Gobiernos en la calle y ciudadanos en las redes sociales

POR **JOSÉ SIXTO GARCÍA**

Las recientes movilizaciones sociales acontecidas nos han recordado que la ciudadanía es la verdadera depositaria del poder y que las nuevas tecnologías de interacción social conceden a los ciudadanos mayor soberanía. En el siguiente artículo se analizan las afectaciones de estos cambios en el ámbito periodístico.

La coyuntura de los movimientos sociales actuales se caracteriza por una enorme ausencia de espacios de socialización política. En los últimos años los partidos políticos han ido dejando atrás sus tareas formativas, socializadoras e identitarias a cambio de un papel cada vez más institucional. Han abandonado la integración a favor de la institución.

Orígenes de un mundo en red

Años atrás los partidos políticos, puede que con el objetivo de integrar a las masas, desarrollaban y mantenían asociaciones y redes que cubrían muchos de los aspectos de la vida cotidiana de la ciudadanía, elaborando identidades colectivas y focalizando aquellos temas o asuntos cuya presencia era obligatoria en la agenda política. Seleccionaban, reelaboraban, transformaban u omitían los temas de interés y, por tanto, ordenaban la agenda política desde las mismas bases (Pizzorno, 1996).

Pero además, en segundo lugar, la coyuntura de los movimientos sociales viene favorecida por la capacidad de acceso a áreas institucionales, debido a que la lógica de gestión multinivel facilita el contacto con alguno de los interlocutores presentes en el espacio de toma de decisiones (McCarthy, 1999). Esto entronca directamente con la noción de gobernanza (*governance*), que expresa una concepción de gobierno en la que el Estado ha perdido el control monopólico de los recursos, lo que deriva en que el resultado final de cualquier política

Fundación Telefónica
Telefónica

ya no sea percibido solamente como el efecto de un gobierno o una administración, sino como la interacción constante entre agentes sociales de diverso tipo.

Sin embargo, hasta ahora los movimientos sociales de resistencia global prácticamente no habían tenido acceso a las élites políticas ni económicas, que con frecuencia los tildaban de marginales, conflictivos y esporádicos. No obstante, los últimos acontecimientos sucedidos, como las revueltas árabes o el 15-M, nos ofrecen una visión de la realidad diferente, donde la movilización social llegó incluso a derrocar a líderes y gobernantes y a acabar con dictaduras de más de treinta años de historia, como en el caso egipcio.

En este cambio evolutivo tienen mucho que ver la innovación tecnológica y las nuevas formas de comunicación que ha ido desarrollando la sociedad, que permiten hacer públicas -y compartidas- las preocupaciones y las ansias que hasta ahora eran celosamente privadas. Sin los nuevos entornos digitales de participación e interacción ciudadana propios de la Web 2.0, la movilización hubiera sido mucho más tímida y recatada y, de hecho, hay incluso quien afirma que sin ellos no se hubiera producido nunca una convocatoria popular tan amplia (Vallespín, 2011).

Entre los medios sociales (*blogs*, *microblogs*, *wikis*, etc.), sin duda las redes sociales destacan sobre los demás, tanto por sus posibilidades comunicativas como por marcar un antes y un después en la historia de la comunicación y de la política. El principio de esa historia queda asentado en la campaña electoral de 2008 del presidente Barack Obama; el siguiente eslabón en las movilizaciones sociales y el resto de argollas todavía le corresponde al futuro identificarlas.

No podemos olvidar que Wikileaks también marcó un importantísimo punto de inflexión en lo que será la historia del presente. Wikileaks puede definirse como una organización mediática internacional sin ánimo de lucro que difunde en su página web informaciones anónimas y filtradas con contenido que se presupone de interés público y siempre bajo *off the record*. Desde los comienzos de su actividad en 2007 y hasta la fecha, sus acciones más destacadas se centraron en la actividad exterior de EEUU, sobre todo en relación con las guerras de Irak y Afganistán. Pero, en cualquier caso, desde los papeles de Afganistán e Irak hasta los cables del Departamento de Estado, lo que confirman estas filtraciones es que la información internacional ya no es solo un asunto de expertos y que para el tratamiento informativo cada vez se hace más imprescindible el análisis, de modo que una filtración resulta incomprensible sin un trabajo analítico.

Wikileaks vuelve a reivindicar al periodista que analiza, interpreta y contextualiza la información o, en otras palabras, evidencia que no cualquiera puede ser periodista, por más que difunda opiniones en una red social, aporte documentación sobre cualquier asunto o comente en directo cualquier tipo de acontecimiento. Los indignados, en este sentido, al reportar en vivo y en directo sus acciones a través de las redes sociales, actuaron como protagonistas y testigos del movimiento, pero nunca como periodistas, puesto que periodista es aquel que además de contar un hecho está capacitado para interpretarlo, analizar sus causas y sus consecuencias y, en definitiva, aportar al público un relato valioso. Este fenómeno se reprodujo claramente en la explicación de los cables del Departamento de Estado norteamericano, donde los periódicos se

Fundación Telefónica
Telefónica

vieron obligados a volver a echar mano de sus buenos profesionales, capacitados y formados para interpretar la información en el marco que correspondía.

Gobiernos en la calle y ciberactivismo político

Por oposición a los denominados partidos de masas (Caciagli, 1991), que generaban un mundo negro o blanco, de 'con ellos o contra ellos', que implicaban necesariamente un proceso de socialización e internacionalización de procedimientos que canalizaban demandas y conflictos, los partidos de hoy en día se han ido separando o alejando de la sociedad y concentrando sus preocupaciones en lo que se conoce como 'tareas eficientes' (Katz y Mair, 1995) de la política representativa; es decir, reclutar élites, formular políticas públicas u organizar elecciones periódicas, todo ello bajo lo que se consideran comportamientos legítimos o admisibles en ese contexto específico de actividad (Rittberger, 1993).

Un movimiento social surge porque existen tensiones estructurales que generan la vulneración de determinados intereses y porque la voluntad de enfrentarse a esta vulneración no la asume ninguno de los actores colectivos existentes, ya sean partidos o grupos de interés. En este sentido, los movimientos sociales son una forma de acción política colectiva que supone e implica la preexistencia de un conflicto que trata de resolverse a través de la movilización.

Cuando esa gente que no está satisfecha ni con el orden social existente ni con cómo se regulan y resuelven los conflictos que de él emergen (Martí i Puig, 2003) se moviliza para enfrentarse a la vulneración de tales intereses a través de formas organizativas horizontales, participativas, solidarias, con un alto nivel de integración simbólica (Ibarra, 2000), ahí aparece el actor político colectivo al que llamamos movimiento social (Klandermans, 1994).

Quizá el primer caso que en España podemos calificar como ciberactivismo político se produjo entre los atentados del 11-M en Madrid y las elecciones generales que se celebraban tres días después, el 14 de marzo de 2004. El sábado 13 de marzo, en jornada de reflexión, miles de jóvenes se convocaron a través de mensajes cortos de texto (SMS) para protestar contra la información que estaba ofreciendo el gobierno de José María Aznar sobre la autoría de los atentados.

A este fenómeno de movilización instantánea organizada o *flash mob*, únicamente le precedían en nuestro país la exigencia de un Nunca Máis tras el hundimiento del petrolero Prestige frente a las costas gallegas en 2002 y el grito de 'No a la guerra' que poco tiempo antes había desatado la invasión de Irak entre la población española. La sensación de impotencia generada por los atentados del 11 de marzo despertó una reacción conjunta de la ciudadanía, que por aquel entonces se valió de los medios tecnológicos que consideró menos manipulables para ejercer su derecho a la expresión y opinión sin censura. Rheingold (2004) entendió el caso de los *flash mobs* como un nuevo medio de organización social, cultural y política en ciernes, cuyo potencial era comparable al de la imprenta o el alfabeto.

Decía Tilly (1978) que cada grupo tiene una historia y una memoria propias de la acción colectiva y que, en consecuencia, la gente no emplea rutinas de acción colectiva que desconoce, sino que las rutinas son productos culturales que, aunque son difíciles de cambiar,

Fundación Telefónica
Telefónica

evolucionan. Pues bien, siete años después del 11-M, la intención ciudadana es muy similar y a ello hay que añadir que la tecnología ofrece a los ciudadanos la posibilidad de actuar como lo hicieron antaño, pero con la diferencia de que los mecanismos de propagación y viralidad son mucho más extensos y efectivos y, además, a coste cero, es decir, sin la obligación de reportar beneficios a las compañías de telefonía móvil, también en el punto de mira en los últimos años. Las redes sociales han dejado obsoleto al SMS y el mensaje en cadena distribuido entre la red de contactos físicos ha derivado en el mensaje comentado por la red de contactos virtuales.

La exigencia de una Democracia Real

La plataforma Democracia Real había sido creada por el abogado Fabio Gándara, entre otros, a través de las redes sociales. El ideario del movimiento se basó desde el primer momento en una realidad que ponía en duda el sistema capitalista mundial, sobre todo desde la caída de Lehman Brothers y el fracaso de las conocidas 'hipotecas basura', pero que a España le afectaba particularmente por contar con un modelo productivo frágil y asentado en la inestabilidad del ladrillo. A ello se suma la enorme tasa de paro, que duplica a la europea y que afecta de manera violenta a la juventud, la fragilidad de las arcas públicas y un sistema político prácticamente bipartidista que desmerece la calidad democrática.

El 15 de mayo de 2011, miles de personas se concentraron en 60 ciudades españolas para protestar contra una situación política, social y económica que consideraban injusta, fraudulenta e insostenible. La protesta pronto se expandió por Europa y América, poniendo de manifiesto las contradicciones de un capitalismo económico y un liberalismo político en crisis (Pinilla, 2011).

Bajo la convocatoria de '¡Democracia real Ya!' y el lema 'Europa para los ciudadanos y no para los mercados: no somos mercancía en manos de políticos y banqueros', a la marcha por las calles de Madrid le sucedió una sentada en la Puerta del Sol que acabó en una acampada multitudinaria. La acampada en Sol de los denominados 'indignados' se consolidó durante la semana previa a las elecciones municipales del 22-M, aunque acabó por prolongarse durante varias semanas tras los comicios. A ella le sucedieron otras en diferentes lugares de la geografía española y europea y posteriormente en otras ciudades como Nueva York o Washington.

Puede que los indignados se inspirasen en el libro Indignaos de Stephan Hessel, que saca a relucir las contradicciones y refutaciones de un sistema capitalista abocado al fracaso. Según el autor, el siglo XXI supone el principio del fin de una exitosa etapa capitalista cuyos excesos comienzan a pasarle factura y, por ello, anima a no «claudicar ni dejarse impresionar por la dictadura actual de los mercados financieros que amenaza la paz y la democracia» (Hessel, 2011, p. 26). Tras la desaparición del patrón oro, ni el dinero ni el petróleo, los dos combustibles que alimentaban el capitalismo, circulan con fluidez por el sistema, lo que deriva en un descenso de la productividad y de la producción, en un endeudamiento de los Estados y, en definitiva, en la imposibilidad de sostener el Estado del Bienestar que definía a la Europa actual.

Las concentraciones en apoyo del movimiento Democracia Real no tardaron en traspasar las

Fundación Telefónica
Telefónica

fronteras españolas y se expandieron por todos los continentes. En Budapest, por ejemplo, cientos de jóvenes indignados se reunieron ante la embajada española con carteles como '¡Estamos hartos!', 'El sistema no funciona. Tenemos que cambiarlo por otro mejor que nos representa a todos' o '¡No aguantamos más!'. En Varsovia varios jóvenes reclamaron 'una democracia real, de verdad, participativa' y en Viena, por poner otro ejemplo, los manifestantes canturrearon consignas como 'Queremos un pisito como el del principito' o 'lo llaman democracia y no lo es'.

Los fundamentos del 15-M

Uno de los representantes de los indignados checos, Daniel Vázquez, declaró a *Radio Praga* que el 15-M no era una concentración contra el gobierno de España ni contra un partido concreto, sino contra el mal uso que los políticos están haciendo de la democracia. En el país vecino, en Portugal, estudiantes y trabajadores se congregaron en la plaza del Rossio en Lisboa para pedir también cambios en el sistema económico y político. A estas concentraciones se sumaron otras ciudades como Londres, París, Roma o Berlín.

Fuera de Europa hubo concentraciones en varios países, incluso en algunos tan alejados como Taiwán. En Israel varios cooperantes se congregaron frente al consulado de España después de marchar por el barrio palestino de Sheij Yarraj para corear frases como 'Nadie se esperaba, España en la Intifada' o 'El pueblo no se calla, sabemos lo que falla'. También hubo manifestaciones en Rabat y Tánger en Marruecos, donde se exhibieron carteles similares a los que se podían ver en las calles españolas. En Rabat la manifestación fue respaldada por la presidenta de la Asociación Marroquí de Derechos Humanos y por uno de los miembros del Movimiento 20 de febrero, que ha organizado varias manifestaciones en el país reclamando democracia y libertad para Marruecos.

Los españoles residentes en Turquía también se concentraron delante del consulado español de Estambul para «cambiar el sistema y que la gente se inicie en el activismo y se motive». Desde Facebook, los grupos Democracia Real NYC y Democracia DC convocaron reuniones en EEUU y Canadá. En el Washington Square Park unas 200 personas bailaron al son de 'No es crisis, es estafa' y en Chicago unos 50 españoles protestaron ante el consulado. También en México y Argentina se escucharon lemas como 'El sol también sale en México' o 'los exiliados por la crisis con el corazón en Sol'.

Los profesores Víctor Sampedro y José Manuel Sánchez (2011) consideran que el movimiento del 15-M se fundamenta en tres grandes premisas:
– La horizontalidad de prácticas, organización y generación de propuestas responden al concepto de devolución, de manera que todo lo trabajado debería retornar al movimiento para difundirlo y retroalimentarse de forma cooperativa, dando el gran salto hacia abajo que implica el traslado de las acampadas a las asambleas de barrio para perseguir una cultura política radical.
– El cambio y el dinamismo, en el sentido de que la composición y la organización del movimiento se basaron en lógicas en constante transformación debido al crecimiento de participantes y a las necesidades de deliberación.
– La ausencia de liderazgos comprobada en la rotación de portavoces, en la falta de jerarquías

Fundación Telefónica
Telefónica

internas y en la variación de la voz de los acampados responde a la doble vulnerabilidad de los movimientos sociales y a la de las prácticas políticas digitales.

Por su parte, Alfonso Pinilla (2011) resume en dos las ideas entorno a las que se ha articulado el movimiento del 15-M. En primer lugar, la crítica al sistema capitalista por su competencia y codicia excesivas que ha provocado situaciones de desigualdad entre las personas, que emana en manifestaciones, altercados y lucha contra los poderes establecidos; y, en segunda instancia, la crítica al sistema político de la democracia española, centrado en un férreo bipartidismo, una ley electoral regida por la ley D'Hondt que favorece a los partidos mayoritarios y a los nacionalistas, corrupción entre su clase política y una estructura de Estado insostenible por su excesivo gasto público.

Redes sociales para gobernar desde la calle

Explica Ferreras (2011) que ya antes del 15-M el profesor Orihuela había pronunciado en el cierre del *Congreso iRedes* en febrero de 2011 que los partidos políticos ganarán o perderán las elecciones con los medios sociales -no gracias a, ni por culpa de, sino con las redes sociales- y además que los que ganen tendrán que gobernar con ellas; y apostilla Ferreras que la clase política tendrá que escuchar la conversación y los flujos de información que se produzcan en esos ambientes. Efectivamente, la Red es la plaza (Sampedro y Sánchez, 2011).

Pilar Velasco (2011) recoge el manifiesto de los indignados en 25 propuestas, que son las siguientes: Del absolutismo al bipartidismo; Entre capullos y gaviotas, nos han tomado por idiotas; Políticos, hoy es vuestro día de reflexión; Políticos y jueces: somos vuestros jefes y os estamos haciendo un ERE; *Spain is different, not indifferent*; Ni cara a ni cara b: queremos cambiar de disco; Violencia es cobrar 600 euros; ¡A la puta calle!, les dijeron. Y eso hicieron; Esta operación no tiene comisión; Si tú les pagas la deuda, que ellos paguen tu hipoteca; Me sobra mucho mes al final del sueldo; La banca, al banquillo; Y a estos, ¿quién cojones les ha votado?; Ellos son el capitán. Nosotros somos el mar; El FMI nos jode a tod@s, no solo a las camareras; Cerrado por revolución. Disfruten las molestias; No somos mendigos: practicamos para el futuro; No estamos llamando a la puerta: la estamos tirando; Gracias, mamá: esto es lo que me has enseñado; ¿Qué les vas a decir a tus hijos cuando te pregunten? ¿Qué, estabas viendo la tele?; Me gustas, democracia, pero estás como ausente; Si es bueno para ti, no es bueno para nosotros; La ignorancia del ciudadano da la victoria a los tiranos; Chorizo ibérico: liquidación; Estoy buscando mis derechos. ¿Alguien los ha visto?

La plataforma Democracia Real Ya empleó las redes Facebook y Twitter -dos redes de ocio (Sixto, 2011)- para convocar a los ciudadanos y hacerles partícipes de su ideario y sus propuestas de actuación. Su página oficial en Facebook contó con más de 420.000 seguidores y casi 38.000 personas que hablaron de este asunto en la Red. En la propia web de la plataforma [1] ofrecen enlace a diferentes *blogs* de grupos locales, los cuales tienen también presencia en Facebook aunque no aparecen vinculados desde la web oficial. Esto entronca con las consideraciones de Gutiérrez-Rubí (2011) acerca del resurgimiento de un nuevo espacio público como consecuencia de la utilización de las redes y de Internet para la acción cívica, en consonancia con la pérdida por parte de los políticos del privilegio exclusivo de la acción política.

BY NC ND

Lo que está claro es que los desarrollos tecnológicos en la forma de comunicarnos en general y en los medios de comunicación en particular sitúan a los medios tradicionales en una posición de férrea competencia con los nuevos medios *on line* (Lovink y Riemens, 2010). De hecho, al examinar las claves del 15-M, Carlos Taibo (2011) interpreta que en su aparición tuvo que ver, en primer lugar, la innegable capacidad de los organizadores para manejar las redes sociales; y luego, el descontento general propiciado por los recortes, el paro o la corrupción; el caos en las universidades provocado por la implantación del Plan Bolonia; las elecciones autonómicas y municipales del 22 de mayo; el eco simbólico de las revueltas árabes y de las protestas en Portugal, Grecia e Islandia; la afluencia masiva a las manifestaciones convocadas para el 15 de mayo, lo que generó expectación y atracción y, finalmente, el trabajo realizado durante décadas por los movimientos sociales críticos.

Ahora bien, que la acción colectiva puede generar oportunidades cambiando, por ejemplo, marcos legislativos o administrativos que sirven para reestructurar las bases institucionales o relacionales del sistema político (McAdam, 1998) es una evidencia. Lo que no lo era tanto es que esta vez el cambio se buscase en y con las redes sociales. Si bien muchos acusaban a Facebook o Twitter de favorecer el abandono de la realidad en pos de un mundo insustancial, las herramientas de las redes sociales no tardaron en demostrar su enorme potencial y la organización social que en España había resultado inviable hasta entonces se hacía ahora posible gracias a Internet (Álvarez, Gallego, Gándara y Rivas, 2011). También en paralelo los medios de comunicación convencionales ya no muestran su tradicional eficiencia para llegar a una ciudadanía (Martínez, 2008) que cada vez dispone de más información y criterios para poder analizarla y crear su propia opinión.

Antecedentes en la apertura de gobiernos e incidencia en la producción informativa

El 15-M nació en las redes sociales. Alentados por lo que había ocurrido en Túnez, Egipto o Marruecos, los indignados españoles empezaron a gestar en febrero de 2011 el proyecto Democracia Real Ya. El proyecto, una plataforma de coordinación de grupos ciudadanos abierta a ciudadanos de cualquier edad y no solo a jóvenes, intentó desde sus inicios hacer ver a los demás que era necesario reaccionar contra lo que consideraban tropelías y excesos por parte de los poderes políticos y financieros.

Al principio el movimiento se integraba por unas decenas de internautas que discutían sobre qué podrían hacer y cómo actuar, pero poco a poco fueron creciendo gracias a la difusión que permitían las redes sociales y, finalmente, tomaron las calles siete días antes de las elecciones municipales y autonómicas del 22 de mayo (Álvarez et al., 2011). Esa misma noche, en medio de desalojos y altercados con la policía, la *Spanish Revolution* ya era *trending topic* en Twitter (Velasco, 2011). A partir de ese momento se consiguió que miles de personas defendiesen sus derechos en las redes sociales y replanteasen el funcionamiento mundial y de España, llevando de nuevo la política al ágora abierta que supuso Internet.

Las primeras etiquetas o *hashtag* identificadas fueron #Nonosvamos y #democraciarealya y, luego, #15M. La concentración de la Puerta del Sol provocó la aparición de #acampadasol y a ella siguieron otros ejemplos vinculados a otras ciudades españolas donde también se sucedían las movilizaciones como Barcelona (#acampadabcn), Valencia (#acampadavlc),

Fundación Telefónica
Telefónica

Granada (#acampadagranada), Zaragoza (#acampadazgz) o Bilbao (#acampadabilbao), hasta llegar, finalmente, a ese tránsito de lo local/nacional a lo global con el surgimiento de #globalcamp.

A la vez que las movilizaciones se propagaban por toda la geografía, los investigadores también pudieron comprobar cómo esa radiación se reproducía en Twitter. De hecho, el día de comienzo del estudio, el 25 de abril, el asunto del 15-M acaparó la atención de 2.123 usuarios; el propio 15 de mayo la cifra de usuarios había ascendido ya a 4.544 personas y el día de las elecciones, el 22 de mayo, ya eran 45.731 los usuarios partícipes, aunque a partir de esa fecha su evolución ya no fue tan notoria y el crecimiento se produjo de manera más lenta.

Un ejemplo de cambio en las rutinas de producción informativa

Un estudio realizado por el Instituto Universitario de Investigación en Biocomputación y Sistemas Complejos (BIFI) de la Universidad de Zaragoza y la empresa Cierzo Development [2] rastreó todos los mensajes intercambiados en Twitter entre usuarios que contenían información vinculada con el 15-M y detectó más de 580.000 mensajes procedentes de casi 88.000 usuarios entre el 25 de abril y el 26 de mayo de 2011, lo que vuelve a certificar que se trató de un movimiento espontáneo no manipulado que siguió un proceso de expansión viral. Para el análisis utilizaron herramientas computacionales y estrategias propias de redes complejas.

Las aportaciones de los indignados acabaron accediendo también a los medios de comunicación tradicionales y supusieron un ejemplo de cambio en las rutinas de producción informativa y una reconfiguración del *newsmaking*. A pesar de que algunas voces, quizás bastantes, criticaron el uso desmesurado y descontrolado de las redes sociales ligado a la incapacidad para discernir entre el rumor, lo real y la falsedad, lo que es innegable es que las redes sociales a día de hoy son ya parte imprescindible del panorama mediático, no solo como soporte de difusión o herramienta de participación en los contenidos y contacto con las fuentes sino, además, como voz de una audiencia que también es fuente sine qua non en la elaboración de los contenidos informativos.

La capacidad del individuo para erigirse en emisor de mensajes difundidos en red con una potencialidad universal hace que la opinión publicada tenga cada vez una mayor influencia en la opinión pública. De lo que no hay duda es que un movimiento que nació y creció en Internet alcanzó repercusión mundial, al tiempo que los ciudadanos se convirtieron en protagonistas y fuentes de la noticia y la noticia circuló por la red social hasta entrar inevitablemente en las máquinas de la producción informativa tradicional.

Reconocida la transcendencia de todas las redes sociales en el desenvolvimiento del 15-M, tanto en las tareas de organización como en las de ejecución y expansión, ha de hacerse constar la supremacía de Facebook sobre Twitter en cuanto a número de usuarios, que prácticamente son diez veces más (420.000 frente a 45.000 aproximadamente). Los motivos residen, por una parte, en el éxito mundial de una red frente a la otra, ya que mientras que Facebook alcanza los 700 millones de usuarios en todo el mundo, Twitter se queda en 100 millones; pero, por otro lado, en la propia idiosincrasia de cada modelo. Es decir, Twitter, debido a su formato de microblog que solo permite un máximo de 140 caracteres por

Fundación Telefónica
Telefónica

participación, responde a la necesidad del qué pasa en un momento concreto (‘estoy aquí haciendo esto’), pero Facebook suma a esta opción otras muchas que permiten un tratamiento más exhaustivo y profundo de los asuntos: la información organizacional es más completa, se permiten vínculos a webs oficiales y otras redes sociales, no hay limitación del mensaje más allá de la que exige el formato red social, acepta contenidos audiovisuales y, en definitiva, permite añadir al ‘estoy aquí haciendo esto’, ‘lo hago por este motivo, lo documento así y ahora me dices si te sumas, si te gusta y si lo compartes’.

Conclusiones

– Las redes sociales trasladan el gobierno a la calle. Si para algo ha servido el movimiento del 15-M es para evidenciar la fragilidad de las clases políticas. Parece que hemos retrocedido dos milenios en el tiempo y que hay una necesidad colectiva de volver a tomar las decisiones en el ágora. Los indignados han sabido organizarse políticamente sin mediación alguna de sus representantes políticos, han sabido comunicar sin intervención mediática y han sido capaces de crear contenidos de valor sin liderazgos evidentes ni fuentes institucionales y/o oficiales.

– Las redes sociales narran la historia en vivo y en directo. Las tecnologías actuales permiten contar los hechos desde el mismo lugar en que se producen y en el mismo momento en que están teniendo lugar. Cualquiera con un teléfono móvil puede reproducir en una red social lo que está sucediendo en un sitio determinado e incluso apoyar su testimonio con documentación escrita o audiovisual. En el caso del 15-M son un ejemplo las imágenes que los indignados difundieron de la presunta carga policial contra algunos de los participantes. Por supuesto que esto no convierte a quien realiza esta acción en periodista, ya que, como decimos, al periodista actual se le exige más que contar una historia o reproducir unos hechos, es decir, debe analizar, interpretar y contextualizar los acontecimientos para convertirlos así en relatos valiosos para el público. Sin embargo, los protagonistas de las historias y su versión de los hechos narrada en las redes sociales suponen para el tratamiento informativo un punto de atención al que los periodistas ni pueden ni deben hacer caso omiso. Protagonistas, testigos y fuentes intercambian sus papeles en muchos instantes de la producción informativa actual y todo ello implica necesariamente una nueva, y quizás mejor, manera de hacer informaciones.

– Las redes sociales despiertan la conciencia social. Si en movimientos sociales anteriores el éxito residió en el poder de convocatoria para la movilización, conseguido bien fuese a través de anuncios, carteles o mensajes de texto (SMS), tanto las revueltas árabes como el movimiento del 15-M en España y su reproducción en los diferentes lugares del mundo fueron lo que fueron gracias a las redes sociales. La conocida como spanish revolution nació en las redes sociales y a través de ellas se propagó su ideario y se convocó a sus seguidores, creando así una conciencia social virtual fuerte y asentada que luego se plasmó y reprodujo en las diferentes concentraciones.

– Las redes sociales son un arma poderosa para la movilización social y la convocatoria. En los últimos movimientos sociales las redes sociales se erigieron en una herramienta de valor para que el grupo emisor pudiese trasmitir su mensaje con habilidad y lograr, de este modo, un importante número de seguidores en red de los que muchos de ellos acabarían por convertirse en seguidores *in situ*. Su poder para la movilización social superó a todos los sistemas o

Fundación Telefónica
Telefónica

mecanismos empleados hasta el momento e, incluso, marcó una gran distancia con respecto a otras modalidades comunicativas propias de los entornos 2.0 como los *blogs*, que podemos decir que han quedado ya desfasados. La red social, a diferencia de las bitácoras, se caracteriza por una enorme capacidad de expansión viral que permite que los diferentes actores en el proceso de comunicación no solo alcancen relevancia por su papel de emisores, sino también por su actividad de difusores y propagadores, de manera que el contenido del mensaje original puede ser propagado por la red social con o sin alteraciones, dirigido a mini *targets* dentro de la red social de contactos del usuario y consiguiendo, en definitiva, una rápida circulación por la Red. Además, por otra parte, no podemos olvidar que estamos hablando de una modalidad de comunicación que cuenta con millones de seguidores en todo el mundo y que, por tanto, estos usuarios están habituados a comunicarse empleando este sistema y suelen prestar atención a los intereses y comentarios de su círculo de contactos.

– Las redes sociales favorecen el tránsito de lo local a lo global. Lo que en un principio podría haber sido una reivindicación local y muy focalizada no tardó en expandirse por toda España primero y por el resto del planeta después. Esto vuelve a demostrar la capacidad de propagación, difusión y expansión que ofrecen las redes sociales al conseguir la solidaridad de miles de aludidos en todo el mundo. La circulación de información generada hubiera sido impensable en otras épocas o mediante otros sistemas de comunicación diferentes a Internet. Nada es más rápido ni más global que Internet y, por ello, los indignados acertaron de pleno cuando eligieron la Red como cuna de lo que el resto de los países conocerían como la *spanish revolution*, que incluso no tardaría en ser el asunto más comentado en Twitter.

– Las redes sociales alteran la producción informativa y la agenda de los medios de comunicación convencionales. Si en un primer momento, salvo algunas excepciones como *TV3* o el digital de *El País*, los medios tradicionales no reflejaban el fenómeno del 15-M porque estaban inmersos en plena campaña electoral de las autonómicas y municipales del 22 de mayo, lo cierto es que acabaron por verse obligados a recoger en sus informaciones la que era ya una auténtico boom en las redes sociales y en la calle. Comprobamos que los grandes diarios comenzaron a publicarlo en portada sin demasiado espacio a partir del día 16 y que es a partir del día 19 cuando la noticia ya alcanza una gran repercusión. Algunas de las primeras informaciones hacían atribuciones identitarias equívocas y falsas de los manifestantes y, en este sentido, se pueden encontrar algunas expresiones publicadas como ‘los jóvenes’, ‘los perroflauta’, ‘cuatro o cinco desharrapados’, ‘los indignados de Hessel’, ‘los ni-ni’ (la generación ni-ni, ni estudian ni trabajan), ‘los pro-abertzales’, ‘una nueva izquierda’ o ‘el movimiento antisistema’. Sin embargo, a medida que iban pasando los días también se fue creando una nueva concepción en el tratamiento informativo y los medios tradicionales fueron incorporando a sus temarios lo que era una innegable noticia. Se demostró, pues, cómo los propios ciudadanos, utilizando los mecanismos y sistemas que tienen a su disposición, son los que crean la noticia y esta acaba accediendo a lo que antaño era el infranqueable temario de los medios. Quizás en momentos anteriores y sin ayuda de las redes sociales, hubiera sido mucho más complicado haber conseguido una repercusión tan grande como para alterar la producción informativa de los soportes tradicionales en plena campaña electoral. Pero, en cualquier caso, quedó demostrado que la ciudadanía actuó como emisora de sus propios mensajes y empleó los mecanismos apropiados para que esos mensajes se propagasen de manera eficaz entre receptores finales, pero también entre nuevos difusores del mensaje. La viralidad en red repercute en el newsmaking, que inevitablemente tiene que dar cabida a lo que no se había

Fundación Telefónica
Telefónica

previsto que fuese noticia.

– Con las redes sociales el mensaje ya no es ni único ni unidireccional. Antes de la aparición de los modelos comunicativos interactivos y participativos el mensaje se emitía y llegaba intacto al emisor. Sin embargo, ahora a las múltiples fuentes emisoras se suma la capacidad de los receptores para convertirse en intermediarios de esos mensajes, de manera que pueden modificarlos con nuevas aportaciones propias o cultivadas en el debate en red. Esta fenomenología de la comunicación actual es, no obstante, un arma de doble filo, ya que por un lado se supone que enriquece el mensaje al convertirlo en más participado y colectivo, pero, por otro puede desvirtuar la calidad de la información original e incluir alteraciones que alejen el mensaje de la realidad. El mensaje ha dejado de estar configurado por uno para pasar a estar creado por todos y, al mismo tiempo, ha dejado de emitirse desde un punto A a un punto B para que desde ese punto B pueda ser reemitido -con o sin modificaciones- a otros muchos lugares en virtud de la propagación viral. Ahí entra de nuevo el papel del periodista, que habrá de verificar y contrastar esas informaciones, para no dar lugar para la rumorología ni la incertidumbre.

Bibliografía

Álvarez, K., Gallego, P., Gándara, F. y Rivas, Ó. (2011). *Nosotros, los indignados. Las voces comprometidas del #15-M.* Barcelona: Destino.

Cacliagi, M. (1991). ¿Condenada a gobernar? La Democracia Cristiana en el sistema político. *Working Paper*, 41. Barcelona.

Ferreras, E. M. (2011). El movimiento 15-M y su evolución en Twitter. *Telos*, 89.

Gutiérrez-Rubí, A. (2011). #15-M: política sin partidos. Artículos y reflexiones [en línea]. Disponible en: *http://www.gutierrez-rubi.es/2011/05/17/15-m-politica-sin-partidos* [Consulta: 2011, 7 de noviembre].

Hessel, S. (2011). *¡Indignaos!* Barcelona: Destino.

Ibarra, P. (2000). ¿Qué son los movimientos sociales? En R. Adell y M. J. Funes (Eds.), *Movimientos sociales: Cambio social y participación*, pp. 285-318. Madrid: UNED.

Instituto Universitario de Investigación en Biocomputación y Sistemas Complejos (2011). *El proyecto* [en línea]. Disponible en: *http://15m.bifi.es/* [Consulta: 2011, 2 de noviembre].

Katz, R. y Mair, P. (1995). Changing Models of Party Organization and Party Democracy. *Party Politics*, 1(1), 5-28.

Klandermans, B. (1994). La construcción de la protesta social y los campos pluriorganizativos. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*, pp. 183-220. Madrid: CIS.

Fundación Telefónica
Telefónica

Lovink, G. y Riemens, P. (2011). Doce tesis sobre WikiLeaks. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 139-147.

Martí i Puig, S. (2003). *El moviment antiglobalitzacio explicat als meus pares*. Barcelona: Columna.

Martínez, V. A. (2008). Las nuevas tecnologías de la información en la definición de estrategias de comunicación ante situaciones de crisis. *Hologramática*, 9, 25-56.

McAdam, D. (1998). Orígenes conceptuales, problemas actuales, direcciones futuras. En D. McAdam , J. McCarthy y M. Zald (Eds.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, pp. 49-70. Madrid: Istmo.

McCarthy, J. (1999). Adoptar, adaptar e inventar límites y oportunidades. En D. McAdam, J. McCarthy y M. Zald (Eds.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, pp. 205-220. Madrid: Istmo.

Pinilla, A. (2011). La percepción del movimiento 15-M en las ediciones digitales de El Mundo y El País. *Tejuelo*, 12, 196-217.

Pizzorno, A. (1996). Mutamenti nelle istituzioni rappresentative e sviluppo dei partiti politici. Em P. Bairoch y E. Hobsbawn (Eds.), *Storía d'Europa. L'età contemporanea*. *Secolt XIX-XX*, pp. 961-1056. Torino: Einaudi.

Rheingold, H. (2004). *Las multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.

Rittberger, V. (1993). *Regime Theory and International Relations*. Londres: Clarendon Press.

Sampedro, V. y Sánchez, J. M. (2011). *La Red era la plaza* [en línea]. Disponible en: *http://www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf* [Consulta: 2011, 6 de noviembre].

Sixto, J. (2011). La red social Tuenti. Análisis del modelo de comunicación y de la estrategia de marketing. *Telos*, 89.

Taibo, C. (2011). *Nada será como antes. Sobre el movimiento 15-M*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Tilly, Ch. (1978). *From Mobilization to Revolution*. Reading: Addison Wesley.

Vallespín, F. (2011). Redes sociales y democracia: ¿un cambio cualitativo? *Telos*, 89.

Velasco, P. (2011). *No nos representan*. Madrid: Planeta.

Fundación Telefónica
Telefónica

Notas

[1] Véase: *http://www.democraciarealya.es*

[2] Véase: *http://15m.bifi.es*

Fundación Telefónica
Telefónica