

Comunicación, internet y democracia deliberativa en el 15M

El uso activista de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) resulta cada vez más determinante en las prácticas, propuestas e imaginarios de los movimientos sociales y la sociedad civil. Pero el papel de internet y las nuevas tecnologías va mucho más allá de la evidente utilidad de las redes para la convocatoria de la movilización que dio origen al 15M. Las redes sociales e internet forman también parte del entramado comunicativo en el que se constata la injusticia percibida de una crisis no solo económica, sino también política y cultural. Tanto en internet como en el resto de medios se difunde la información del contexto social que será motivo de la indignación expresada por el movimiento pero, sobre todo, internet será un espacio de debate, confrontación de ideas y opiniones e interpretación de una realidad percibida como injusta.

José Candón

Universidad de Sevilla.

Cosmopolíticas | www.cosmopoliticas.org

1. Introducción

El Movimiento 15M surge en España a través de una protesta puntual convocada desde internet para el día 15 de mayo de 2011. Tras el éxito de la convocatoria se consolida un espacio de movilización que agregará diferentes luchas y perfiles de activistas. A partir de la primera manifestación se suceden acampadas, asambleas, concentraciones, ocupaciones de edificios, marchas, talleres, bloqueos, paralizaciones de desahucios o nuevas manifestaciones locales, estatales o globales (19J, 15O, 12M15M) que tienen al 15M como referencia.

La protesta inicial surge como respuesta, por un lado, a las consecuencias de la crisis económica y, por otro, al desencanto de amplias capas de la población respecto a la clase política española. El lema de la protesta “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros” apunta en ambos sentidos. Además del descontento, antecedentes de protestas como las de Francia, Grecia, Portugal o el Reino Unido, la revuelta Islandesa y especialmente la primavera árabe inspiran y contagian a los jóvenes españoles. Movilizaciones en el propio país como las del movimiento por una Vivienda Digna, el 13M, las protestas estudiantiles contra el Plan Bolonia¹, y otras más cercanas en el tiempo como las acciones virtuales contra la ley Sinde y las protestas de Estado de Malestar² o Juventud sin Futuro³ pueden considerarse los precedentes del 15M.

En este contexto la convocatoria alcanza un amplio eco en las redes sociales de internet. Por ejemplo, a través de la red Facebook los convocantes crean un evento principal⁴ que alcanza a unas 430.878 personas de las que unas 73.382 confirmarían su asistencia a la marcha. 26.104 aprobaciones (“me gusta”) en la página de Facebook y 31.979 usuarios en la de Tuenti⁵ 13.557 reproducciones en el canal de YouTube y 27.410 visitas a la web de la campaña el día anterior a la protesta dan idea de la magnitud de la difusión on-line. En Twitter las etiquetas relacionadas con la convocatoria (#15m, #15mpasalo, #alacalle15m, #15mani...) fueron de las más populares en España durante toda la semana previa, llegando a ser las más populares el día de la protesta y a ocupar la primera posición mundial al día siguiente con las etiquetas #acampadasol y #spanishrevolution.

En las calles, más de 25.000 personas en Madrid y unas 15.000 en Barcelona según los organizadores (según fuentes policiales 20.000 en Madrid y 6.000 en Barcelona) y otros miles en el resto de ciudades respondieron al llamamiento superando las expectativas de los convocantes.

1 Movilizaciones universitarias acaecidas en los años 2008-2009.

2 Movimiento ciudadano compuesto de «miembros de todas las edades y con diversidad ideológica, pero con un denominador común: la indignación y el cabreo ante un sistema político y financiero por el que nos sentimos traicionados y que, en nuestra opinión, no da más de sí». Ver <https://malestarmadrid.wordpress.com/sobre-nosotros/>

3 Creada en febrero de 2011, que nace de la iniciativa de diferentes colectivos universitarios [madrileños](#) sensibilizados con la situación de precariedad que, según ellos, afecta a la juventud y con el agravamiento de la misma a raíz de las medidas emprendidas por el [Gobierno](#) para gestionar la [crisis económica](#) que vive el [Estadospañol](#) desde 2008.

4 <http://www.facebook.com/#!/event.php?eid=170278529687744>

5 Red social española similar a Facebook y muy popular entre los adolescentes.

Según DRY⁶ unas 130.000 personas se manifestaron el 15 de mayo en todo el país⁷. Entre 6 y 8,5 millones de personas habrían participado en las protestas según las estimaciones del instituto de opinión IPSOS⁸. Otro estudio de Havas Media cifra en un 32,97% las personas que han participado o visitado las acampadas y una encuesta de Metroscopia cifra en el 20% los que han participado en alguna ocasión y en el 8% los participantes en asambleas.

Algunos diarios y televisiones nacionales se hacen eco de la protesta inicial. El principal periódico nacional, El País, recogerá la noticia en portada con una fotografía titulado en su edición digital "La manifestación de 'indignados' reúne a varios miles de personas en toda España". No obstante, la cobertura mediática de la primera manifestación será ampliamente denunciada por los activistas en las redes sociales de internet mientras que la movilización posterior y especialmente las acampadas incrementarán de forma considerable el eco mediático de las protestas que acabará por marcar la agenda política y de las elecciones locales del 22 de mayo.

El 15M obedecerá a una crítica expresiva, fundamentalmente, la exploración de otras formas de democracia. Desde ellas se habilitarán otras críticas, centradas en ideas de participación y justicia social y en torno a la salida de la crisis financiera. El referente a la democracia será el marco maestro del movimiento (Democracia Real Ya!) del que surgirán tanto propuestas concretas de regeneración política (reforma de la ley electoral, medidas de transparencia y contra la corrupción, etc.) y de justicia social (no al rescate de la banca, paralización de desahucios, medidas redistributivas...) como prácticas y discursos de democracia radical (directa, deliberativa).

Su impacto, más allá de los logros concretos a corto plazo, apunta más bien a la consolidación de nuevos actores, prácticas y discursos políticos en el marco de los nuevos movimientos globales en los que se inscribe el 15M.

2. El papel de internet en el 15M

El uso activista de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) resulta cada vez más determinante en las prácticas, propuestas e imaginarios de los movimientos sociales y la sociedad civil.

Experiencias como la del movimiento zapatista (1994) y altermundista (1999), a las que han seguido otros muchos ejemplos de movilización con un destacado nivel de apropiación social de las TIC, como las protestas llamadas EDSA II de Filipinas (2001), el contragolpe de estado en Venezuela (2002), las revueltas estudiantiles contra el CPE en Francia (2005), la revolución islandesa (2008), la Primavera Árabe-africana (2010), los distintos Occupy en el mundo anglosajón, los disturbios en Reino Unido o la Geração À Rasca en Portugal (2011), el movimiento #Yosoy132 mexicano (2012) y, en el contexto español, el 13M (2004), el movimiento por la Vivienda Digna (2006) y finalmente el 15M, evidencian el papel determinante que vienen adquiriendo las TIC para los movimientos sociales que actúan en todo el mundo, así como el desarrollo táctico de las TIC por parte de esos movimientos.

La relevancia de internet en el 15M resulta evidente desde la propia convocatoria

6 Acrónimo de Democracia Real Ya!, plataforma convocante del 15M.

7 ¡Democracia Real Ya!; Comunicado de prensa de "Democracia Real Ya", 17 de mayo de 2011 Ver: <http://www.democraciarealya.es/prensa>

8 http://politica.elpais.com/politica/2011/08/03/actualidad/1312388649_737959.html

de la manifestación que dio nombre e inicio al movimiento. Siguiendo la estela de movimientos precedentes en el estado español, como las protestas del 13M convocadas mediante mensajes de teléfonos móviles (SMS) o el movimiento por la vivienda convocado a través de correos electrónicos, el 15 de mayo miles de personas acuden a la convocatoria difundida esta vez desde las redes sociales de internet (RSI).

Pero el papel de internet y las nuevas tecnologías va mucho más allá de la evidente utilidad de las redes para la convocatoria de la movilización que dio origen al 15M. Las redes sociales e internet forman también parte del entramado comunicativo en el que se constata la injusticia percibida de una crisis no solo económica, sino también política y cultural. Tanto en internet como en el resto de medios se difunde la información del contexto social que será motivo de la indignación expresada por el movimiento pero, sobre todo, internet será un espacio de debate, confrontación de ideas y opiniones e interpretación de una realidad percibida como injusta. Un espacio en el que la indignación individual será poco a poco compartida hasta generar un clima de opinión favorable a la movilización. Las redes sociales de internet –junto a otras formas de interacción social como las conversaciones informales con amigos, familia, compañeros y vecinos– tejerán un consenso previo pero necesario a la propia idea de movilización que luego ayudarán a organizar.

Desde esta primera fase latente del movimiento, los convocantes pasarán a una fase activa aunque aún públicamente invisible. La creación en la red social de Facebook de la Plataforma de Coordinación de Grupos Pro-movilización Ciudadana, antecedente de Democracia Real Ya, supone ya un trabajo militante en el que el germen del movimiento ya estará en marcha. Una actividad que se desarrollará casi por completo en internet antes de dar el salto al espacio público en la etapa visible que comenzará el 15 de mayo.

Por supuesto, la irrupción en el espacio físico no supondrá el abandono del espacio virtual. Si bien el encuentro físico en las calles de miles de manifestantes provocó un fuerte empoderamiento de los participantes, la Red siguió siendo imprescindible para cubrir y difundir la protesta, subrayando su significación y relevancia. Mediante una estrategia combinada de movilización callejera y difusión virtual de las protestas el movimiento logró irrumpir con fuerza en la agenda mediática y política que se había mostrado impermeable a la primera manifestación. Así lo refleja el primer intento de acampada en Sol⁹, el posterior desalojo policial y la difusión del mismo en las redes sociales, lo que aumentó la indignación y multiplicó la convocatoria para acampar nuevamente –esta vez de forma masiva– en la plaza, dando lugar a las espectaculares imágenes que, de manera similar a las de la plaza Tahrir en el Cairo, concentrarían inevitablemente la atención mediática.

La red sirvió entonces de complemento a la organización, primero de las acampadas y luego de las asambleas de barrio, así como para la difusión de nuevas protestas. Pero más allá del uso instrumental podemos destacar como la cultura, el lenguaje y los símbolos de internet impregnan tanto las prácticas como los discursos del movimiento. Caretas de Anonymous, pancartas que copian el lenguaje informático (“Error 404: Democracy not found”...), manifiestos “de código abierto”, lemas en formato hastag... No solo en la cultura, las posibilidades abiertas por internet influyen también en las propuestas del movimiento, como la de Democracia 4.0¹⁰ que pretende mejorar el sistema representativo incluyendo la participación directa de los electores a través del voto electrónico. Internet y las nuevas tecnologías no son pues una simple herramienta del

9 Plaza céntrica de la ciudad de Madrid que será el núcleo principal de las movilizaciones en la capital.

10 <http://demo4punto0.net>

movimiento quincemayista, están en el corazón del movimiento, explican en parte su surgimiento, hicieron posible su eclosión, constituyen una de sus principales estructuras organizativas, impregnan su cultura, su lenguaje y sus discursos y encarnan algunas de sus propuestas. En último término la Red simboliza otro mundo posible que los jóvenes movilizados contraponen al establecido. Frente a una democracia autoritaria y escasamente representativa, la democracia directa y participativa de las plazas; frente a unos partidos y sindicatos jerárquicos, burocratizados e inmovilistas, la frescura informal y la horizontalidad de las asambleas; frente al monopolio de la palabra de unos medios corporativos y unidireccionales, la multiplicidad de voces y conversaciones en internet.

“Internet es la democracia” llegará a afirmar una de las activistas. El 15M, en su reivindicación de una “democracia real”, identificará sus valores de horizontalidad, participación y libertad con la Red construida bajo esos mismos principios (Castells, 2001).

Si bien la idea de un público pasivo e indefenso frente al poder omnipresente de los medios (teoría de la aguja hipodérmica, escuela de Franckfurt...) ha sido poco a poco desbancada por teorías comunicativas que señalan cada vez más los límites de los efectos mediáticos y el papel activo de la audiencia en los procesos de recepción y emisión (efectos limitados, teoría de los dos pasos, usos y gratificaciones, Cultural Studies...), la teoría de la comunicación clásica no ha alcanzado aún a analizar realmente la trascendencia del cambio entre el modelo mediático tradicional y el modelo interactivo de los nuevos medios. La reinterpretación de los mensajes mediáticos por parte del público postulada por los Cultural Studies, la limitación de los efectos debida al filtro de la estructura social en la que se inscriben los receptores concebida por las teorías de doble flujo y la figura del líder de opinión e incluso las propuestas de la comunicación popular o alternativa que, superando la mera recepción activa, ya adelantan el intercambio de papeles de receptor a emisor, son insuficientes para abordar la magnitud del cambio. Y es que, a pesar de servir como una base fundamental para pensar los nuevos medios como internet, estas tradiciones teóricas son hijas de los medios de masas tradicionales definidos por su unidireccionalidad y una cada vez más matizada pero existente pasividad general del público receptor.

3. La comunicación del 15M en internet

La mayoritaria acogida del 15M por parte de la población, incluidos los perfiles de menor uso de los nuevos medios (en general los de mayor edad) certifican la pertinencia de las teorías citadas que postulan una recepción silenciosa y pasiva pero a la vez crítica del discurso dominante. Una actitud crítica percibida con sorpresa por las élites pero sentida individualmente por miles de personas. Es este el punto en el que internet juega un papel fundamental. Frente a la audiencia atomizada de los medios de masas tradicionales, internet conecta la indignación disgregada rompiendo el aislamiento de los receptores que comienzan a sentir que no están solos, que son muchos y que pueden hacer algo juntos, tal y como señalan las personas entrevistadas. De esta forma una activista destaca “cómo ha despertado una conciencia en cantidad de gente” ya que...“de repente pues a través de las redes sociales y todo esto nos hemos visto muy apoyados ¿no?, se ha extendido mucho más y entonces lógicamente el hombre cuanto más se mueve, evidentemente más fuertes nos sentimos”.

Internet permitió compartir la frustración percibida no solo por las informaciones recibidas a través de ella sino, sobre todo, de los medios de comunicación que aún

mantiene el protagonismo de la agenda pública.

La Red es ante todo el espacio que hizo posible el encuentro para pasar del enfado individual a la indignación colectiva y de esta a la acción. Así lo destaca un activista, para quien el principal valor del movimiento es “saber que no estás solo” y así lo ratifican el resto de participantes:

“durante mucho tiempo tú dices: bueno, y yo, ufl. Lees las noticias, estás en casa, hablas con tu mujer: «fíjate lo que está pasando en no sé dónde, fíjate éste lo que ha hecho, fíjate este fulano lo que ha dicho». Y llega el momento en que esos comentarios que haces a solas con tu mujer en tu casa y esa indignación que te produce ver las noticias y eso, la puedes sacar a la calle y compartirla con más gente, ves que no eres tú el único, que no eres el único, ni estás tonto, ni estás loco, ¿no? Es que hay más gente que piensa igual que tú, que a lo mejor los tontos y los locos son los que no lo ven como tú. Eso te, te... a mí me da un poquito de autoestima, por decirlo de alguna forma [...], de decir, bueno, no soy yo el tonto, ¿no?”

O como resume la siguiente cita:

“este movimiento sucede porque varias personas aisladas pensando que están locas en sus casas porque ya no están conformes con nada, de repente gracias a la Red se dan cuenta de que no están solas”

Melucci (1999) habla de la etapa latente y la etapa de actividad de los movimientos, Klandermans (1988) de la formación y la movilización del consenso, en ambos casos se da el paso desde la percepción de la injusticia y la formación de una identidad de grupo a la movilización real (que refuerza tanto el sentimiento de injusticia como la identidad colectiva). En el caso del 15M se observa el paso de esa fase latente en la que se forma el consenso a través de una definición de la situación compartida, construyéndose un marco de injusticia mediante el debate y la interacción social, tanto en el espacio físico (“estás en casa, hablas con tu mujer”, dice un activista) como en el virtual. Posteriormente el movimiento pasa a la acción, primero en la Red donde se organiza y coordina la convocatoria de la manifestación del 15 de mayo y luego en la calle, tanto antes de la manifestación como a partir de aquella.

A partir del 15 de mayo el movimiento inicia una batalla por su espacio en la agenda pública, tanto mediática como política y electoral en principio reacia a incluirlo. Una batalla de la que sale victorioso en la medida en que logra finalmente copar la agenda electoral, incluyendo numerosos temas en el debate público. El uso informativo y contrainformativo de la Red será crucial en esta etapa.

La denuncia a la labor de los medios masivos está presente en el 15M desde el inicio y la cobertura de la primera protesta es denunciada en las redes sociales como tergiversada y escasa. El 15M se consolida con la ocupación de la plaza del Sol de Madrid y la difusión del movimiento en las redes sociales como reacción a la más que tímida repercusión mediática de las manifestaciones del 15 de mayo (Candón, 2011). La cobertura de la emisora pública TVE –que relegó las masivas manifestaciones a la última noticia de contenido político del Telediario– y otros medios fue pronto denunciada en las redes sociales como Twitter, donde se difunden etiquetas como #noesnoticia, #silenciomediatico o #periodismorealya. Sitios como meneame.net recogen

comentarios como “está pasando y no lo están contando¹¹” o “en TVE siguen sin enterarse de que ha habido movilizaciones por todo el estado¹²”. Además de sitios de internet, los propios espacios de participación ciudadana en los medios convencionales son multiplicados en la Red, como el caso de “Cristina, la oyente que exigió a RNE respeto para los manifestantes del 15M¹³”, una de las noticias más votadas en meneame.net con 4.925 meneos y 18.537 visitas en el portal, a lo que habría que sumar las 605.787, 122.802 y 9.509 reproducciones solo en tres de los archivos subidos a YouTube. Cristina que empieza su intervención con la pregunta “¿estoy hablando con la radio pública?” critica duramente el tratamiento hacia el movimiento en la tertulia radiofónica.

A pesar del éxito notable de la manifestación del 15 de mayo, “podría haberse quedado en nada”, como afirma un activista. Sin embargo el empoderamiento de los participantes, unido a la indignación por el escaso eco de la manifestación en la prensa, impulsó nuevas movilizaciones en el espacio público, como el intento de acampar en Sol, reforzadas por la movilización en la Red. Acción en la calle, difusión en la Red, nuevas acciones... Ésta fue la dinámica de movilización física y virtual en la que una reforzaba a la otra hasta conseguir el protagonismo indiscutible en la esfera pública. Como relata un activista: “aprovechando los medios que teníamos de difusión, que quizás en otros tiempos no teníamos, Twitter, Facebook, no se qué, hubo la posibilidad de llamar, de hacer un llamamiento a la gente”.

Efectivamente, el sabor agridulce de la manifestación del día 15 estalló en una ola de indignación aún mayor gracias a la difusión del vídeo en el que la policía desaloja a los primeros ocupantes de Sol, no más de medio centenar, provocando un “efecto Streisand¹⁴” que llenó la plaza con miles de manifestantes. A partir de ese momento, ni los medios ni la clase política podrán ignorar al movimiento y las imágenes de la puerta del Sol repleta de manifestantes, un calco a las de la Plaza Tahrir en El Cairo, darán la vuelta al mundo.

El movimiento había conseguido entrar en la agenda de los medios tradicionales, e incluso ser el protagonista indiscutible durante varios días, superando así el primer filtro mediático, el de la visibilidad. Según la teoría de la agenda-setting (McCombs, 2006) los medios no tienen mucho poder de influencia sobre “cómo” piensa la gente, pero sí sobre en “qué” deben pensar. El movimiento había conseguido hacerse un hueco entre los temas de debate público e incluir en el mismo asuntos como la vivienda, la corrupción, la ley electoral, el rescate a la banca, etc.

Sin embargo el poder de los medios, en un desarrollo posterior de la teoría de la agenda, no se limita a establecer en “qué” piensa y debate la opinión pública sino también el “cómo” se piensa sobre los asuntos que forman parte de la agenda. El concepto de *framing* o enmarcado presta atención al tratamiento de los medios sobre los temas públicos y los actores sociales. En el caso que nos ocupa, si bien el movimiento quincemayista había logrado captar la atención mediática, debía aún luchar por obtener una cobertura favorable frente a los intentos de criminalización y desprestigio por parte de

11 <http://www.meneame.net/story/madrid-barcelona-ya-han-tomado-calle/00019>

12 <http://www.meneame.net/story/represion-brutal-policia-manifestacion-15-mayo-madrid/1#c-29>

13 <http://www.meneame.net/story/cristina-oyente-exigio-rne-respeto-manifestantes-15m>

14 El efecto Streisand es un fenómeno de internet en el que un intento de censura u ocultamiento de cierta información fracasa o es incluso contraproducente para el censor, ya que ésta acaba siendo ampliamente divulgada. Ver http://es.wikipedia.org/wiki/Efecto_Streisand

buena parte de la prensa y la clase política. La mayoría de los activistas juzgan críticamente el tratamiento que reciben por parte de los medios: “en la plaza se enfocaba al perroflauta liándose el cigarro, que era un cigarro y tú lo sabes y yo también pero la mayoría de la gente no lo sabe y entonces claro, allí tienes al perroflauta porrero, luego salían algunos con la cresta que iban por detrás”.

El propio término “perroflauta” popularizado por los medios con motivo del 15M, aunque luego reivindicado por algunos activistas o readaptado para definir a sus contrincantes (porraflautas, poliflautas, papaflautas...) ejemplifica el discurso despectivo hacia las protestas por parte de muchos medios.

Resulta difícil establecer hasta qué punto la información directa de las personas participantes en las redes sociales pudo contrarrestar las críticas en el sistema mediático tradicional o en que medida la propia audiencia consume de forma crítica los mensajes de los medios convencionales. Sí que parece evidente que la información más plural y directa a través de la Red juega algún papel en este sentido, por lo que los activistas son conscientes de la necesidad de usar la Red para crear medios alternativos que difundan una imagen más favorable al movimiento. Para los activistas la difusión de información en la Red es clave para romper el cerco mediático que, según su visión, acosa al movimiento.

El 15M plantea un salto en varios aspectos del que no hay vuelta atrás y uno de esos aspectos es el comunicativo. El 15M rompe con el monopolio de la verdad de los medios de comunicación. La gente ha sido tocada por el movimiento.

En términos de comunicación, los activistas perciben la brecha digital y la distinta visión de la realidad social que conlleva el consumo de información procedente de los medios convencionales o de internet. Un rasgo del 15M (y otros movimientos contemporáneos como Occupy en EE.UU. O #yosoy132 en México) es el protagonismo de una juventud familiarizada con las nuevas tecnologías, los llamados “nativos digitales” (Prensky, 2001), con un amplio conocimiento y una fuerte incorporación de las TIC en su vida cotidiana. En este sentido la siguiente activista afirma que: “el 15M es un movimiento nativo digital. Entiende lo que es la descentralización, la meritocracia, como organizarse on-line como formarse, formar, informar y auto-informarse”.

Los y las activistas del 15M entrevistados hacen continuas referencias al hecho de que la mayoría de la población, y en particular la de mayor edad, aún dependa de la información recibida por vías tradicionales, especialmente la televisión, y conozcan poco al movimiento o tengan una visión negativa del mismo: “el 15M están haciendo propuestas, está moviéndose, lo sabemos porque estamos, pero la gente eso no lo ve, la gente ve la información, los cuatro perroflautas, los cuatro no sé cuánto, que han roto tres cabinas de teléfonos y no sé cuánto, [...] es lo que ven, y ya está: la publicidad”.

“por mucho que nos duela, no llegas a la gente hoy en día. Hoy la gente, mucha gente, vive de las noticias de la televisión [...] No todo el mundo tiene acceso a internet. Mucha gente se informa por los periódicos, de lo que pasó por la televisión, entonces si en la televisión dicen qué según determinados temas, la gente se lo cree”.

La actual brecha digital, que en el contexto occidental es ante todo generacional, nos lleva a pensar en la profundización de los cambios provocados por la irrupción de internet en el futuro. Si la influencia de internet en la política se señala hoy como algo evidente¹⁵ el cambio demográfico podría llevar pronto a una mayoría de población

15 Un referente de la prensa mundial como la revista Time nombraba en 2011 al activista o manifestante (the protester) como “la persona del año”, por “combinar las viejas técnicas con

“nativa digital” que podría provocar cambios profundos en el modo de informarse y participar en los asuntos públicos.

4. El 15M y la democratización de los medios

Aunque la red sea el espacio comunicativo natural del movimiento quincemayista, éste hace un uso crítico y disruptivo de los medios tradicionales y entre sus propuestas y reivindicaciones de democratización se incluyen medidas que tratan de mejorar el modelo deliberativo de democracia mediante la democratización de los propios medios.

Entre las reivindicaciones del 15M encontramos medidas relacionadas con este concepto de democracia deliberativa, garantizando el acceso a los medios de comunicación, la libertad de expresión o la protección del periodismo de investigación. Así, en los ocho puntos del manifiesto de la plataforma convocante Democracia Real Ya¹⁶ y otras tablas reivindicativas encontramos el rechazo explícito a la ley Sinde y al control de internet. Democracia Real Ya incluye también la “protección de la libertad de información y del periodismo de investigación” que parece inspirada en el caso de Wikileaks y las medidas propuestas en Islandia. En las demandas de la acampada de Barcelona¹⁷ encontramos además la “eliminación de las trabas legales que impiden ejercer el derecho de emisión de los medios comunitarios libres y sin ánimo de lucro”, que responde a la tradición de medios comunitarios en Cataluña, así como la “eliminación de los monopolios de facto de los espacios radioeléctricos”. Podemos incluir también en este apartado la iniciativa Periodismo Real Ya, en la que profesionales de la comunicación plantean reivindicaciones relacionadas con la profesión y el derecho ciudadano a la información. Medidas de transparencia en la información pública, como los sueldos de los cargos electos y otras similares, también podrían encuadrarse en este conjunto de iniciativas encaminadas a favorecer un modelo de democracia deliberativa en el que la ciudadanía pueda participar en los debates públicos con libertad y acceso a los medios y la información necesaria para ello.

Al calor del 15M surgirán además proyectos de información alternativa en los que colaborarán periodistas profesionales y activistas sociales, como el periódico La Marea y multitud de webs y blogs periodísticos.

La comunicación será por tanto no solo una herramienta del movimiento para hacerse visible y comprensible, especialmente mediante el uso y apropiación de las TIC, será también uno de los temas de debate político en su propuesta de democratización de la política y la sociedad. Bajo el marco general de la democracia “real” el movimiento conjugará propuestas en torno a la recuperación de soberanía (referéndums obligatorios para toda introducción de medidas dictadas desde la Unión Europea), la mejora de la democracia representativa (modificación de la Ley Electoral, mecanismos de democracia interna en los partidos políticos y listas abiertas) y la apertura de cauces de participación directa (referéndums obligatorios y vinculantes, iniciativas legislativas populares, democracia 4.0). Experimentará con formas de democracia radical (asambleas, búsqueda de consenso, rotación de portavoces, participación directa, desobediencia civil no violenta, bienes comunes) y propondrá las medidas citadas para establecer una auténtica democracia

las nuevas tecnologías para prender una luz en la dignidad humana y, finalmente, por conducir el planeta hacia caminos más democráticos”

16 <http://www.democraciarealya.es/documento-transversal>

17 <http://acampadabcn.wordpress.com/demandes>

deliberativa.

5. Conclusiones

La principal conclusión de este texto es que internet es mucho más que una herramienta de comunicación utilizada por el movimiento. Es también su infraestructura organizativa y un medio para la participación de los activistas en los debates y acciones del movimiento. Pero incluso más allá de su uso instrumental, internet encarna los valores del 15M y los activistas se identifican con la Red, se implican en su defensa e influyen en su propio desarrollo. Para el 15M, parasafreando a McLuhan, “el medio es el mensaje” y como resume una de las activistas “internet ha sido fundamental, sin internet no sería posible todo esto”.

El 15M es protagonizado especialmente por los jóvenes familiarizados con el uso de las nuevas tecnologías. Jóvenes desclasados que no se identifican en términos clásicos y que rechazan su afiliación a partidos y organizaciones políticas tradicionales ante las que manifiestan profundas reservas. Jóvenes que podemos denominar “nativos digitales” (Prensky, 2001) con un amplio conocimiento y una fuerte incorporación de las TIC en su vida cotidiana.

Postulamos que movimientos como el 15M materializan un conflicto tanto intergeneracional como intermediático.

- Intergeneracional porque evidencia la fractura entre, por una parte, la cultura política hegemónica (la cultura de la transición, ver Guillem Martínez, 2012), unas instituciones y organizaciones políticas anquilosadas (el “PPSOE”, la corona...) e incluso organizaciones tradicionales de protesta como ONG o sindicatos y, por otra parte, una nueva generación que rechaza tanto los valores como las formas organizativas clásicas, abrazando nuevos referentes como el asamblearismo y culturas políticas que promueven el hacer local y descentralizado (tradiciones libertarias y anarquistas, movimiento autónomo, nacionalismos periféricos, localismos como referencia de la acción de protesta en España).
- Intermediático porque la estructura jerárquica, la difusión unidireccional y la recepción pasiva de los medios de masas tradicionales se identifica con un sistema político igualmente vertical, autoritario y meramente delegativo, tanto en las instituciones estatales como en las organizaciones políticas o sindicales, mientras que el modelo horizontal, interactivo y abierto de internet se identifica con las formas de organización horizontales, participativas e informales de los nuevos movimientos y los nuevos medios sirven a los activistas para convocar, organizar y difundir su protesta, contrarrestando el poder de los medios tradicionales para determinar la agenda pública y la percepción de los acontecimientos (Candón, 2011).

Podemos, atendiendo a esta doble fractura generacional y mediática, definir a los protagonistas del 15M como “joveNets” cuya cultura política, valores y formas de organización y de intervención política se desmarcan de la cultura hegemónica en la que intervienen, preconfigurando quizás la nueva sociedad que se abre paso en la era de la información.

El movimiento expresa una aspiración democrática: “democracia real ya”. En su base, manifiesta una reivindicación común de “democracia radical” (Calle, 2011) frente a la desafección por una democracia autoritaria y formalista que no satisface los deseos y necesidades de buena parte de la población. Una nueva democracia que para ser “real”, “auténtica”, requiere de una ciudadanía bien informada a través de un sistema de comunicación abierto, plural y participativo que de cabida a todas las voces.

Internet será un medio para expresar estas demandas, pero también un modelo de inspiración para la sociedad que se quiere construir. Una sociedad libre, abierta, horizontal y participativa como la Red.

6. Referencias

CALLE COLLADO, Angel (2011) *Democracia Radical*. Barcelona, Icaria.

(2005) *Nuevos Movimientos Globales. Hacia la Radicalidad Democrática*. Madrid. Popular.

(2013) *La Transición Inaplazable. Los nuevos sujetos políticos para salir de la crisis*. Barcelona, Icaria.

CALLE COLLADO, Ángel y CANDÓN MENA, José (2013) “Sindicalismo y 15M”, en CRUELLS, Marta e IBARRA, Pedro (2013) *La democracia del futuro: Del 15M a la emergencia de una sociedad civil viva*. Barcelona, Editorial Icaria. Págs.: 151-186.

CANDÓN MENA, José (2009) “Smart mobs y mensajes en cadena. Aproximación teórica a las convocatorias «espontáneas» de movilización social mediante redes telemáticas”, en *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación (Redes.com)*, No 5, 2009, Universidad de Sevilla. Págs.: 255-281. <http://www.revista-redes.com/index.php/revista-redes/article/view/164>

(2009) “Usos de Internet para la organización de los movimientos”, en *Actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad “Crisis analógica, futuro digital”*, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009. http://www.cibersociedad.net/congres2009/actes/html/com_usos-de-internet-para-la-organizacion-de-los-movimientos_918.html

(2010) *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*. Tesis doctoral. Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad Complutense de Madrid en el curso académico 2010-2011. Director Félix Ortega Gutiérrez. <http://eprints.ucm.es/12085>

(2011) “La dimensión híbrida del movimiento del 15M: Entre lo físico y lo virtual”, en *Actas del V Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad “Hybrid Days”*, celebrado del 15 de octubre al 31 de noviembre de 2011. <http://es.hybrid-days.com/content/la-dimensi%C3%B3n-h%C3%ADbrida-del-movimiento-del-15m-entre-lo-f%C3%ADsico-y-lo-virtual>

(2011) “La batalla de la agenda: De las redes sociales a la agenda mediática, política y electoral”, en *Actas del V Congreso Periodismo en Red*, Universidad Complutense

de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo II, celebrado del 15 al 16 de noviembre de 2011. Págs.: 217-227.

<http://bookcamping.cc/referencia/2169-la-batalla-de>

(2012) "Ciudadanía en la red: Poder y contrapoder en los medios de comunicación", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico (EMP)*, Vol. 18, No 2. Julio-Diciembre. Universidad Complutense de Madrid. Págs.: 679-687.

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41039>

(2012) "Soberanía tecnológica en la era de las redes", en *Revista Internacional de Pensamiento Político (RIPP)*, No7, 2012. Laboratorio de Ideas y Prácticas Políticas (LIPPO) de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Págs.: 73-92.

(2013) "Movimientos por la democratización de la comunicación: Los casos del 15-M y #yosoy132", en *Razón y Palabra*, No 82, Marzo-Mayo 2013. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México.

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/32_Candon_V82.pdf

http://www.oefg.at/text/veranstaltungen/conf_civil_society_democracy/candon_redondo.pdf (2013) "Movimientos Sociales y procesos de Innovación. Una mirada crítica de las redes sociales y tecnológicas", en SIERRA CABALLERO, Francisco (coord.)

(2013) *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona, Gedisa. Págs.: 233-256.

(2013) *Toma la calle, toma las redes: El movimiento 15M en Internet*. Sevilla, Editorial Atrapasueños.

CANDÓN MENA, José y REDONDO ESCOBAR, Diana (2012) "The Internet in the social mobilization: The conquest of the public sphere. The role of the Internet in the planning and development of the 15-M Movement", in *Conference Civil Society and Democracy*. Working Group on Democracy of the Austrian Research Association. Vienna, November 9-10, 2012.

http://www.oefg.at/text/veranstaltungen/conf_civil_society_democracy/candon_redondo.pdf

(2013): "Redes digitales y su papel en la movilización", en CRUELLES, Marta e IBARRA, Pedro (2013) *La democracia del futuro: Del 15M a la emergencia de una sociedad civil viva*. Barcelona, Editorial Icaria. Págs.: 103-129.

CASTELLS, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad*. Barcelona, DeBolsillo.

FREEMAN, J. (1972) "The Tyranny of Structurelessness", *The Second Wave*, Vol. 2. No. 1, 1972, p. 20; *Berkeley Journal of Sociology*, Vol. 17, 1972-73, pp. 151-165.

GUILLEM MARTÍNEZ (ed.) (2012). *CT o la cultura de la transición: Crítica a 35 años de cultura española*. Barcelona, De Bolsillo.

KLANDERMANS, B. (1988). "The Formation and Mobilization of Consensus", en KLANDERMANS B., KRIESI H. y TARROW S. (eds), *International Social Movements Research. Supplement to Research in Social Movements, Conflicts, and Change. vol,1*. Greenwich, Connecticut, JAI Press.

MARÍ SÁEZ, V. y SIERRA CABALLERO, F. (2008). "Capital informacional y apropiación

social de las nuevas tecnologías. Las redes críticas de empoderamiento local en la Sociedad Europea de la Información”, *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, Nº. 74, págs: 126-133.

MCCARTHY, J. y ZALD, M. (1973). *The Trend of Social Movements in America. Professionalization and Resource Mobilization*. Morristwon, Nj, General Learning Press.

MCCOMBS, M. (2006) *Estableciendo la Agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona, Paidós.

MELUCCI, A. (1999). *Acción Colectiva, Vida Cotidiana y Democracia*. México, El Colegio de México.

PERRY BARLOW, John. (1996). *Declaración de independencia del ciberespacio*.

PRENSKY, M. (2001) “Digital natives, digital immigrants”, *On the Horizon* 9 (5): 1-6.

<http://dx.doi.org/10.1108/10748120110424843>

<http://dx.doi.org/10.1108/10748120110424816>