento global, un beneficio disperso y futuro, mediante el esfuerzo concentrado en los activistas del presente. ¿Cuál es el resultado? Que el sindicato o grupo empresarial será más eficaz que la ONG o, como diría Olson, la explotación de los más por los menos. La importancia de los incentivos selectivos tampoco puede menospreciarse: en la elección federal de 2006, tanto Nueva Alianza como Alternativa Socialdemócrata consiguieron el registro como partido político nacional. Tres años después, sólo el primero de ellos pudo mantener el registro (evidentemente, hay una historia más amplia detrás de este desenlace pero mi punto aquí es que Nueva Alianza tuvo una mejor estructura de incentivos selectivos que Alternativa).

Una vez hecho este breve repaso de la teoría, podemos preguntarnos si herramientas como *Twitter* o *Facebook* ayudan de manera sustancial a inducir acciones colectivas. Como varios autores de este volumen señalan, es claro que las redes sociales facilitan enormemente la difusión y el intercambio de información en tiempo real. Y si bien es cierto que desde ya mismo se estudia cómo las redes sociales modifican los patrones de convivencia social, aún está por verse si estas herramientas pueden tener un impacto sustancial en cuanto a acciones colectivas se refiere. Veamos algunas razones que pueden estar detrás de esta preocupación.

Las nuevas tecnologías abaratan, diversifican, y descentralizan la generación y difusión de información de todo tipo. Esto tiene un impacto claro en la industria mediática tradicional pero los impactos en otros ámbitos son un poco más difusos o de largo plazo. Por ejemplo, telefonía, radio y televisión, transformaron en su momento las relaciones entre sociedad y estado pero esto no ocurre de manera inmediata ni simple. El internet, por citar un ejemplo más reciente, ayuda a los ciudadanos, cierto, pero también dota de nuevas capacidades al estado y a las corporaciones privadas: de ahí el miedo añejo tanto a *big brother* como al “poder fáctico de los medios”. Una visión optimista diría que, en el largo plazo, la sociedad ha sacado la mejor parte de las nuevas tecnologías, pero ¿quién nos garantiza que Google no se volverá maligno un buen día?

En general, más información más descentralizada es mejor que menos. Y la información barata también reduce los costos de coordinación de una acción colectiva. Pero ¿qué tipo de información demanda la ciudadanía? A juzgar por los contenidos de los estanquillos de periódicos y revistas así como por los *trending topics* de twitter, la demanda por información políticamente relevante es la excepción a una regla sencilla: la frivolidad siempre es más interesante que la polaca. Quizá por ello hay más gente exigiendo el linchamiento del Guille Franco que menos dinero para los partidos.

En este mismo volumen se describe el episodio de #internetnecesario como uno de los mayores éxitos de las redes sociales en cuanto a un impacto tangible en las políticas públicas del país. Coincido en parte con ese diagnóstico. Sin embargo, tampoco me parece casual que el asunto de mayor éxito de las redes sociales durante el 2009 sea precisamente un acto de protesta sobre el precio final del uso del internet—es decir, una protesta que defendía los beneficios concentrados de los internautas—mientras que otras causas con beneficios más difusos no han llegado tan lejos.

Así como los costos de conseguir información y coordinar acciones en torno a temas de interés público disminuyen, también puede decirse que las redes sociales facilitan una gama de nuevas y diversas formas de participación política que, sin embargo, también pueden calificarse de baratas o poco trascendentes. Así, cuando ocurre un evento socialmente indeseable –un acto evidente de corrupción, por ejemplo– las redes sociales permiten poner de manifiesto de manera instantánea nuestra desaprobación de tales hechos. En diversa medida, a todos nos gusta hacer oír nuestra voz y compartir con amigos y seguidores nuestras opiniones. Pero ¿cuál es la consecuencia de un (re)tweet de reprimenda moral a un político? ¿Acaso se trata de impresionar a otros con nuestra conciencia social y nuestra inagotable capacidad de indignación moral? ¿Acaso indignarnos en twitter tiene una mayor consecuencia que hacerlo en una mesa de café?

En un mundo ideal, la diversificación de fuentes de información que permiten las redes sociales puede conducir a un escenario donde cada usuario cuente con una red balanceada de fuentes de información, la cual puede ayudarnos a matizar posturas y considerar evidencia que va en contra de nuestros propios prejuicios. Sin embargo, si los usuarios de redes sociales se comportan de modo similar a los consumidores de periódicos y televisión por cable, lo que habría de esperarse es que los tuiteros acaben buscando, y siguiendo, predominantemente a gente que piensa como ellos y que, por ello, comparta prejuicios similares contra quienes piensan distinto. En las redes sociales, la demanda por opiniones sesgadas tiene libre entrada y salida, lo cual tiene ventajas y desventajas. Así las cosas, vale la pena preguntarse si las redes sociales en verdad ayudan a dejar de ver al otro como “perverso, ignorante o ingenuo”.

Para no terminar este comentario con una nota amarga diré que, en el peor de los casos, las redes sociales no harán más que reproducir los fenómenos y sesgos que ya conocemos: un daño menor. Y, en el mejor de los casos, las redes sociales permitirán que las nuevas ideas tengan más *followers*.