

El 15M como medio: autoorganización y **comunicación distribuida**

En este artículo se parte de la hipótesis de que como consecuencia de sus prácticas comunicativas y de autoorganización, el 15M se convierte en fuente de información para los medios de comunicación lo que provoca cambios en la agenda mediática. Asimismo estas prácticas ponen de manifiesto que no solo detecta la permeabilidad de las fronteras entre quienes consumen y producen noticias, sino también los importantes efectos de la construcción simbólica y normativa de las relaciones entre los medios de comunicación y los movimientos sociales, entre periodistas y activistas. En el contexto del 15M, “Toque a Bankia” es un caso paradigmático en el que las tecnologías digitales sirven para llevar a cabo una campaña comunicativa dirigida a la ciudadanía en general así como a los medios, pero también para crear una herramienta que sirva para la autoorganización de la acción.

Eunate Serrano

Periodista.

Doctoranda en la Universitat Autònoma de Barcelona

1. Introducción

El 15M ha demostrado tener la capacidad de usar de forma creativa las tecnologías de la comunicación, no solo para hacer fluir la información de forma alternativa al discurso establecido por los *mass media*, sino también porque la información que fluye a través las redes sociales de internet, las páginas webs, blogs, y otras plataformas digitales tienen su efecto en la concepción y práctica de la democracia, pues favorece nuevas formas de autoorganización.

De esta forma, la agenda política del 15M se visibiliza como consecuencia del uso coordinado de estas herramientas que permiten romper, en momentos determinados, la agenda mediática. Sin embargo, los medios de comunicación buscan influir en los receptores, a partir de su propia selección y jerarquización de la información, pero no siempre logran una mejor opinión pública sobre la misma (McCombs, 1996; Lozano, 2007).

Ante esta capacidad de crear y difundir la información, o de autocomunicación de masas (Castells, 2009), que en las dos últimas décadas ha adquirido mayor relevancia no solo entre los movimientos sociales sino en entre la ciudadanía en general, los medios de comunicación comienzan a guiarse por las informaciones que generan desde los movimientos en general, y desde el 15M en concreto. En este artículo se parte de la hipótesis de que como consecuencia de sus prácticas comunicativas y de autoorganización, el 15M se convierte en fuente de información para los medios de comunicación lo que provoca cambios en la agenda mediática.

En este artículo no solo detecta la permeabilidad de las fronteras entre quienes consumen y producen noticias, sino también los importantes efectos de la construcción simbólica y normativa de las relaciones entre los medios de comunicación y los movimientos sociales, entre periodistas y activistas (Della Porta, 2013).

En el contexto del 15M, "Toque a Bankia" es un caso paradigmático en el que las tecnologías digitales sirven para llevar a cabo una campaña comunicativa dirigida a la ciudadanía en general así como a los medios, pero también para crear una herramienta que sirva para la autoorganización de la acción. Esto se traduce en que se creó una web, un foro y se diseñó una aplicación para los teléfonos móviles. El objetivo era el bloqueo físico de las sedes de Bankia¹ para denunciar a la primer entidad bancaria rescatada a nivel estatal y que, al mismo, tiempo más desahucios había ejecutado. Los colectivos GILA y Hacktivistas mezclaron formatos y combinaron la acción entre el mundo virtual y el físico fomentando, en definitiva, la participación y un replanteamiento en las formas de acción y una comunicación distribuida, que en el polo opuesto de la direccionalidad habitual de los mensajes que proceden de los medios de comunicación.

1 El desarrollo y objetivos de la acción "Toque a Bankia" se explica en el punto 4 de este artículo. Para la elaboración de este artículo se realizó una entrevista al colectivo GILA.

2. Tecnología, movimientos sociales y medios

En el ámbito de los movimientos sociales, existen dos ejemplos representativos que ilustran cómo internet se ha convertido en una herramienta que posibilita nuevas tácticas para la reivindicación y búsqueda del cambio social y político: el movimiento Zapatista, que se inicia en 1994, y la conocida principalmente entre los medios como “Batalla de Seattle”, en 1999 (Van Laer y Van Laest, 2010). En ambos casos, los flujos de información se movieron de forma paralela a los medios de comunicación tradicionales, convirtiéndose así en una alternativa a la agenda establecida por las instituciones vinculadas a la clase política y económica, principalmente.

En el caso zapatista, el uso de la red sirvió para difundir información y generar redes de solidaridad y de opinión, que tenían como finalidad frenar acciones represivas desde la esfera política y militar. “Los zapatistas usaron internet para comunicarse con una red global de colectivos de solidaridad”. (Juris 2005:423). Internet se convirtió en una herramienta más de acción política tanto en el movimiento Zapatista así como en Seattle, donde se creó el *Independent Media Center, Indymedia*², que se convierte en un canal alternativo para la circulación de noticias e información sobre las protestas contra la Organización Mundial del Comercio que se celebraba en la ciudad estadounidense a finales de noviembre de 1999.

Partiendo de estos precedentes, en este artículo se trata de explicar cómo el rol de internet en particular, junto con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) en general, han renovado las prácticas comunicativas así como las formas de acción de los movimientos sociales que, en las últimas dos décadas, se han reorientado y miran al ciberespacio como “una forma potencial de futura sociedad democrática” (Castells 2003:185).

La sociedad civil ha encontrado en la tecnología una nueva herramienta y su uso, que se proyecta en la red de redes, favorece entre otras cuestiones la consecución de dinámicas de monitorización política (Keane, 2009), y también permite mejoras en la participación y la deliberación. Otros autores también se refieren al uso de las herramientas digitales como elementos a partir de los cuales, además de utilizarlas para la comunicación, los movimientos sociales también las usan para la organización y la acción colectiva o para lo que también se ha definido como tecnopolítica (Rodotà, 1998; Sampedro, 2005; Toret et al., 2012).

El descontento de una parte de la sociedad civil con la gestión que ha realizado la clase política de la crisis económica, la cual estalló a finales de 2007 y que aún perdura, se convierte en un nuevo impulso de las reivindicaciones de los movimientos que trabajan por el cambio social y por una regeneración y transformación de la democracia (Rosanvallon, 2007; Innerarity, 2012; Monterde, 2013). “Los movimientos sociales están asociados a las prácticas de lucha, a las formas del cambio social”. (Touraine 2006:261). Es el cambio social

2 El Centro de Medios Independientes, Indymedia, se define en su página web como: “Un colectivo de las organizaciones de los medios independientes y de los centenares de periodistas que ofrecen los pueblos, cobertura no-corporativa. Indymedia es un enchufe democrático de los medios para la creación de radicales, exactos, y apasionados diciendo la verdad”.

el denominador común de los movimientos y se trata ésta de una característica intrínseca de los mismos, según la mayoría de los investigadores que han ahondado en este tema (Casquette, 1998).

Así, en los últimas dos décadas, los movimientos sociales además de en el espacio público, también se organizan en torno a comunidades virtuales con el cambio social como objetivo (Van Laer y Van Laest, 2010). Tal y como lo estudió Habermas (1962), el concepto de espacio público se define como aquel ámbito de nuestra vida social donde se puede construir opinión pública; término que hoy en día también se extrapola al ciberespacio. De hecho, según Pierre Lévy, “lejos de fomentar la irresponsabilidad ligada al anonimato, las comunidades virtuales exploran formas nuevas de opinión pública”. (Lévy 2007:102).

El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación contribuye a crear, desarrollar y establecer nuevas formas organización en los movimientos sociales que, al mismo tiempo, les permite nuevos modos de reivindicación y protesta (Obar, Zube, Lampe, 2012). La web 2.0. se ha convertido en una herramienta y en un nuevo espacio que facilita la participación en la acción colectiva, que se apoya en la comunicación horizontal, así como de las conexión de las inteligencias a través de la conectividad (De Kerckhove, 1999). En este sentido, el uso estratégico de las tecnologías permiten a los movimientos sociales apropiarse de Internet para conseguir el cambio social (Surman y Reilly, 2005).

En la última década, el activismo político, que ha tenido en la red una de sus principales aliadas, ha impulsado las nuevas tecnologías como herramientas de contrapoder (Juris 2006). Se rompe así con la creencia que separaba las prácticas digitales de las analógicas de estos movimientos. “La diferencia entre *on-line* y *off-line* ha perdido (parte de) sentido. Surgen y se consolidan prácticas híbridas que rompen la división tradicional (ahora caduca) de lo 'real' y lo 'virtual'” (Sampedro, 2011:2).

La web 2.0. o web social (O'Reilly, 2006; Berners-Lee 2009; Reig, 2012) facilitan la participación de la sociedad civil en la democracia (Prasad, 2012), sin necesidad de esperar la intervención de la clase política o que los medios de comunicación hagan fluir la información. Desde el ciberespacio los flujos informativos activan nuevos procesos de comunicación instantáneos, donde los elementos de la Teoría de la Información se acogen a nuevos significados (Aladro, 2011).

Por tanto, el incremento de espacios sociales en internet ha provocado que los ciudadanos cuenten con instrumentos tecnológicos y que, éstos, además de consumir también produzcan noticias (Casero y Feenstra, 2012). Con la expansión de la red de redes surge por tanto una nueva forma de comunicación interactiva, lo que el sociólogo Manuel Castells define como autocomunicación de masas. “Se caracteriza por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida” (2009:88).

Ante las posibilidades que ofrecen la tecnología para la comunicación en tiempo real, los medios de comunicación no son ajenos a los avances tecnológicos, ni a cómo éstos penetran en el día a día de la ciudadanía y lo que ello supone: imágenes, informaciones y opiniones que se distribuyen por la web social lo que influye en el ejercicio del periodismo,

por ejemplo, a la hora de elegir entre una diversidad de fuentes (Van der Haak et al.,2012).

El uso que los periodistas realizan de las fuentes informativas condiciona la elaboración de las noticias, reportajes y crónicas, principalmente. “Las fuentes informativas constituyen un componente básico del proceso de producción y selección periodística y son capaces de condicionar decisivamente el contenido (agenda) y el enfoque (*framing*) de la cobertura informativa. Igualmente, su uso constituye un indicador de calidad periodística relevante” (Casero y López Rabadán, 2012:1). Es decir, el uso de fuentes informativas bien identificadas aseguran no solo la calidad sino la credibilidad del relato (Casals Carro, 2005).

Sin embargo, los medios de comunicación no dependen de los movimientos para crear noticias y son éstos quienes se enfrentan a mayores dificultades para ser noticia (Tarrow 1994:209). Y por ello, ante estas dificultades para ser noticia, los movimientos sociales difunden su propia información que distribuyen por distintos canales y medios de comunicación alternativos y establecen su propia estrategia para que su agenda política rompa el ritmo de la establecida por los *mass media*.

La web 2.0. posibilita que los movimientos sociales eviten los mensajes oficiales de las organizaciones políticas y medios de comunicación tradicionales. Esta contribución a una difusión de la información de muchas a muchas es una cuestión que forma parte del ADN del movimiento 15M, el cual ha bebido de estas prácticas comunicativas en red. Desde la gestación y el estallido en 2011 del 15M hasta las acciones comunicativas y reivindicativas como “15MpaRato”³ o “Toque a Bankia”, este movimiento ha trabajado la comunicación distribuida como uno de los pilares que han permitido que evolucione hacia nuevas formas de movilización y organización ciudadana.

3. El 15M como medio de comunicación

Cuatro meses antes de la manifestación del 15 de mayo de 2011 en la que, de forma simultánea y en más de cincuenta ciudades españolas, entre 20.000 y 130.000 personas⁴ salieron a la calle para manifestarse y reclamar “una democracia real y participativa”, se formó una plataforma en la red —plataforma a la que se adhieren más de 400 asociaciones—, que dio forma a lo que posteriormente se convertiría en la convocatoria que realizó Democracia Real Ya (DRY).

A pesar del trabajo previo en la red, los primeros titulares⁵ tras la manifestación

3 “15MpaRato” es una plataforma ciudadana que denunció a Rodrigo Rato y al consejo de administración de Bankia con motivo de su salida a Bolsa y la posterior quiebra de la entidad bancaria. Asimismo han denunciado la venta de preferentes a clientes de Bankia [<http://15mparato.wordpress.com/>, consultado el 11/01/2014]

4 El debate sobre las cifras de la asistencia a las manifestaciones. Tres referencias sobre las cifras en: [http://elpais.com/elpais/2011/05/15/actualidad/1305447428_850215.html, consultado el 17/05/2011] [http://www.larazon.es/detalle_hemeroteca/noticias/LA_RAZON_382489/8907-lynce-cuenta-37-742-asistentes-a-la-manifestacion-de-indignados-en-madrid, consultado el 21/06/2011] [<http://manifestometro.blogspot.com.es/2011/05/manifestacion-15m-toma-la-calle.html>, consultado el 17/05/2011]

5 Los titulares corresponden a las ediciones impresas de los diarios ABC, El Mundo, El País y

convocada por DRY hablan de “protesta de los indignados”, “batalla campal”, “primavera árabe”, “antisistemas” y de “rebelión”. Nombres y adjetivos que trataban de identificar el 15M, pero que se quedaron lejos de la radiografía real de aquella movilización sin precedentes y que llevaba cociéndose en los fogones de internet meses antes. En aquellas jornadas iniciales de información en la prensa⁶, estaban los casos extremos como el diario *ABC*⁷ que se dedicaba a escribir páginas sobre la posibilidad de que pudiera existir un movimiento oculto tras el 15M, insistiendo de esta forma en una tematización demonizante con respecto a las movilizaciones ciudadanas, o el caso de *El Mundo*⁸ o *El País*⁹ que se centraron en las consecuencias que podían tener las manifestaciones de cara a la cita electoral del 22 de mayo de ese mismo año que se celebraban elecciones municipales. En el caso del diario *Público*¹⁰, las informaciones buscaban continuamente la identificación de esta movilización social con las revoluciones que meses antes acontecieron en Egipto o Túnez.

Pasaron algunos días hasta que algunos medios de comunicación consiguieron realizar un análisis de lo que estaba sucediendo en las plazas de varias decenas de ciudades españolas y del extranjero, así como de lo que ocurría en internet. Ante esta situación de lejanía informativa, el 15M pone en marcha en la red una radio, televisión y prensa, además de los blogs, perfiles públicos en las redes sociales de internet y páginas webs y hace uso del *streaming* para informar en directo desde las manifestaciones y sobre las acciones de protesta, principalmente.

3. 1. Conectividad

Los antecedentes del 15M se concretan en las luchas por la cultura libre de internet¹¹, por lo que resulta lógico estudiarlo desde su propio comportamiento en la web social. La conectividad (De Kerckhove, 1997) que surge entre las diferentes personas e identidades (colectivas o no) vinculadas al 15M, es fundamental para su análisis ya que da un nuevo giro a los estudios sobre los movimientos sociales.

El uso de las herramientas digitales de la comunicación posibilita que el 15M cubra

Público del día 16/05/2011.

ABC: La protesta de los “indignados” acaba en una batalla campal

El Mundo: 'Primavera árabe' contra el sistema

El País: Miles de ciudadanos “sin casa, sin curro y sin miedo” exigen “un futuro digno”. Unos 400 antisistema se encargaron de poner en jaque a los antidisturbios

Público: Rebelión social contra los recortes

6 La elección de los diarios *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *Público* no es aleatoria en este texto, ya que son objeto de estudio como parte de mi tesis doctoral.

7 *ABC*: No todo es inocente en Sol (18/05/2011).

8 *El Mundo*: Rubalcaba comprende “a sus amigos defraudados” (18/05/2011).

9 *El País*: La izquierda intenta captar el voto de los indignados (18/05/2011).

10 *Público*: La 'Spanish Revolution' se extiende de la Puerta del Sol a todo el país (18/05/2011).

11 El grupo de investigación *DatAnalysis15M* ha estudiado la gestación del 15M vinculando las luchas por la cultura libre en internet con los antecedentes a la explosión en el espacio analógico el 15 de mayo de 2011. [<http://www.uoc.edu/ojs/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878>, consultado el 03/07/2013]

unas necesidades informativas que, medios de comunicación establecidos desde hace décadas no han llegado a cubrir o lo han realizado parcialmente. En un contexto de crisis económica y de desconfianza de varios sectores de la ciudadanía hacia la clase política, así como hacia los medios de comunicación, uno de los lemas que resume el sentir del 15M es: “no nos representan”.

¿Cómo se diseñan las estrategias comunicativas del 15M? ¿Cómo se construye la información en los espacios *online* del 15M? ¿De qué forma influye la conectividad entre quienes participan en la difusión de informaciones vinculadas al 15M para el intercambio de la información? ¿Es la conectividad del 15M generada a través de las redes sociales de internet una estrategia para influir en las agendas de los medios de comunicación? ¿Ha sido capaz el 15M introducir su agenda política en la agenda de la prensa a través de su estrategia comunicativa en la red y sus acciones en la calle?

Con el objetivo de generar noticias, difundir convocatorias e información en general que queda fuera de la agenda mediática de los medios tradicionales, el 15M ha utilizado las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) para el intercambio de flujos informativos del movimiento. El uso de las NTIC en general y las posibilidades que ofrece la web en particular ha provocado la creación de un abanico de respuestas en forma de espacios para la (contra)información (radios, plataformas audiovisuales y prensa), así como la configuración de los perfiles de las redes sociales de internet, las webs, blogs o las herramientas que permiten la difusión y la coordinación del 15M en tiempo real como el *streaming* (retransmisión audiovisual en directo), *titanpad* (herramienta para escribir documentos de forma simultánea) o el *mumble* (aplicación de voz). En definitiva, una comunicación distribuida en la que los nodos participantes se vinculan, sin nada que los centralice.

A pesar del desarrollo de estas herramientas, los medios de comunicación tradicionales conviven con los nuevos medios en la actual esfera de la comunicación. “Internet se ve como un medio de comunicación, se concibe como un medio nuevo debido a que tiene una función comunicativa con la que se pone en marcha la circulación de opiniones, de informaciones y análisis. Con sus especificidades en términos de costo de acceso, de modo de producción, de procesos de difusión, de regulación” (Rosanvallon 2007:78). De esta forma y siguiendo con las ideas de Rosanvallon, la red ha llegado a ser una forma social (constituye comunidades), al mismo tiempo que una forma política.

4. “Toque a Bankia”: entre la red, la calle y la prensa

En un contexto en el que el 15M se encuentra en plena fase de mutación (Monterde, 2013) y de replanteamiento de sus formas de acción, “Toque a Bankia”, que se lleva a cabo el 9 de mayo 2013¹², combinó “una mezcla entre el hacktivismo y la calle” con el desarrollo de

12 Información extraída de la web de Acampada Sol. La Comisión Difusión Red realizó una cobertura minuto a minuto de la movilización. [<http://madrid.tomalaplaza.net/2013/05/09/toque-a-bankia-cierra-mas-de-40-sucursales-y-altera-durante-toda-la-manana-la-actividad-de-la-entidad/>], consultada el 10/05/2013]

herramientas en la web y la actividad en las redes sociales, que sirvió de catalizador para colectivos y personas individuales, lo que permitió poner en marcha una acción contra una entidad completa, en este caso Bankia, de forma descentralizada. El objetivo fue bloquear durante todo un día la actividad de las 2.764 sucursales que tiene Bankia en todo el mundo y exigir “la paralización total de los desahucios, la dación en pago retroactiva para los deudores de buena fe, la utilización para alquiler social de todas las viviendas vacías en propiedad de Bankia, la recuperación de las participaciones preferentes por parte de las personas estafadas y una auditoría ciudadana de la entidad”.

La iniciativa fue organizada por los colectivos Gila y Hacktivistas, que habilitaron una página web en cuyos foros se registraron 3.000 personas, que consiguieron entorpecer la actividad mediante el “cansinismo” en cuarenta entidades bancarias. Además, crearon una aplicación para el móvil mediante la cual se podía tener acceso directo a los números telefónicos de las distintas sedes de Bankia y poder “bloquear” mediante llamadas la actividad bancaria. En la entrevista planteada al colectivo Gila concretan la forma de la acción: “Planteamos el cansinismo como formato de acción. Es una manera de bloquear una actividad, de manera pacífica, sin que sea punible y sobre todo es divertido. Por eso lo concebimos inicialmente como un ataque DDos presencial”.

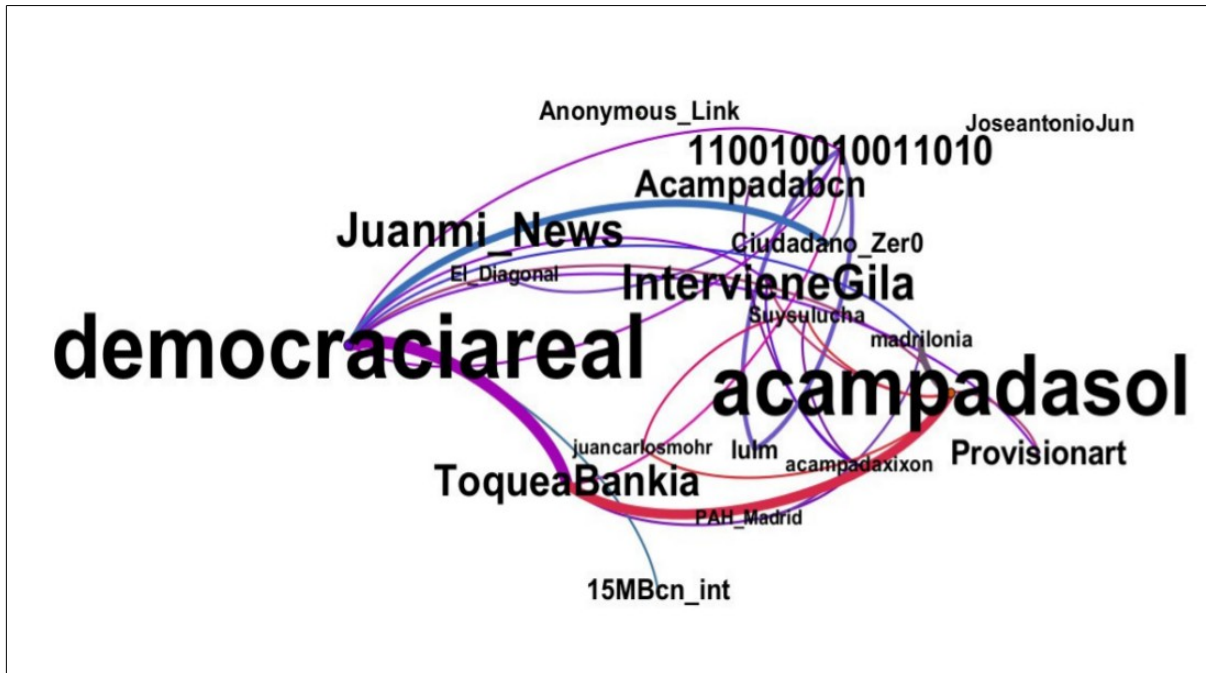
La participación de colectivos y de personas a título individual en la organización de esta acción es uno de los éxitos más importantes de la misma. Desde Gila apuntan que “Toque a Bankia” es un ensayo de nuevas vías para el enjambamiento entre la red y la calle: la acción comienza en las redes para acabar en el espacio público urbano. “Las tecnologías de información y comunicación, cuando son abiertas y distribuidas son una forma de activismo en sí mismo”, añaden desde el colectivo.

4. 1. Entre la red y el espacio urbano

Así, como paso previo a la acción en la calle, con el objetivo de visualizar la capacidad de la comunicación en la red del movimiento 15M en esta acción se ha realizado un análisis de redes sociales, en concreto de la red social Twitter, usando el *software* Gephi¹³. Este programa permite medir cuáles son los nodos más importantes en la red, el número de enlaces y relaciones establecidas a partir de los nodos, así como la medición de la intermediación que destaca qué nodo es el importante y cómo propicia la conexión entre distintos nodos. El análisis de redes sociales trata de un tipo de análisis que aporta un enfoque diferente de los fenómenos sociales (Rohani y Hock, 2010).

13 Gephi es un programa de código abierto que permite la exploración de todo tipo de redes y sistemas complejos y dinámicos, así como de gráficos (Bastian et al., 2009). Tal y como describen en su creadores, Gephi es una herramienta para explorar y comprender los gráficos. Al igual que Photoshop, pero para los datos, la persona que usa este programa interactúa con la representación, puede manipular las estructuras, las formas y los colores para revelar propiedades ocultas. El objetivo es ayudar a los analistas de datos para comprobar sus hipótesis. Es una herramienta complementaria a las estadísticas tradicionales.

A partir de esta metodología, el 9 de mayo de 2013 se recogió una muestra de 6.091 tuits que contenían el *hashtag* #TocandoABankia que se importaron desde Gephi, lo que crea un grafo donde se dibujan las relaciones entre las cuentas de Twitter que tuitearon con la etiqueta anteriormente mencionada. Se aplicaron filtros a la red generada en Gephi, para que se distinguieran los nodos más conectados a la red debido al número de enlaces que realizan a otras cuentas.



Grafo 1. Representación de los nodos de mayor conectividad y los enlaces entre las cuentas de Twitter. Fuente: Elaboración propia.

Según se dibuja en el grafo, las cuentas más mencionadas y retuiteadas pertenecen a las comunidades del 15M, lo que nos indica una alta conectividad. Éstas son: “democraciareal”, “acampadasol”, “acampadabcn”, “acampadaxixon”, que corresponden a cuentas de identidades colectivas del 15M, así como de activistas del movimientos que individualmente difunden información por Twitter como “ciudadano_zero”, “suysulucha” y “Juanmi_news”. Por otro lado, se distinguen las cuentas de otros colectivos vinculados al 15M, pero que ya trabajaban de forma activa antes del surgimiento del mismo en mayo de 2011, como la “Plataforma de Afectados por Hipoteca” y el colectivo “Anonymous”. Además, se puede ver un flujo de mensajes dirigido hacia medios de comunicación como el periódico quincenal Diagonal.

4. 2. En la prensa

Finalmente, se ha realizado un análisis de contenido en prensa al objeto de determinar si el flujo de información generado en la web social ha tenido repercusión en los medios de comunicación y en consecuencia tener presencia mediática, y alcanzar otras capas de la opinión pública que se encuentran fuera del ámbito de los movimientos sociales, en general. Para ello se ha recogido una muestra de las noticias publicadas con motivo de la acción de “Toque a Bankia” y se ha analizado el origen de las fuentes usadas por los periodistas para informar sobre esta movilización ciudadana.

El análisis se hizo sobre una muestra de cuarenta noticias que se publicaron entre abril y mayo de 2013 en veinte diarios digitales¹⁴ y que informaban sobre la acción contra la entidad bancaria. Para ello se hizo una clasificación de las noticias en base al número de fuentes usadas para la elaboración de las informaciones, así como la procedencia de las mismas. También estudió la frecuencia de uso y si dichas fuentes se identificaban correctamente. En total se detectaron 67 fuentes 81 veces mencionadas en las cuarenta noticias.

Para concretar el origen de las fuentes se elaboró una clasificación que comprendía estas categorías: institucionales/oficiales (Gobierno central o autonómico); políticas (partidos políticos o persona vinculada a un partido); económicas; 15M (comprende identidades colectivas como “Acampada sol”, web “Toque a Bankia” y “Gila Grupo de Intervención”); movimientos sociales; policial/judicial; sociedad civil (personas a nivel individual); otros medios (referencias en la noticia a otros medios de comunicación). De esta forma el 50 % de las fuentes consultadas corresponde al 15M, la web de Toque a Bankia y el colectivo Gila; el 18 % son fuentes procedentes de organizaciones o asociaciones tipo Adicae (Asociación de usuarios de bancos, cajas y seguros) o el colectivo de pilotos de Iberia; el 16 % son fuentes de origen económico, principalmente son fuentes procedentes de Bankia. El 10 % corresponde a la sociedad civil, es decir, personas -identificadas o no- que aportan su testimonio y el 6 % son referencias a otros medios de comunicación.

14 Diagonal, El Boletín, Kaos en la red, La marea, La Información, Eldiario.es, El Economista, Periodismo Humano, Qué!, 20 minutos, El Triangle, Infolibre, MSN Noticias, Público, El País, El Mundo, ABC, Huffintog Post, Finanzas, El Periódico.

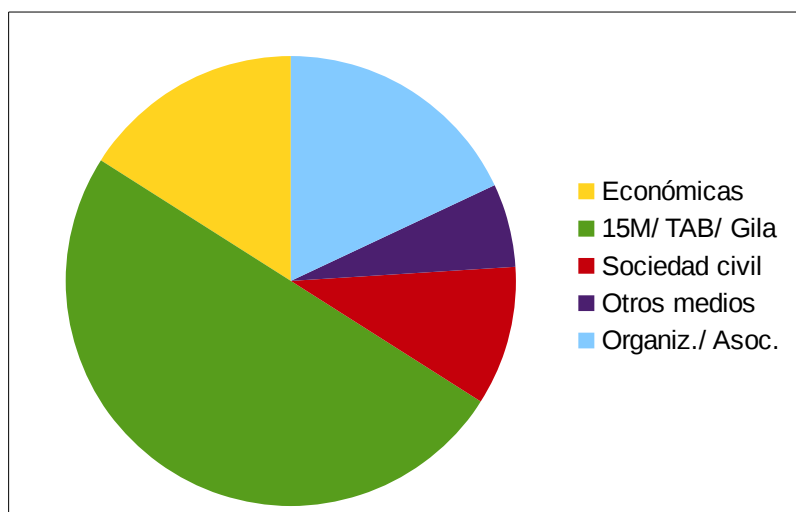


Gráfico 2. Las fuentes según su origen. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, los datos demuestran que en el 64,1 % de las noticias, el periodista ha usado una única fuente para elaborar la información, en el 20,5 % de las noticias ha usado dos fuentes y en el 15,3 % ha usado tres o más fuentes informativas. A partir de la lectura realizada de las noticias, el hecho de que más de la mitad de las unidades analizadas se haya elaborado basándose en la información proporcionada por una única fuente, determina que los medios de comunicación se han valido de la nota de prensa elaborada por los colectivos impulsores de la acción, sin profundizar mucho más en la finalidad de la acción.

Y, finalmente, respecto a la identificación, en el 60 % de las noticias la fuente estaba correctamente identificada; en el 30 % estaba parcialmente identificada y en un 10 % esta velada, es decir, no había referencia alguna a la fuente.

| FRECUENCIA | Una fuente | Dos fuentes | Tres o más fuentes |
|-----------------------|-------------------|--------------------|---------------------------|
| | 64,1 % | 20,5 % | 15,3 % |
| IDENTIFICACIÓN | Correcta | Parcial | Velada |
| | 60 % | 30 % | 10 % |

5. Conclusiones

Es evidente que las acciones del 15M se realizan tanto en el espacio urbano como en el ciberespacio, pero es éste último sin el cual no podría entenderse. En la red, el 15M se compone de personas (nodos-ordenadores) que utilizan las nuevas tecnologías para la transmisión y recepción de información así como para la comunicación de forma distribuida.

Los enlaces son elementos importantes en esta red comunicativa que se teje a partir de los nodos, sean más o menos importantes, tal y como expresó Castells (2009). En la calle, las personas se valen de otros dispositivos, como los teléfonos móviles, para seguir alimentando la red de información.

En este artículo se han presentado los resultados iniciales de una investigación más amplia en la que se está analizando un mayor número de artículos en prensa sobre acciones concretas del 15M, así como su actividad comunicativa en la red social Twitter en diferentes periodos entre 2011 y 2013. Sin embargo y a partir de esta pequeña prospección se intuyen dos ideas que serán abordadas en próximos análisis:

- Por un lado, la hipótesis de partida en la que se apunta a la influencia de las prácticas comunicativas del 15M en la agenda informativa de los medios de comunicación, convirtiéndose en una referencia como fuente informativa. Si bien estudios realizados en este campo han detectado un mayor peso de las “fuentes oficiales” mientras que los movimientos sociales han quedado relegados a planos más secundarios, podría ser que las demandas recogidas en la agenda política del 15M estén teniendo más relevancia informativa y en consecuencia convertirse en origen de la fuente informativa.
- Y por el otro lado, el análisis de redes sociales apunta a que la información que difunden perfiles de cuentas colectivas del 15M (como la de Democracia Real Ya con 230.000 seguidores, consultado en enero 2014) sí generan flujo de información, aunque finalmente no trasciende a todas las capas de la sociedad. Si bien sí se detecta que los medios de comunicación empiecen a guiarse por las noticias que genera el 15M, por lo que también existe esa posibilidad de llegar a otros sectores de la sociedad que no están más alejados del ámbito y las dinámicas de los movimientos sociales en general.

Mientras los estudios sobre los movimientos sociales ponían el acento hace dos décadas en las listas de correo electrónico como parte de su estrategia de comunicación, hoy en día quienes investigan las nuevas prácticas comunicativas tienen que prestar especial atención a la información que fluye a través las redes sociales de internet, las webs, blogs, y otras plataformas digitales que tienen efecto en la concepción y práctica de la democracia. Porque estas nuevas formas de comunicación no solo permite un mayor flujo informativo, sino nuevas formas de autoorganización y activismo que combina acciones en la red y en la calle, en definitiva nuevas formas de participación.

6. Referencias bibliográficas

ALADRO, E. (2011) “La Teoría de la Información ante las nuevas tecnologías de la comunicación”. Revista CIC, número 16, 2011:85-95.

ALCAZAN et al. (2012). *Tecnopolítica, internet y R-evoluciones. Sobre la centralidad de las redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icaria Editorial

BERGANZA, M.R. Y CHAPARRO, M. A. (2012). "El rigor de la prensa: principales características y diferencias en el uso de las fuentes en los periódicos gratuitos y de pago". En: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, Vol. 17, nº32. Bilbao: UPV/EHU, pp. 29-49.

BERNERS-LEE, T. and FISCHETTI, M. (2000). *Tejiendo la red :el inventor del world wide web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI de España editores.

CASALS CARRO, M^a Jesús (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid: Fragua

CASERO-RIPOLLÉS, A. and FENSTRA, R. A. (2012) "The 15-M Movement and the new media: A case study of how new themes were introduced into Spanish political discourse", *MIA. Media International Australia*, 144: 68-76 [http://www.academia.edu/4543935/The_15-M_Movement_and_the_new_media_A_case_study_of_how_new_themes_were_introduced_into_Spanish_political_discourse, consultada el 23/01/2013].

CASERO-RIPOLLÉS, A. and LÓPEZ RABADÁN, P. (2012). "La evolución del uso de las fuentes informativas en el periodismo español". Comunicación presentada en el III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Tarragona.

CASQUETTE, J. (1996). *Política, cultura y movimientos sociales*. Bilbao: Bakeaz.

CASTELLS, M.

2012. *Redes de indignación y esperanza :los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza.

2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

2004. *La sociedad red: una visión global*. Traducc. De Francisco Muñoz del Bustillo (2006). Alianza Editorial, S.A. Madrid.

CHAMPEAU, S. and INNERARITY, D. (2012). *Internet y el futuro de la democracia*. Barcelona: Paidós.

DE KERCKHOVE, D., (1999). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa.

DELLA PORTA, D. and DIANI, M. (2011). *Los Movimientos sociales*. Madrid: Complutense.

DELLA PORTA, D. (2013). *Can democracy be saved?* Cambridge: Polity

JURIS, J. (2004). Movimientos sociales en red: movimientos sociales por una justicia global. en Manuel Castells *La sociedad red*, pp 415-439. Madrid: Alianza editorial.

HABERMAS, J. 1965. *Stukturwandel der Öffentlichkeit: untersuchungen zu einer kategorie der bürgerlichen gesellschaft*. Berlin: Luchtehand

KEANE, J. (2009). "Monitory democracy and media-saturated societies". [http://johnkeane.net/wp-content/uploads/2011/01/Keane_griffith_review_ed24_monitory_democracy_media_saturise_d.pdf, consultada el 30/09/2012]

- LÉVY, P. and Universidad Autónoma Metropolitana, 2007. *Cibercultura :informe al Consejo de Europa*. Rubí, Barcelona: Anthropos.
- LOZANO, J.C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Naucalpán de Juárez, México: Pearson Educación.
- MCCOMBS, M. et al. (1996). *Communication and democracy : exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, N.J. [etc.]: Lawrence Erlbaum
- MONTERDE, A. (2013) *La potencia ciudadana en red, la tecnopolítica y la democracia del futuro*. [<http://civilsoc.net/sites/default/files/potenciaciudadanaenred.pdf>, Consultada en línea el 20/12/2013].
- ROHANI, V. and HOCK, O. S., 2009. "On Social Network Web Sites: Definition, Features, Architectures and Analysis Tools" en *Journal of Computer Engineering* 01/2009; 1:3-11. pp.3-11
- REIG, D. (2012). *Socionomía*. Barcelona: Deusto Ediciones
- ROSANVALLON, P. (2007). *La contrademocracia: la política en la era de la desconfianza*. Manantial.
- SAMPEDRO BLANCO, V. (1996): "Batallas de papel Medios de comunicación y nuevos movimientos sociales, el caso de la objeción de conciencia", En: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, nº1. Bilbao: UPV/EHU, pp. 121-154. [<http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/batallas-de-papel-medios-de-comunicacion-y-nuevos-movimientos-sociales-el-caso-de-la-objecion-de-conciencia/9>, consultado el 12/01/13].
- SERRANO, E. (2012). "New technologies, social networks and media: Spanish Revolution". *Romanian Journal of Journalism/Revista Romana de Jurnalism si Comunicare-RRJC*. Vol. 7, issue 3-4, p. 27-34.
- SURMAN, M. y REILLY, K. (2005). "Apropiarse de internet para el cambio social. Hacia un uso estratégico de las nuevastecnologías por las organizaciones transnacionales". Cuadernos de trabajo. Hegoa. http://publ.hegoa.efaber.net/assets/pdfs/154/Cuaderno_de_trabajo_38.pdf?1304002201
- VAN LAER, J. and VAN LAEST, P. (2010). "Internet and social movement action repertoires", *Information, Communication & Society*, 13:8, 1146-1171 . [<http://dx.doi.org/10.1080/13691181003628307>. Consultada el 15/03/2012]
- TARROW, S. (1994). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza
- TORRENT, J (2013). "Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema-red 15M como nuevo paradigma de la política distribuida". IN3 Working Paper Series. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya
- TOURAINÉ, A. (2005). *Un Nuevo paradigma: para comprender el mundo de hoy*. Barcelona: Paidós