

PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE CAMBIO SOCIAL Y SISTEMAS MEDIÁTICOS HÍBRIDOS

UN ANÁLISIS DEL ESCENARIO COMUNICATIVO POST-15M EN ESPAÑA



FRANCISCO JAVIER LÓPEZ-FERRÁNDEZ

DIRECTORES: ELOÍSA NOS Y VÍCTOR SAMPEDRO
CASTELLÓN DE LA PLANA: MARZO 2019



**UNIVERSITAT
JAUME I**



IUDESCP
UJI



**PROGRAMA DE DOCTORADO EN ESTUDIOS INTERNACIONALES
DE PAZ, CONFLICTOS Y DESARROLLO**

ESCUELA DE DOCTORADO DE LA UNIVERSITAT JAUME I

**PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE CAMBIO
SOCIAL Y SISTEMAS MEDIÁTICOS HÍBRIDOS.
UN ANÁLISIS DEL ESCENARIO COMUNICATIVO POST-15M EN ESPAÑA**

**MEMORIA PRESENTADA POR FRANCISCO JAVIER LÓPEZ-FERRÁNDEZ
PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR POR LA UNIVERSITAT JAUME I**

Francisco Javier López-Ferrández

**Directores: Eloísa Nos Aldás y Víctor Sampedro Blanco
Castellón de la Plana, marzo 2019**

FINANCIACIÓN RECIBIDA

Esta tesis se ha realizado con la financiación del Ministerio de Economía y Competitividad español. El doctorando ha sido beneficiario de una Ayuda para contratos predoctorales para la formación de doctores (BES-2013-066969). A su vez, ha sido beneficiario de dos Ayudas a la movilidad predoctoral para la realización de estancias breves en centros I+D españoles y extranjeros (EEBB-I-16-11631 y EEBB-I-17-12450).

El Ministerio de Economía y Competitividad español ha financiado dos de los proyectos a los que ha estado adscrita esta tesis doctoral: “Evaluación e indicadores de sensibilidad política en la comunicación actual de los movimientos sociales” (CS02012-34066) y “Prácticas y perfiles tecnopolíticos. Nociones emergentes de ciudadanía” (CSO2013-48612-C2-1-P). El doctorando también ha formado parte del proyecto “Testimonio ético y comunicación para el cambio: Análisis de modos de re-significación de la figura de la víctima y de re-situación de los agentes sociales” (P12015·1B2015-21), financiado por la Universitat Jaume I.

Se permite cualquier uso de este trabajo atendiendo a criterios de atribución y finalidad no comercial.



AGRADECIMIENTOS

Mil gracias a Eloísa Nos y a Víctor Sampedro, por todo lo compartido y por la sabiduría desde la que me han guiado en esta investigación.

A los compañeros y compañeras del IUDESP, de la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz y del grupo 030 de la Universitat Jaume I, que me abrieron las puertas de la Universidad. Muy especialmente a Álex Iván Arévalo y Alessandra Farné –por su generosidad y su gratitud, y por ser espejo en el que mirarse.

A Laura Castillo y a Aïda Antonino, inmejorables compañeras en esta incursión en el (sub)mundo académico. A Amador Iranzo, María José Gámez, Vicente Benet, Daniel Pinazo, Salva Seguí, Andrea Francisco, María Lidón, Marcial García, Eva Espinar e Ígor Sádaba por lo que aprendí escuchándolos y compartiendo trabajo en el proyecto e-comsoc.

A Stephen Duncombe y a Donatella della Porta por su tiempo y su acogida en el Gallating School de la Universidad de Nueva York y en el Centre on Social Movement Studies de la Scuola Normale Superiore.

A los compañeros y compañeras del Máster en Historia Contemporánea (UV), del Máster en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo (UJI) y del Máster en Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digital (URJC), porque han sido y son inspiración y estímulo.

A las personas de las Unidades de Gestión de la UJI y la URJC que han hecho un poco menos agotadora la burocratización de la Universidad y los trámites interminables de estos años.

A la educación pública, y a la gente que la defiende y la dignifica priorizando el conocimiento y la discusión crítica frente al clientelismo y la competitividad desaforada.

A todas las amistades que han surgido o han crecido a lo largo de este camino, porque me ayudaron a perfilar un entorno académico en el que vale la pena reconocerse.

A Leónidas Martín, Pablo Elorduy, Laura Corcuera, Ter García y Jota de la Jara, por su tiempo y por su forma de contar.

A la gran familia de El Kamión de la Basura, por tanto fuego loco y por los surcos que cuidamos en común.

A mis colegas, alegres y repartido/as como el pan de los pobres, por estar siempre, darme tanto y pedirme tan poco.

A mi familia, toda ella, por el apoyo incondicional de todos estos años. En especial a Aurora Herrero, Joaquín Ferrández y Carmen Martínez, mis abuelos, por sus cuidados y su bondad infinita.

A José Andrés López, María José Ferrández y Andrés López, mis padres y mi hermano, por su forma de pelear, por enseñarme todo y por creer en mí tanto como yo creo en ellos.

A Rebeca G. R., porque al conocerla todo se hizo inimaginablemente grande y por ser tierra que anda.

A todas las personas que –de manera directa o indirecta, voluntaria o involuntaria– han contribuido a que esta tesis sea. Gentes que me ofrecieron las herramientas, el tiempo y los lugares para reflexionar más allá de la inmediatez y del ruido. Gentes que me ayudaron a tomar decisiones que, sin afán teleológico, han madurado en esta tesis. Afortunadamente son demasiadas para nombrarlas a todas.

TABLA DE CONTENIDOS

Resumen	15
Abstract	16
Resum	17
Resumen extendido	18
1. Objeto y objetivos de investigación	18
2. Casos de estudio y metodologías	20
3. Estructura y contenido	21
4. Conclusiones	24
Introducción	27
1. Motivación y perspectiva	29
2. Relevancia del tema de estudio	33
3. Objetivos	37
4. Marco teórico y conceptual	40
4.1 Comunicación, poder y culturas de paz	40
4.2 Esfera pública digital y sistemas mediáticos híbridos	46
4.3 Prácticas comunicativas de cambio social en el escenario digital.....	50
5. Estudios de caso y metodologías	59
6. Estructura de la tesis	66
Capítulo 1. Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada en España. El caso del informativo <i>Sí se puede</i>	75
Introducción	75
1. Marco metodológico	78
2. Estado de la cuestión	84
2.1 Los proyectos comunicativos del 15M	87
3. Estudio de caso: Análisis del programa <i>Sí se puede</i> de <i>Toma la tele</i>	92
4. Resultados	93
4.1 Nivel 1: Información básica	93
4.2 Nivel 2: Elementos de la construcción noticiosa	96
4.3 Nivel 3: Análisis del discurso	99
4.3.1 Refuerzo positivo	99
4.3.2 Transversalidad	103
4.3.3 Pacifismo	106
Conclusiones	110
Bibliografía	112
Carta del coautor	116
Capítulo 2. El Colectivo Enmedio y su campaña <i>Fiesta Tierra-Bankia: Experiencias de comunicación para el cambio social a través del Espectáculo Ético</i>	119

Introducción	119
1. Marco conceptual	123
1.1 Lo cultural, entre la emancipación y el control	123
1.2 Comunicación para/del cambio social	128
2. Marco metodológico: Imaginando un espectáculo ético multicapa	132
3. Comunicación colaborativa: El Colectivo Enmedio y su <i>Fiesta Cierra Bankia</i>	137
3.1 Planificación estratégica colaborativa	139
3.2 Elementos discursivos de <i>Fiesta Cierra Bankia</i>	141
Conclusiones/Debate	147
Bibliografía	151

Capítulo 3. Leaks-based journalism and media scandals: From official sources to the networked

Fourth Estate?	161
Introduction	161
1. Media systems, media scandals and public spheres	166
2. Citizen-based mega leaks and collaborative journalism	171
3. Hypotheses and methodology	173
4. Findings	176
4.1 A comparative content analysis: Front pages and opinion pieces devoted to the Falciani List and the Monedero Case	176
4.2 Frame analysis	178
4.3 The Pujol Case as a media scandal	183
Conclusions	185
References	188
Letter from co-authors	194

Capítulo 4. Potencialidades, límites, contradicciones y retos del Cuarto Poder en Red. De *Diagonal* a

<i>El Salto</i>	199
Introducción	199
1. Concentración mediática y esfera pública digital	203
2. Medios alternativos y Cuarto Poder en Red	208
3. Justificación, objetivos y metodología	213
4. Resultados	217
4.1 <i>El Salto</i> y el contexto sociopolítico	218
4.2 <i>El Salto</i> y la esfera pública digital	220
4.3 Contexto económico y modelo de negocio	225
4.4 Modelo organizativo	228
Discusión/Conclusiones	232
Bibliografía	236

Discusión y conclusiones	241
1. Discusión	243

1.1 Comunicación alternativa y extrema derecha	245
1.2 Mercantilización y cierre de la esfera pública digital	247
2. Conclusiones	253
3. Líneas abiertas de investigación	258
Bibliografía	263

RESUMEN

Esta tesis analiza el estado actual de la comunicación para el cambio social en los sistemas mediáticos híbridos. Especialmente se centra en el caso español, donde el 15M aparece como punto de inflexión para el sistema político y mediático, generando un proceso de innovación y experimentación en las prácticas comunicativas de cambio social.

Concretamente, se han realizado cuatro estudios de caso. Dos centrados en las propuestas comunicativas surgidas desde la sociedad civil movilizada, y otras dos que analizan las vías de colaboración abiertas entre ciudadanía y periodismo profesionalizado. De esta forma, analizamos el informativo *Sí se puede* –realizado por *Toma la tele*–, la campaña *Fiesta Cierra-Bankia* –del colectivo *Enmedio*–, el impacto de las filtraciones ciudadanas en la esfera pública central española –con el análisis de la cobertura recibida por la Lista Falciani y los casos Monedero y Pujol–, y la propuesta de *El Salto* como medio de comunicación distribuido y colaborativo.

Nos centramos en analizar el papel que las tecnologías digitales están jugando en estas propuestas comunicativas, pero teniendo en cuenta el contexto político y cultural en el que se desarrollan. De esta forma, tratamos de operacionalizar el universo complejo de las prácticas comunicativas de cambio social con el objetivo de comprobar el potencial transformador de los sistemas mediáticos híbridos, así como sus principales límites.

En las conclusiones se discuten las oportunidades, los límites, las contradicciones y los retos que encuentran estas prácticas comunicativas de cambio social en su defensa de la soberanía tecnológica y de la autonomía de la esfera pública digital.

ABSTRACT

This thesis analyzes the current state of the communication for social change in the hybrid mediatic systems. Specifically, it is focused in the Spanish case, where 15M appears as the inflection point of the politic and mediatic system, generating an innovation and experimentation process in the communicative practices of social change.

Four cases studies have been analyzed: two of them are focused on the communicative proposals arised from the mobilized civil society, and the other two review the open processes of collaboration between citizens and professional journalism.

In this way, we study the *Sí se puede* [Yes, We can] news program –by *Toma la tele* [Take the TV]–, *Fiesta Cierra-Bankia* campaign [Close-Bankia Party] –of Enmedio Collective–, the impact of citizen leaks in the Spanish central public sphere –with the analysis of the coverage of the Falciani List and the Monedero and Pujol cases–, and the proposal of *El Salto* [The Jump] as a distributed and collaborative media.

We put the attention on the role that digital technologies play on these communication processes and, at the same time, we take into account the political and cultural context in which they are being developed. Thus, we try to operationalize the complex universe of the communicative practices for social change in order to verify the transformative potential of hybrid media systems, as well as their main limits.

In the conclusions, we discuss the opportunities, limits and challenges that these communicative strategies for social change find in their defense of technological sovereignty and autonomy of the digital public sphere.

RESUM

Aquesta tesi analitza l'estat actual de la comunicació de canvi social als sistemes mediàtics híbrids. Especialment, es centra en el cas espanyol, on el 15M apareix com a punt d'inflexió del sistema polític i mediàtic, generant un procés d'innovació i experimentació en les pràctiques comunicatives de canvi social.

Concretament, s'han dut a terme quatre estudis de cas. Dos centrats en les propostes comunicatives surgides des de la societat civil mobilitzada, i altres dos que analitzen les vies de col·laboració obertes entre ciutadania i periodisme professionalitzat. D'aquesta manera,

analitzem l'informatiu *Sí se puede* –realizat per *Toma la tele*–, la campanya *Fiesta Cierra-Bankia* –del Colectivo Emedio–, l'impacte de les filtracions ciutadanes en la esfera pública central espanyola –amb l'anàlisi de la cobertura de la Llista Falciani i els casos Monedero i Pujol–, i la proposta de *El Salto* com a mitjà distribuït i col·laboratiu.

Ens centrem en el paper que les tecnologies digitals estan jugant en aquestes propostes comunicatives, però tenint en compte el context polític i cultural en el qual es desenvolupen. D'aquesta manera, tractem d'operacionalitzar l'univers complex de les pràctiques comunicatives de canvi social a fi de comprovar el potencial transformador dels sistemes mediàtics híbrids, així com els seus principals límits.

En les conclusions es discuteixen les oportunitats, els límits i els reptes que troben aquestes pràctiques comunicatives de canvi social en la defensa de la sobirania tecnològica i de l'autonomia de la esfera pública digital.

RESUMEN EXTENDIDO DE LA TESIS

1. OBJETO Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

En las últimas décadas, los sistemas mediáticos han sufrido profundas transformaciones a causa del desarrollo de las tecnologías digitales. La comunicación de masas, con su modelo jerárquico y unidireccional, ha ido progresivamente transformándose en una miríada de dispositivos y

plataformas entre los que el flujo comunicativo se distribuye a una velocidad desconocida en su etapa analógica. El volumen de información generado y el número de horas que los usuarios permanecen conectados muestran el impacto que las tecnologías digitales están teniendo en las dietas mediáticas y en las rutinas informativas (McChesney, 2014).

Los debates sobre la dirección de estas transformaciones –apertura y democratización o vigilancia y autoritarismo– han sido recurrentes en gran parte de los foros de discusión sobre comunicación y tecnología. En esta tesis llevamos a cabo una aproximación a las prácticas comunicativas de cambio social desarrolladas en el sistema mediático español tras el 15M de 2011, tratando de encontrar evidencias empíricas que nos permitan avanzar en el conocimiento de esta área de estudio.

Teniendo en cuenta las principales discusiones en curso, tratamos de valorar las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para la construcción de culturas de paz (Galtung, 2003; Martínez-Guzmán, 2001; 2005). Valoramos cómo y bajo qué circunstancias se está potenciando la agencia e implicación de la sociedad civil en asuntos políticos y sociales. A su vez, analizamos los límites, contradicciones y retos que enfrentan los proyectos comunicativos con perspectiva transformadora en los actuales sistemas mediáticos híbridos (Chadwick, 2013).

2. CASOS DE ESTUDIO Y METODOLOGÍAS

Para aportar una imagen amplia del estado de la comunicación de cambio social en España en el contexto post-15M hemos recurrido al análisis de cuatro estudios de caso. Dos de ellos se relacionan con proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil, mientras que otros dos abordan los canales de colaboración abiertos entre la ciudadanía *mediactiva* (Gillmor, 2010) y el periodismo profesionalizado.

Para llevar a cabo estos estudios de caso hemos recurrido a la triangulación metodológica. Se implementan técnicas como el análisis de contenidos, el análisis del discurso o las entrevistas en profundidad. El diseño metodológico empleado en cada capítulo responde a las particularidades propias de cada caso analizado, y se detalla con mayor profundidad en la introducción de esta memoria y en cada uno de los capítulos que la conforman.

En el capítulo 1 estudiamos los proyectos comunicativos surgidos del movimiento 15M. Especialmente, se profundiza en el caso del informativo *Sí se puede*, emitido por *Toma la tele*. Para este análisis aplicamos una metodología que combina el análisis de contenidos y el análisis del discurso.

El capítulo 2 se centra en la campaña *Fiesta Cierra-Bankia* del Colectivo Enmedio, un proyecto *artista* afincado en Barcelona que ha desarrollado acciones comunicativas junto a colectivos como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). En este caso recurrimos,

metodológicamente, a la sistematización de experiencias mediante la revisión de fuentes secundarias y el análisis del discurso.

El capítulo 3 se centra en la cobertura recibida por las filtraciones ciudadanas (Lista Falciani) y las filtraciones oficiales (Caso Monedero y Caso Pujol) en la prensa tradicional española. Para llevar a cabo este estudio se recurrió al análisis de contenidos y al análisis de marcos discursivos.

Finalmente, en el capítulo 4, nos aproximamos al caso de *El Salto* –un medio alternativo surgido de *Diagonal* que opera como medio descentralizado y horizontal apoyándose en las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales–. En este caso, recurrimos a un análisis documental de su proceso fundacional y a entrevistas en profundidad con miembros y colaboradores del proyecto.

3. ESTRUCTURA Y CONTENIDO

Esta tesis sigue un formato por compendio de publicaciones y está formada por cinco trabajos académicos que constituyen los cuatro capítulos del corpus de esta memoria: Una comunicación en un Congreso Internacional publicada en libro de Actas con ISBN y cuatro artículos académicos publicados en revistas de reconocido prestigio.

1. El capítulo 1 aúna la comunicación “Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada en España. El caso del

informativo *Sí se puede*” presentada al Congreso Internacional sobre Movimientos Sociales y TIC (Sevilla, 2015) y el artículo “Movimientos sociales y periodismo en España. Una propuesta pacífica y transversal” publicado en la *Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos* –editada por la Universidad Estatal Paulista, que cuenta con evaluación por pares ciegos y con un comité científico internacional–. Estos dos trabajos están escritos junto a Álex Iván Arévalo Salinas, y fueron concebidos inicialmente como un solo artículo. Por motivos de extensión, finalmente tuvimos de presentarlo como dos propuestas separadas, que en esta memoria vuelven a aparecer unidas. En este capítulo realizamos una aproximación exploratoria a los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil en las semanas posteriores al 15M. A su vez, llevamos a cabo un estudio de caso de los 5 primeros capítulos del informativo *Sí se puede*. Este informativo, realizado por *Toma la Tele*, se centra en la problemática de la vivienda en España. Los capítulos analizados coinciden temporalmente con el debate de la Iniciativa Legislativa Popular registrada por la PAH, así como con las campañas de escraches a miembros del Partido Popular.

2. El capítulo 2 lo conforma el artículo “El Colectivo Enmedio y su campaña *Fiesta Sierra-Bankia*: Experiencias de comunicación para el cambio social a través del Espectáculo Ético”. Este artículo se publicó en *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, que se encuentra indexada en Scopus y en Emerging Source Citation Index (ESCI). En él se evalúa el potencial del *artivismo* para promover acciones

comunicativas de cambio social. Concretamente se analiza la campaña *Fiesta Sierra-Bankia* –una de las más exitosas del Colectivo Enmedio– con la que protestaban contra el rescate público de Bankia.

3. El artículo “Leaks-based journalism and media scandals: From official sources to the networked Fourth Estate?”, publicado en *European Journal of Communication* (indexada en ISI Web of Science, IF JCR: Q2), constituye el capítulo 3 de esta memoria. Se trata de un artículo realizado junto a Víctor Sampedro y Álvaro Carretero, en el que analizamos la penetración de las filtraciones ciudadanas (Lista Falciani) en la esfera pública central, y la comparamos con el papel de las filtraciones oficiales (Caso Monedero y Caso Pujol). De este modo, determinamos la apertura –o falta de ella– de los medios tradicionales hacia nuevos modelos de periodismo colaborativo.

4. El capítulo 4 lo conforma el artículo “Potencialidades, límites, contradicciones y retos del Cuarto Poder en Red. De *Diagonal* a *El Salto*”, publicado en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital* que edita la Universidad de Cádiz. Esta revista cuenta con un proceso de evaluación por pares ciegos y se encuentra indexada en plataformas como Latindex, Dialnet o ERIHPLUS. En este capítulo abordamos la experiencia de *El Salto* durante sus primeros meses. Este medio aparece como un caso paradigmático en la construcción de un periodismo distribuido y colaborativo, sustentado en los principios de la economía social y solidaria.

4. CONCLUSIONES

Los estudios de caso realizados en esta tesis nos han permitido detectar las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para las prácticas comunicativas de cambio social, así como sus principales limitaciones. En el caso español, hemos podido constatar que la sociedad civil ha sido capaz de desarrollar sus propios proyectos comunicativos y de fiscalización de los poderes públicos, al tiempo que innovaba en vías de colaboración con el periodismo profesionalizado.

Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil han sido capaces de superar los discursos asistencialistas y paternalistas, promoviendo la responsabilidad y el compromiso de la ciudadanía. Los proyectos periodísticos profesionalizados han encontrado en el escenario digital una ventana de innovación y de cooperación con la ciudadanía *mediactiva* y entre diferentes redacciones.

Hemos observado cómo determinados proyectos y colectivos están utilizando la esfera pública digital para construir un escenario dialógico, participativo e inclusivo. Proyectos que están trabajando para redistribuir el poder simbólico, para generar nuevos códigos y relatos contrahegemónicos, y para recuperar el rol de la prensa como vigilante del poder y como contrapoder.

Sin embargo, los procesos de mercantilización y control gubernamental de la esfera pública digital suponen un claro riesgo para el desarrollo y la incidencia de estos proyectos. Se observa la necesidad de desarrollar:

a) Marcos legislativos que garanticen la privacidad y la libertad de expresión de la ciudadanía digital, así como la neutralidad de la red. b) Audiencias críticas y activas, que sean capaces de autoorganizarse para mantener Internet como un bien común frente a los procesos de monetización y monitorización desarrollados por el mercado y por el Estado.

INTRODUCCIÓN

1. MOTIVACIÓN Y PERSPECTIVA

Las décadas finales del siglo XX y los primeros años del XXI marcaron el cambio de una cultura analógica a una digitalizada. Mi generación vivió, en plena adolescencia, esa transformación de las formas de comunicación, de información y de acceso a la cultura. Fueron años en los que descubrimos los primeros teléfonos móviles y los primeros ordenadores personales. Los años dorados de los cibercafés. En torno a 2002-2003 llegó a nuestro grupo de amigos el primer ordenador personal. Previamente habíamos podido utilizarlos en espacios públicos –como la biblioteca municipal– o en salas de chat y juegos en línea. El ordenador personal y la conexión a Internet de nuestro compañero ampliaron las posibilidades de acceso de todo el grupo a uno de los recursos más preciados para nosotros durante esos años: la música –y especialmente la música alternativa.

Éramos adolescentes y nuestro poder adquisitivo brillaba por su ausencia. Comprábamos discos y los intercambiábamos, copiándolos como y donde podíamos. La llegada de aquel ordenador nos permitió, por una parte, comprar discos que no encontrábamos en las tiendas locales a distribuidoras alternativas y, por otra, comenzar a descargar en plataformas P2P aquello que no éramos capaces de pagar. La descarga de un disco completo podía tardar alrededor de una semana, tiempo que pasábamos visitando la casa de nuestro compañero para hacer “previsualizaciones” del contenido.

Vivíamos en plena transición, leyendo de manera casi simultánea el último número del fanzine local y las últimas actualizaciones de los foros y páginas contraculturales. En esos años, la música reivindicativa fue compañera habitual de muchos de nosotros, despertando una perspectiva crítica y acompañando las inquietudes que comenzaban a crecer. El punk, el punk-rock, el ska, el rap, y otros muchos géneros aparecían ante nosotros a la vez que lo hacían las primeras lecturas sobre filosofía, los primeros ciclos de cine social o las primeras manifestaciones. Progresivamente nuevos ordenadores fueron llegando al grupo de amigos, ampliando las posibilidades de acceso a discos, películas, libros, panfletos, etc. Los cambios fueron progresivos; pero, al observarlos retrospectivamente, puede vislumbrarse el proceso que nos llevó de un uso compartido de Internet a un uso cada vez más privado.

Buena parte de mi interés por los procesos sociales y políticos surgieron durante esos años. El acceso a la información, la documentación y las expresiones artísticas y culturales que Internet me ha dado desde entonces –desde los discos de punk que descargamos hasta el último artículo académico consultado a través de Sci-Hub– son parte constitutiva del contenido de esta investigación.

Mi aproximación a las tecnologías digitales siempre se ha situado entre el reconocimiento de su potencial transformador y el desencanto ante sus usos cotidianos más extendidos. En este sentido, el 15M fue el primer evento político multitudinario en el que me reconocía que se fraguó mediante el uso de las tecnologías digitales. Esto me devolvió el

interés por analizar los procesos que se estaban desarrollando en el escenario de incertidumbres que afrontábamos tras la crisis de 2008. En 2011 pude participar esporádicamente en la acampada del 15M en Sevilla, donde sentí que era posible *repolitizar* el espacio público y hacer de él un escenario deliberativo. Aun así, la polifonía de voces que transitaban los encuentros del 15M solían generarme más dudas que certezas.

Ya en 2012, durante el primer aniversario del 15M, pude realizar mi primera aproximación analítica a este movimiento con motivo de un trabajo de investigación realizado durante el último curso de mi Licenciatura en Periodismo. Posteriormente, en 2014, volví a trabajar aspectos relacionados con el 15M, sus discursos y las identidades de los participantes como parte del trabajo de final de un Máster en Historia Contemporánea.

Estas investigaciones me ayudaron a complejizar los procesos sociales y políticos, a situarlos históricamente, a tomar conciencia de mis propias limitaciones como observador, y a mantener una perspectiva interdisciplinar desde la que he tratado de aproximarme, durante esta tesis, a las prácticas comunicativas de cambio social desarrolladas en España en los últimos años. Los proyectos de investigación “Evaluación e indicadores de sensibilidad política en la comunicación actual de los movimientos sociales” (CSO2012-34066) y “Prácticas y perfiles tecnopolíticos. Nociones emergentes de ciudadanía” (CSO2013-48612-C2-1-P) me acogieron en este proceso. El trabajo que venían

desarrollando ambos proyectos ha sido seminal para el desarrollo de esta tesis. En ella he tratado de incorporar, y de hacer dialogar, los principales enfoques de los dos grupos de investigación en los que he estado implicado. De una parte, las aportaciones sobre culturas de paz y comunicación para el cambio social del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP). De otra, las perspectivas sobre esfera pública digital y comunicación política del grupo Ciberdemocracia.

Durante estos cuatro años de trabajo he sido beneficiario de una Ayuda para contratos predoctorales para la formación de doctores (FPI) del Ministerio de Economía y Competitividad. Esto me ha permitido afrontar mi trabajo en unas condiciones menos precarias de las que han tenido investigadores e investigadoras con los que he podido coincidir en este periodo. A su vez, estas ayudas públicas me han permitido realizar dos estancias de investigación, una en Gallatin School of Individualized Study de la New York University con Stephen Duncombe y otra en el Centre on Social Movement Studies (COSMOS) de la Scuola Normale Superiore con Donatella della Porta. Estas estancias me permitieron obtener una perspectiva internacional de los procesos de transformación que han supuesto las tecnologías digitales en el campo político y comunicativo.

Esta tesis es, por tanto, parte de los resultados de investigación de los proyectos que hemos citado previamente. Su realización no habría sido posible sin las ayudas públicas recibidas.

2. RELEVANCIA DEL TEMA DE ESTUDIO

Desde mediados del siglo XIX podemos encontrar reflexiones sobre los efectos sociales de los medios de comunicación (Tocqueville, 1994; Kierkegaard, 1962). Salvo contadas excepciones, estas aportaciones fueron marginales en las ciencias sociales hasta después de la II Guerra Mundial (Couldry, 2004). El desarrollo de la cultura de masas supuso el impulso de las primeras corrientes de los estudios de medios, que posteriormente se ampliaron y consolidaron gracias a las innovaciones teóricas en campos como la lingüística o la antropología¹.

La importancia de lo comunicativo en las ciencias sociales se ha visto redefinida con la emergencia y cristalización de las tecnologías digitales. Internet ha alcanzado niveles de penetración e influencia que no tienen parangón en la historia, ni siquiera al compararlos con los de los medios de masas (Carr, 2010). La radicalidad de las transformaciones en los escenarios comunicativos ha reavivado y ampliado los debates sobre los efectos sociales y políticos de los medios. Las primeras aproximaciones al estudio de Internet estuvieron marcadas por la dicotomía entre *ciberoptimistas* (o *tecnoutópicos*) y *ciberpesimistas* (o *tecnoescépticos*)². A menudo estas corrientes aportaron una mirada excesivamente esencialista y *tecnocéntrica*, que desvinculaba las

¹ Nos referimos a corrientes como la Investigación de la Comunicación de Masas (Merton; Lasrsfeld; Katz); la Teoría Crítica de la Comunicación (Adorno y Horkheimer; Marcuse; Benjamin); la Semiótica (Eco, Saussure); los Estudios Culturales y Estudios de Recepción (Williams, Hall, Morley); o la Antropología de Medios (Ginsburg). Para una exposición más detallada de ellas y de sus encuentros y desencuentros véase Couldry (2004: 116).

² Un recorrido por las principales aportaciones al *optimismo* y al *escepticismo* digital puede encontrarse en R. W. McChesney (2014: 19-27).

tecnologías de los contextos sociales y culturales en los que se insertaban. Superada la fase de emergencia y expansión, la consolidación de ciertas instituciones y prácticas digitales ha comenzado a aportar evidencias empíricas de las oportunidades y riesgos que suscitan dichas tecnologías para la apertura y democratización de los sistemas políticos y mediáticos contemporáneos (McChesney, 2014).

En la última década hemos asistido a la emergencia de corrientes político-sociales antagónicas que han apoyado su actividad en los escenarios digitales. Por una parte, encontramos movimientos sociales y organizaciones de la sociedad civil que, en diferentes latitudes, han reclamado mayor radicalidad democrática y una defensa de los derechos sociales. Ejemplos recientes de ello pueden ser, entre otros, el movimiento griego *Aganaktismenoi*, el portugués *Geração à Rasca*, el 15M español, Occupy Wall Street en EE.UU., o #YoSoy132 en México. Por otra, observamos al auge de los nacionalismos y de movimientos y partidos reaccionarios, que están planteando salidas autoritarias a la crisis orgánica de las democracias liberales. Apoyados en la desconfianza de la ciudadanía hacia las estructuras de poder tradicionales, se han servido de las tecnologías digitales para alcanzar sus objetivos políticos. Así lo demuestra la filtración de Christopher Wylie, que destapó cómo Cambridge Analytica utilizó datos extraídos ilegalmente de Facebook para planificar campañas de *microtargeting*

electoral durante las elecciones norteamericanas de 2016 y durante el referéndum del *Brexit*.

La coexistencia de estos proyectos antagónicos, que están poniendo en práctica nuevas formas de incidencia política y comunicativa, complejiza los debates sobre el impacto socio-político de las tecnologías. La perspectiva *tecnocéntrica*, que caracterizó a buena parte de las primeras aproximaciones al estudio de Internet, se observa insuficiente para comprender las dinámicas comunicativas de los escenarios digitales. Frente a esto, han surgido propuestas analíticas con un enfoque “holístico” (Treré, 2012), que han comenzado a tener en cuenta la amplia gama de tecnologías que intervienen actualmente en los procesos comunicativos, así como la complejidad de las relaciones que se establecen entre los actores sociales y los actuales sistemas mediáticos híbridos (Coopman, 2009; Mattoni, 2012; Chadwick, 2013).

Esta tesis es una aportación a los debates en curso sobre dichos procesos de hibridación entre los sistemas mediáticos tradicionales y digitales. En ella nos centramos en el caso particular del Estado español y, concretamente, en el escenario abierto tras el 15M de 2011 – que supuso un nuevo punto de inflexión político, social y comunicativo en España–. Con el 15M se hicieron evidentes las transformaciones que habían experimentado los movimientos sociales, transitando desde las “redes activistas” del altermundismo a las “multitudes conectadas” (Rovira, 2017). Quedó patente la crisis del modelo bipartidista, que un lustro después daría lugar al auge de partidos como Podemos o

Ciudadanos. Se constató, por último, la ventana de oportunidad abierta para proyectos comunicativos innovadores, que daban respuesta a corrientes de opinión infrarrepresentadas en los medios tradicionales y que eran capaces de adaptarse al escenario digital.

Partiendo de las reflexiones más recientes sobre comunicación para el cambio social y de modelos normativos como el Espectáculo Ético (Duncombe, 2007) o el Cuarto Poder en Red (Sampedro, 2014), analizamos algunos de los proyectos comunicativos más innovadores que han emergido en España en el contexto post-15M.

Los estudios de caso realizados durante esta tesis giran en torno a cuatro ejes:

-Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada en España.

-Las prácticas *netartistas* desarrolladas por colectivos sociales.

-El impacto y penetración de las filtraciones ciudadanas en la esfera pública central española.

-La viabilidad de la prensa alternativa en los actuales sistemas mediáticos híbridos.

En los cuatro ejes de análisis destacan, por una parte, el rol activo que asumen los agentes de la sociedad civil en el proceso comunicativo y, por otra, el uso tecnopolítico que estos hacen de las tecnologías digitales. De este modo, la relevancia de esta tesis reside en su

capacidad de ofrecer una perspectiva de conjunto del estado de la comunicación de cambio social en España. Sin caer en idealismos o maximalismos, los estudios de caso permiten hacer una valoración, a partir de evidencias empíricas, de las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para la comunicación transformadora. Pero también permiten detectar los principales límites, contradicciones y retos a los que se enfrentan la sociedad civil movilizadora y el ejercicio periodístico en la era digital.

3. OBJETIVOS

Como hemos apuntado previamente, esta tesis trata de contribuir a las discusiones actuales en los campos de la comunicación para el cambio social y de los estudios de medios. En ella se evalúan proyectos comunicativos que exploran las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para generar prácticas mediáticas inclusivas, que favorezcan el acceso de actores y voces a la esfera pública. Los estudios de caso que conforman esta tesis tratan de responder, al menos de manera parcial y provisional, a una serie de cuestiones centrales para nuestra investigación.

En términos generales, las preguntas que suscitan esta tesis son: ¿Puede Internet favorecer modelos comunicativos más plurales, distribuidos y vigilantes en los que la sociedad civil se reconozca como sujeto político y comunicativo de pleno derecho? ¿Pueden las

tecnologías digitales consolidar metodologías de participación que nos aproximen a modelos normativos como la *democracia deliberativa* (Habermas, 1998), la *contrademocracia* (Rosanvallon, 2007), la *democracia monitorizada* (Keane, 2009), o la *democracia postrepresentativa* (Tormey, 2015)? ¿Si es así, bajo qué circunstancias? Por el contrario, ¿están ahondando las tecnologías digitales en procesos de control y mercantilización que limitan la incidencia política de la sociedad civil?

De esta serie de preguntas, se desprenden los objetivos generales de la investigación:

-Construir un marco conceptual desde el que analizar críticamente las oportunidades y límites que las tecnologías digitales suponen para la comunicación de cambio social y para las culturas de paz.

-Analizar las prácticas comunicativas emergentes que presentan mayor innovación –en términos de apertura, horizontalidad y colaboración– en los actuales sistemas mediáticos híbridos y evaluar su impacto y viabilidad.

-Contribuir a definir y ampliar los indicadores y criterios de evaluación de la comunicación de cambio social en términos de movilización y transformación social/incidencia política.

Estos objetivos generales se concretan en los estudios de caso desarrollados durante la tesis. Con ellos analizamos diferentes

estrategias de comunicación para el cambio social puestas en práctica en los últimos años en España a fin de conocer y evaluar:

1) La capacidad de la sociedad civil para construir sus propios canales de comunicación, centrándonos en el caso del 15M.

2) Las prácticas *netartistas* desarrolladas desde colectivos sociales con el fin de re-programar la comunicación persuasiva y los formatos y discursos cercanos al entretenimiento o el espectáculo.

3) El impacto de las filtraciones ciudadanas en la prensa española, valorando la apertura de la esfera pública central (Sampedro, 2000) hacia nuevos actores de la sociedad civil que actúan como alertadores y buscan alianzas con los medios profesionales para fiscalizar a los poderes públicos.

4) La viabilidad de un modelo periodístico fundado sobre los principios de la economía del bien común, que antepone la colaboración a la competencia y que aplica la filosofía y metodologías del código libre y abierto para actuar como Cuarto Poder en Red (Sampedro, 2014).

De este modo, nos centramos en los usos tecnopolíticos más innovadores que se han desarrollado en España en el contexto político y mediático post-15M. Para ello, testamos las potencialidades de las prácticas comunicativas analizadas y trazamos los límites y contradicciones que enfrentan en su puesta en práctica.

4. MARCO CONCEPTUAL

El marco teórico y conceptual que sustenta esta tesis presenta un marcado carácter interdisciplinar. En él dialogan propuestas teóricas surgidas desde las Ciencias de la Comunicación, la Sociología, las Ciencias Políticas o los Estudios de Paz. A fin de no excedernos en redundancias y reiteraciones –ya que cada capítulo cuenta con su propio apartado teórico– presentamos a continuación, y de manera sucinta, las claves conceptuales que sostienen nuestro trabajo.

4.1 COMUNICACIÓN, PODER Y CULTURAS DE PAZ

La comunicación, entendida como acto *performativo* (Austin, 1976; Butler, 1990), se presenta como un elemento central en el estudio de las sociedades contemporáneas y de sus relaciones de poder –tanto a nivel macrosocial como microsociales (Castells, 2009)–. Los estudios sobre “hegemonía” (Gramsci, 1999), “procesos de subjetivación” (Foucault, 1979) y formación del “habitus” (Bourdieu, 1997) han servido para evidenciar el componente *creativo* y *estructurante* del poder, que más allá de censurar, reprimir o impedir, produce lo real.

En este sentido, propuestas como la *teoría de la estructuración* de Giddens (1984) o la división de la existencia social en *campos* y *habitus* de Bourdieu (1997; 2007) contribuyeron a complejizar el estudio de los procesos sociales y comunicativos, superando los determinismos

objetivistas y subjetivistas. Estas propuestas evidenciaron la relación dialéctica entre actores y estructuras sociales –reconociendo cierto grado de agencia en los primeros, así como el componente *estructurante* de las segundas–. De este modo, los sistemas mediáticos y políticos aparecen como sistemas dinámicos que toman su forma de las prácticas e interacciones entre los diferentes actantes. Estas prácticas, sin embargo, se ven condicionadas por los contextos materiales en los que tienen lugar y por las relaciones institucionalizadas en las que se insertan.

Diferentes corrientes de investigación –como los Estudios para la Paz, los Estudios Culturales, los Estudios Postcoloniales o los Estudios de Género– han contribuido a ampliar estos debates sobre las relaciones de poder contemporáneas. El análisis de los elementos –materiales y simbólicos– que operan en los procesos sociales ha ayudado a identificar los dispositivos de control y las tipologías de la violencia. Al mismo tiempo, ha contribuido a visibilizar los procesos de resistencia, empoderamiento y emancipación que tratan de transformar los conflictos por vías pacíficas para construir Culturas de Paz (Galtung, 2003; Martínez-Guzmán, 2001; 2005)³.

En este sentido, los trabajos de Johan Galtung resultan esenciales al introducir la distinción entre *Paz Negativa* y *Paz Positiva* (1969).

³ Johann Gottfried Herder ya planteaba a finales del siglo XVIII que la civilización y la cultura no pueden entenderse como algo exclusivo de los países occidentales y *desarrollados*. Por ello ha pasado a hablarse de “Culturas” (Williams, 1976; Martínez Guzmán, 2001; 2005) y de “Modernidades” (Martín-Barbero, 1992). Con ello se hace referencia a las diferentes culturas que podemos encontrar diseminadas a lo largo del mundo y a las diferentes cosmovisiones que pueden llegar a darse simultáneamente en un mismo territorio.

Mientras la *Paz negativa* hacía referencia a las primeras interpretaciones de la paz como ausencia de guerra, el concepto de *Paz Positiva* consideraba necesarios el reconocimiento de la identidad, la justicia social y el desarrollo humano para poder hablar de Paces. Este planteamiento conducirá a Galtung a desarrollar su noción del “triángulo de la violencia” (1990; 1996), con el que identificaba tres tipos de violencia: la directa, la estructural y la cultural⁴. Mientras la primera de ellas permanece visible, al ejercerse de manera física, las otras dos operan de manera velada. La violencia estructural se relaciona con el ordenamiento económico y político, y tiene que ver con la estratificación de determinados grupos sociales impidiéndoles, de manera sistémica, alcanzar sus necesidades identitarias, culturales o materiales. La violencia cultural, en cambio, es aquella que legitima simbólicamente la existencia de la violencia física o estructural.

En las sociedades occidentales contemporáneas, en las que la conflictividad social y la violencia directa presentan índices bajos, el análisis de los dispositivos de control y de las prácticas de cambio social se traslada al plano estructural y cultural –ambos relacionados entre sí de manera dialéctica–. Las prácticas comunicativas se presentan, de este modo, como parte esencial de los procesos de negociación de las identidades colectivas, de los imaginarios sociales y de las culturas políticas (Melucci, 1996). En este sentido, la discusión teórica y

⁴ Otros autores han recurrido a otras terminologías –como violencia física, sistémica y simbólica (Bourdieu, 1979; Žižek, 2009)– para hacer referencia a esta distinción.

conceptual sobre la comunicación como herramienta de transformación social continúa abierta y en constante renovación.

Los Estudios Postcoloniales, el ecologismo, el ecofeminismo o las aportaciones de las escuelas latinoamericanas de la comunicación evidenciaron los límites del modelo de desarrollo occidental, iniciando un debate conceptual sobre la noción de “Comunicación para el Desarrollo” (Shiva, 2001; Chaparro, 2013; Barranquero-Carretero y Sáez-Baeza, 2015). Muchas de las organizaciones del tercer sector formaron parte de la crítica a este modelo comunicativo al considerar que lejos de empoderar a los actores implicados los cosificaba mediante relatos asistencialistas que perpetuaban las relaciones de dependencia (Farné, 2015).

Como resultado, nos encontramos con un debate terminológico que ha dado lugar a nociones tan diversas como: comunicación participativa (Díaz Bordenave, 1978), comunicación para la solidaridad y la cooperación (Erro Sala y Burgui, 2010) comunicación para empoderamiento ciudadano y ecosocial (Chaparro, 2009), comunicación para el decrecimiento o para el posdesarrollo (Chaparro, 2015), comunicación para/desde el buen vivir (Contreras, 2014; Barranquero-Carretero y Sáez-Baeza, 2015), comunicación para la justicia social (Wilkins, 2014), comunicación para el cambio social (Gumucio y Tufte, 2008; Barranquero, 2009; Mari Sáez, 2013; Tufte, 2015), etc.

Entre las diferentes terminologías, durante esta tesis recurrimos al concepto de “comunicación para el cambio social” al considerar que

recoge la diversidad de propuestas surgidas en los últimos años para superar el etnocentrismo, el androcentrismo, y el desarrollismo occidental. Estas propuestas han hecho énfasis en la necesidad de entender la comunicación como “advocacy” (Smith, 2008; Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012; Wilkins, 2014). Es decir, como un proceso educador que promueva la responsabilidad y el compromiso social, así como la implicación activa de los actores sociales en los asuntos públicos.

De este modo, frente al modelo de concentración y centralización del “poder simbólico” (Bourdieu, 1985) –que ha caracterizado a los sistemas mediáticos occidentales (MacBride et al., 1980; Bustamante, 2002; Serrano, 2010)– se han reivindicado modelos participativos que garanticen el acceso a la comunicación a sectores más amplios de la sociedad civil (Couldry, 2002; Rodríguez, 2011; García López, 2012). Como apuntara Martín-Barbero (2002), la capacidad de las comunidades para nombrar el mundo en sus propios términos se relaciona directamente con su capacidad para operar como sujetos políticos. Estas propuestas, por tanto, sugieren transitar desde modelos basados en la representación hacia modelos caracterizados por la *presencia* (Phillips, 1995), donde los actores sociales implicados puedan participar activamente de la construcción del discurso y el relato público.

Si bien, debido a su complejidad, los sistemas políticos y mediáticos contemporáneos precisan de mecanismos de representación –que

actúan de forma centrípeta para generar sus valores compartidos–, es el grado de porosidad de dicha esfera pública central (Sampedro, 2000) y el grado de acceso a la información por parte de la sociedad civil lo que determina la calidad del debate democrático. En esta tesis evaluamos las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para redistribuir el “poder simbólico” (Bourdieu, 1985) y para desarrollar metodologías de participación en el ámbito comunicativo. Analizamos las prácticas más innovadoras surgidas en el contexto post-15M en España, que han contribuido al desarrollo de una comunicación crítica y educadora que se ha centrado tanto en la “eficacia cultural” (Nos Aldás, 2007) como en la incidencia política y legislativa siguiendo criterios de justicia social (Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012).

Nos aproximamos a las prácticas organizativas y discursivas de los actores sociales que intervienen en el proceso comunicativo teniendo en cuenta, al mismo tiempo, los elementos estructurales que operan en los casos analizados. Este enfoque dual y dialéctico nos ayuda a presentar la complejidad de las transformaciones de los escenarios comunicativos, y a valorar las potencialidades –pero también los límites– que encuentran las prácticas comunicativas de cambio social con el desarrollo de la esfera pública digital y de los sistemas mediáticos híbridos (Chadwick, 2013).

4.2 ESFERA PÚBLICA DIGITAL Y SISTEMAS MEDIÁTICOS HÍBRIDOS

La *esfera pública*, entendida como campo social (Bourdieu, 1985), es el lugar metafórico de interlocución, mediación y negociación entre ciudadanía e instituciones. Se ha caracterizado –en su forma normativa– por ser un escenario de diálogo, interacción e intercambio (Habermas, 1998). Siguiendo a Sampedro (2000) distinguimos entre dos tipos de esferas públicas: la *esfera pública central* y las *esferas públicas periféricas*. La primera, dominada principalmente por los partidos y medios de comunicación tradicionales, suele operar con lógicas jerárquicas y alcanzar a amplios sectores de población. La segunda, más plural y heterogénea, acoge a corrientes de opinión minoritarias y en ocasiones (auto)marginadas. En ellas podemos situar, generalmente, a los medios alternativos y a la comunicación del tercer sector.

Es, por tanto, en la esfera pública periférica donde encontramos los proyectos comunicativos con mayor grado de experimentación e innovación en términos de horizontalidad y colaboración. La apertura de la esfera pública central hacia los discursos de las periféricas determina la pluralidad del sistema mediático y, en consecuencia, la legitimidad y calidad del debate democrático y de las políticas públicas.

El alcance y penetración de las tecnologías digitales ha alterado la tipología de estas esferas públicas, así como de los sistemas mediáticos. Los medios y canales de comunicación tradicionales han experimentado

un proceso de hibridación (Chadwick, 2013) con los medios y plataformas digitales, dando lugar a procesos comunicativos “multicapa” (Toret, 2013). Los medios de masas, la comunicación *offline* y la comunicación digital se imbrican en un nuevo escenario de interdependencias trasmedia.

En el caso español, las transformaciones en los flujos comunicativos aparecieron como una oportunidad para alterar la concentración mediática de la esfera pública central (Serrano, 2010), posibilitando el acceso a herramientas y canales de comunicación a nuevos actores de la sociedad civil. El paradigma comunicativo de la cultura de masas, caracterizado por la verticalidad y la unidireccionalidad, dejaba paso a la comunicación distribuida en red donde la ciudadanía y la prensa alternativa podían encontrar nuevas oportunidades para participar políticamente e influir en las agendas mediáticas (Rheingold, 2004; Benkler, 2006; Castells, 2009; Shirky, 2010). De este modo, las *tecnologías cívicas* (Sánchez-Duarte et al, 2015) aparecían como un elemento de redefinición y resurgimiento de la esfera pública como espacio plural de deliberación (Benkler, 2006; Castells, 2012).

Desde finales del pasado siglo, hemos podido observar cómo las herramientas digitales han sido parte constitutiva de movimientos sociales y organizaciones de la sociedad civil en diferentes latitudes. También ha sido así en el caso español (Sampedro y Martínez Avidad, 2018), donde desde 2004 –con la convocatoria del “Pásalo” a través de SMS– han ido progresivamente adquiriendo un papel más relevante en

la organización de movimientos sociales. El 15M fue el punto de cristalización de un proceso de largo recorrido en el que las “redes activistas” –propias de las convocatorias contra la globalización– habían dejado paso a las “multitudes conectadas” (Rovira, 2017) –caracterizadas por su transversalidad y por el desarrollo de metodologías participativas distribuidas en redes físicas y digitales.

Más allá del ciclo de movilizaciones de 2011, en el caso español estas transformaciones han tenido impacto tanto en el sistema político como mediático. Hemos asistido a la crisis del modelo bipartidista con el surgimiento de nuevos partidos –como la Red Ciudadana Partido X o Podemos– y con el crecimiento de Ciudadanos. En lo referente al sistema mediático, la crisis de credibilidad y de modelo de negocio de la prensa tradicional ha dado lugar a nuevos medios, que experimentan temas, enfoques, y modelos de negocio alternativos en el escenario digital.

Sin embargo, tras un largo proceso de consolidación, Internet también muestra riesgos para las prácticas comunicativas de cambio social. Los procesos de concentración de los flujos comunicativos están reproduciéndose en los escenarios digitales, incrementándose la homogeneidad de contenidos y enfoques (Curran et al, 2012; McChesney, 2014). Al mismo tiempo, nos encontramos con el uso que instituciones públicas y privadas están haciendo de las redes digitales para controlar, monitorizar y perfilar a los usuarios (Mattelart, 2009; Gehl, 2013; Ramonet, 2016). Observamos los efectos de fragmentación,

polarización e hiperindividualización de la ciudadanía (Fenton y Barassi, 2011; Mancini, 2013; Han, 2014), así como las dinámicas de auto-explotación y mercantilización de las identidades y de los vínculos sociales que se reproducen en red (Fuchs y Sandoval, 2015; Sampedro, 2018).

Frente a una suerte de *mitología digital*, que presentaba Internet como un escenario de *desmediación* en el que los usuarios podían comunicarse libremente sin barreras geográficas o temporales, nos encontramos ante un contexto de “mediatización profunda” (Couldry y Hepp, 2016). Si bien las tecnologías pueden ser dúctiles en sus usos y efectos, encontramos casos en los que “ciertas clases de tecnología no permiten tal flexibilidad, y elegir las significa elegir sin lugar a dudas una forma en particular de vida política” (Winner, 2008: 32). Ante esto, cobran relevancia los análisis de Internet desde perspectivas cercanas a la Economía Política de los medios. Análisis que comienzan a tener en cuenta las relaciones de poder existentes en los actuales escenarios digitales: control material de infraestructuras, regulaciones y marcos legales, procesos de apertura y concentración de los flujos informativos, extracción y análisis de datos, etc. (Curran et al., 2012; McChesney, 2014; Fuchs, 2014; Rodríguez Prieto y Martínez Cabezedo, 2016). Estos trabajos nos permiten tener una imagen más completa –y probablemente menos idealizada– de los procesos políticos y comunicativos de cambios social en los escenarios digitales.

Teniendo en cuenta los riesgos que hemos descrito, durante esta tesis analizamos algunos de los proyectos comunicativos de cambio social que han explorado el potencial tecnopolítico de la esfera pública digital en España. Nuestro objetivo es (re)pensar y evaluar el ejercicio comunicativo en el escenario digital, siendo sensibles a los límites de estas transformaciones pero visibilizando las oportunidades abiertas para la comunicación transformadora. Para ello, recurrimos a los resultados de investigación de los proyectos académicos a los que se ha vinculado esta tesis⁵ y a modelos normativos como el Cuarto Poder en Red (Benkler, 2011; Sampedro, 2014) o el Espectáculo Ético (Duncombe, 2007).

4.3 PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE CAMBIO SOCIAL EN EL ESCENARIO DIGITAL

Como hemos apuntado en el apartado anterior, las prácticas tecnopolíticas en España han potenciado la emergencia de nuevos movimientos sociales, partidos y medios (Sampedro y Martínez Avidad, 2018). Estos, han reivindicado mayor radicalidad democrática y han experimentado con metodologías participativas en los procesos políticos

⁵ Nos referimos a los proyectos de investigación “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (CSO 2012-34066), “Testimonio ético y comunicación para el cambio: Análisis de modos de resignificación de la figura de la víctima y de re-situación de los agentes sociales” (P12015·1B2015-21), “Prácticas y perfiles tecnopolíticos. Noción emergente de ciudadanía” (CSO2013-48612-C2-1-P), y “Mapeo y caracterización de medios periodísticos alternativos de carácter online en España” (GV/2017/019).

y comunicativos. Si bien los contextos objetivos en los que se desarrollan estos proyectos comienzan a mostrar signos de agotamiento y cooptación por parte del Estado y del mercado, resulta de especial interés evaluar las prácticas tecnopolíticas y comunicativas que han sido capaces de desarrollar proyectos innovadores con perspectiva de cambio social.

Al recurrir al concepto “Prácticas Comunicativas” –o “*media practices*”– (Couldry, 2004; McCurdy, 2011; Barassi y Treré, 2012; Mattoni, 2012) prestamos atención tanto a lo que hacen y dicen los actores sociales en relación a los medios como al acervo cultural, moral o ideológico que contribuye a organizar y conformar dichos procesos comunicativos (Couldry, 2004; Treré, 2012). De este modo, al hablar de “prácticas” centramos nuestro análisis en dos tipos de procesos observables: De una parte, las relaciones dinámicas que se establecen entre actantes del proceso comunicativo; y de otra, los discursos que se activan en cada caso (Couldry, 2004).

En este sentido, el proyecto *e-comsoc*⁶ nos permitió sistematizar los criterios organizativos y las estrategias discursivas con mayor incidencia política y cultural entre las prácticas comunicativas de cambio social. El análisis de proyectos y campañas vinculadas a la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (Nos Aldás, Seguí-Cosme e Iranzo, 2015), al movimiento 15M (Arévalo Salinas, 2014), a la convocatoria de United for Global Change (Iranzo y Farné, 2013; Nos

⁶ Acrónimo del proyecto: “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (CSO 2012-34066).

Aldás y Farné, 2015), o al movimiento feminista en España (Castillo Mateu, 2015) fue delineando las principales innovaciones que, en el plano comunicativo, estaban implementando los movimientos sociales en el escenario digital. De este modo, se comenzó a conceptualizar un nuevo modelo de eficacia cultural para la comunicación de cambio social (Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012), que terminó concretándose en las siguientes características:

-Los objetivos de la comunicación para cambio social han de ser colectivos e inclusivos, enfocándose a la incidencia cultural y estructural, problematizando las injusticias en clave política.

-Los procesos comunicativos han de ser horizontales y distribuidos. De este modo se garantiza la participación, la implicación y el aprendizaje cooperativo.

-Dichos procesos deben fomentar el empoderamiento, tanto en el plano material como emocional, superando el asistencialismo y la victimización para reforzar la agencia política de la sociedad civil.

-Los marcos de esperanza, de paz y no-violencia, y de justicia social aparecen como los más eficaces para la implicación y movilización de la ciudadanía en procesos de transformación de conflictos por vías pacíficas. Estos enfoques contribuyen a resaltar las capacidades propias de los actores sociales implicados.

-El éxito y alcance de la comunicación transformadora se relaciona con su capacidad de obtener “resonancia cultural” (Benford y Snow, 2000;

Nos Aldás, Seguí-Cosme e Iranzo, 2015). La transversalidad –tanto en temas como en enfoques– y la insistencia en el carácter no-violento de las demandas y acciones que se comunican potencian dicha resonancia cultural.

-Visibilizar los éxitos concretos relacionados con nuestros objetivos favorece el sentimiento de esperanza, generando mayor implicación y movilización.

-La comunicación de cambio social ha de orientarse a los diferentes medios que operan en los sistemas mediáticos híbridos. Saber leer los rituales y los lenguajes propios de cada plataforma y de sus públicos favorecerá la eficacia y eficiencia cultural y política.

Estos criterios nos permiten pensar la comunicación de cambio social como un proceso crítico y educador, centrado en potenciar las capacidades de la sociedad civil para operar como sujetos políticos y comunicativos de pleno derecho (Chaparro, 2009; Sampedro, 2014). Un modelo inclusivo y transversal que busca incentivar la participación e implicación de la ciudadanía en los asuntos públicos; y que –en lo político– trasciende el marketing electoral para potenciar las prácticas deliberativas y el carácter discursivo de las esferas públicas.

Para complementar estas aportaciones teóricas, y especialmente para poder trasladarlas al análisis de los escenarios digitales, hemos recurrido a modelos normativos como el Cuarto Poder en Red (Sampedro, 2014) y el Espectáculo Ético (Duncombe, 2007).

El primero de ellos, encuentra en el periodismo colaborativo la vía para devolver a los medios el rol de vigilantes del poder y de contrapoder. La sinergia entre *ciudadanía mediactiva* (Gillmor, 2010) y periodistas profesionales, así como entre diferentes redacciones, permitiría fiscalizar los poderes públicos de manera distribuida y expandida. La emergencia de una esfera pública digital aún autónoma y, más concretamente la experiencia de WikiLeaks, manifestaron la necesidad – y la posibilidad– de renovar el periodismo bajo los principios de la ética hacker (Himanen, 2001). De este modo, la información adquiere valor como servicio público y como bien común, por lo que se reclama su apertura (código abierto) y libre circulación (código libre). El código abierto permite fiscalizar no solo al resto de poderes, sino al propio contrapoder en red, que aporta documentos y archivos atestiguando la veracidad de la información revelada. El código libre garantiza que la información pueda ser modificable, reutilizable y copiable, según los fundamentos de la cultura libre.

Desde esta perspectiva, la colaboración se presenta como el mecanismo más efectivo para el ejercicio del periodismo crítico y de denuncia. Mientras el *periodismo industrial* (Anderson, Bell y Shirky, 2014) sigue las lógicas de la exclusividad, la mercantilización informativa y la competencia entre medios, el Cuarto Poder en Red recurre a la colaboración y la cooperación. El papel activo de las comunidades con las que se relacionan los medios asegura la defensa de sus intereses y un relato colectivo más inclusivo. La cooperación entre diferentes

medios (mancomunando recursos), permite escalar las investigaciones, abordando problemáticas transnacionales y ampliando su alcance e impacto. A su vez, esta colaboración y apertura transnacional hace posible superar controles y censuras estatales (Sampedro, 2014: 244).

El periodismo de filtraciones ha aportado los ejemplos más destacados a este modelo de periodismo colaborativo. Frente a las filtraciones oficiales –vinculadas a las élites y que generalmente suministran información interesada para minar el capital simbólico de sus adversarios políticos– en los últimos años han proliferado las filtraciones ciudadanas –sustentadas por individuos alejados de las estructuras de poder, que liberan información por compromiso cívico–. Estas prácticas, que podemos encontrar previamente en casos como los Papeles del Pentágono, han sido adaptadas a los entornos digitales con experiencias como WikiLeaks, la Lista Falciani, los Papeles de Panamá o las iniciativas de “*accountability* social” en América Latina (Peruzzotti, 2006). Todas ellas han estado apoyadas en el rol activo de la sociedad civil y en redes de colaboración entre medios.

En el caso español encontramos, por ejemplo, la participación de *El Confidencial* en el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ, por sus siglas en inglés) que ha dado cobertura a filtraciones como la Lista Falciani, los Papeles de Panamá o los Papeles del Paraíso. También destacan los buzones de filtraciones de Xnet y Filtrala.org. A través de esta última plataforma, *eldiario.es*, *La Marea* y

Diagonal llevaron a cabo, colaborativamente, la cobertura de los Papeles de la Castellana.

Una vez presentado el modelo normativo del Cuarto Poder en Red, que resulta especialmente operativo para el análisis de los proyectos de corte informativo y periodístico, pasamos a presentar el modelo del Espectáculo Ético (Duncombe, 2007). Desde este modelo tratamos de evaluar la importancia de la comunicación emocional y persuasiva como parte del repertorio de prácticas comunicativas de cambio social.

En los últimos años encontramos propuestas que han destacado el potencial emancipador de las narrativas que reescriben la experiencia común desde una perspectiva contrahegemónica (Tufte, 2015; Canning y Reinsborough, 2010; Nos Aldás, 2007; Boyd y Oswald Mitchell, 2012; Illescas, 2015). Si bien las prácticas del arte no tienen una proyección directa en políticas externas a ellas, sí “contribuyen a diseñar un paisaje nuevo de lo visible, de lo decible y de lo factible. Ellas forjan contra el consenso otras formas de ‘sentido común’, formas de un sentido polémico” (Rancière, 2010: 77).

Como apuntaba Duncombe (2015), los movimientos sociales han de ser capaces de analizar el escenario en el que operan para poder utilizarlo en su propio interés. El componente afectivo y emocional de la comunicación ha sido parte constitutiva del *storytelling* neoliberal, que ha ido construyendo una serie de *scripts* para legitimarse como modelo económico-político (García López y Simancas González, 2016). La apropiación y reprogramación de los discursos creativos –desde el

eduentretenimiento al discurso publicitario, pasando por el videoclip o la performance- aparece como un aspecto fundamental para deconstruir las narrativas que legitiman violencias e injusticias. Las prácticas *artistas* o *netartistas* se presentan, de este modo, como una vía para desarrollar una “imaginación moral” (Lederach, 2005) o una “imaginación radical” (Khasnabish y Haiven, 2014) que preceda –o acompañe– a la materialización de proyectos de cambio social.

Han sido múltiples los ejemplos prácticos que han explorado estas vías en el arte, en la sátira o en el espectáculo. Propuestas como la *guerrilla semiológica* (Eco, 1987), el *culture jamming* (Dery, 1993) o el *détournement* (Debord y Wolman, 1956) han inspirado a una amplia variedad de proyectos como *Billboard Liberation Front*, *The Illuminator*, *Brandalism*, *Adbuster*, *The Yes Men*, *Guerrilla Girl*, *Fiambarrera Obrera*, *YoMango* o *Flo6x8* entre muchos otros. La noción de Espectáculo Ético (Duncombe, 2007) nos permite analizar el potencial de estas propuestas de cambio social proponiendo un tipo ideal que, más allá del contenido discursivo, plantea el modelo organizativo y relacional entre las personas implicadas en el proceso comunicativo. Este modelo normativo presenta una tipología de espectáculo caracterizado por ser:

-Participativo: Potenciando la implicación e intervención de la sociedad civil en las diferentes fases del proceso creativo –planificación, ejecución, distribución, difusión, etc.

-Abierto: Permitiendo la permeabilidad del espectáculo hacia los contextos concretos en los que se desarrolla. De este modo, la forma

final de la propuesta incorporaría las aportaciones de aquellas personas que, sin ser parte inicial del proyecto, se deciden a participar en cualquiera de sus fases.

-Transparente: Evidenciando claramente que el espectáculo al que se asiste o del que se participa es “una actuación, no la realidad; un símbolo, no una simulación” (Duncombe, 2007: 151). Esto permite que tanto productores como espectadores puedan intervenir en él conociendo explícitamente los objetivos del mismo con claridad.

-Realista: En relación con el punto anterior, y sin ser una realidad en sí mismo, el espectáculo ha de ser realista. Es decir, ha de abordar problemáticas sociales y políticas de manera creativa con el objetivo de incidir en ellas y avanzar hacia su transformación.

-Utópico: Al mismo tiempo, el espectáculo ético ha de aportar una perspectiva utópica de la realidad, que pueda servir para transformar marcos de injusticia y para comenzar a imaginar procesos de cambio social.

Estas propuestas teóricas, ampliadas en los marcos conceptuales de cada uno de los capítulos que conforman esta tesis, son el eje central de nuestras investigaciones. Partiendo de ellas, testamos la posibilidad fáctica de construir alternativas comunicativas operando desde el escenario abierto, pero también limitado, de la esfera pública digital.

5. ESTUDIOS DE CASO Y METODOLOGÍAS

Como apuntábamos previamente, los objetivos de esta tesis pasan por analizar y evaluar la operatividad de los escenarios digitales para poner en práctica proyectos comunicativos de cambio social. Para ello, hemos recurrido a cuatro estudios de caso con los que analizar el impacto y viabilidad de estas prácticas comunicativas en los sistemas mediáticos híbridos. Concretamente, en esta tesis se han analizado:

1. Los proyectos comunicativos de cambio social surgidos desde la sociedad civil movilizadora en el marco del 15M, prestando especial atención al caso del informativo *Sí se puede* –realizado y emitido por *Toma la Tele*.
2. El proyecto *artista* denominado Colectivo Enmedio, que explora el potencial de la intervención artística como estrategia de cambio social. Concretamente nos centramos en su campaña *Fiesta Sierra-Bankia*, realizada en junio de 2012.
3. El impacto y penetración del periodismo de filtraciones y del escándalo mediático en la esfera pública central. En este caso, se llevó a cabo un estudio del Caso Monedero, la Lista Falciani y el Caso Pujol.
4. Las innovaciones y la viabilidad de un proyecto periodístico profesionalizado como es *El Salto*, que está experimentando la construcción de un medio descentralizado que entiende la comunicación como bien común y que se organiza en base a principios colaborativos.

De este modo, hemos llevado a cabo dos estudios de caso centrados en los proyectos surgidos desde la sociedad civil en su intento por abrir canales propios de comunicación, así como otros dos en los que se analiza el potencial de las vías de colaboración abiertas entre la ciudadanía *mediactiva* y los proyectos periodísticos profesionalizados. Si bien las propuestas analizadas parten de diferentes estrategias, en todas ellas se observa el rol activo que la sociedad civil ha venido reclamando mediante propuestas innovadoras en el ámbito comunicativo. Estas propuestas se han apoyado en el uso de las tecnologías digitales para escalar en eficacia cultural y en incidencia política.

En relación a las metodologías aplicadas, cabe apuntar el desafío que supone analizar las prácticas comunicativas de cambio social en el entorno digital (Sádaba, 2012; Farné, 2015). Como apuntara Feyerabend (1986: 1) reformulando la aseveración de Lenin⁷:

La historia en general, y la historia de las revoluciones en particular, es siempre más rica en contenido, más variada, más multilateral y más viva e ingeniosa de lo que incluso el mejor historiador y el mejor metodólogo pueden imaginar.

La limitación metodológica se agrava, todavía más, en el caso del estudio de procesos sociales tan contingentes como los relacionados con los movimientos sociales y la comunicación digital. La dificultad, en este

⁷ “La historia en general, y la historia de las revoluciones en particular, es siempre más rica en contenido, más variada, más multilateral y más viva e ingeniosa de lo que incluso los mejores partidos y las vanguardias más conscientes de las clases más avanzadas pueden imaginar” (Lenin, V. I (1967) [1920]: “Left-Wing Communism-An infantile disorder”. *Selected Works*. vol. 3: 401).

caso, se relaciona tanto con la proximidad temporal hacia los casos analizados, como con el dinamismo de los objetos de estudio. La propia evolución de los movimientos sociales en las últimas décadas, así como la transformación de los escenarios comunicativos representan un verdadero reto metodológico, convirtiendo los procesos comunicativos de cambio social en los entornos digitales en un difícil objeto de estudio (Curran, 2010; Farné, 2015).

En este sentido, Farné (2015) plantea la necesidad de asumir ciertas limitaciones en la investigación. De una parte, considerar que los resultados pueden ser difíciles de extrapolar a causa de la velocidad de los cambios –tanto de los actores sociales como de los contextos en los que operan–. Lejos de invalidar el estudio de caso –ya que este puede servir para extraer información relevante en un contexto particular– este planteamiento destaca la importancia de recontextualizar y resituar los resultados de investigación trascurrido cierto tiempo desde el estudio. Al mismo tiempo, destaca la importancia de utilizar marcos metodológicos diseñados *ad hoc*, que combinen diferentes técnicas a fin de responder de forma adecuada a las particularidades de cada estudio de caso (Karpf, 2012; Farné, 2015).

Siguiendo este planteamiento, en la realización de esta tesis hemos recurrido a una metodología que triangula entre diferentes técnicas cualitativas y cuantitativas. A continuación, presentamos brevemente su aplicación en cada uno de los estudios de caso:

1. El primero de los capítulos se divide en dos fases de estudio. La primera parte presenta un carácter exploratorio, y en ella detectamos y clasificamos los proyectos comunicativos surgidos del 15M en España. Durante esta fase de localización y categorización realizamos una búsqueda de información a través de diferentes plataformas, redes sociales y publicaciones previas. Al mismo tiempo, desarrollamos las tres categorías en las que incluimos los proyectos localizados: a) Periodísticos, b) Participativos y de Creación Colectiva de Conocimiento, c) Transparencia.

En la segunda fase centramos el análisis en el informativo *Sí se puede*, emitido por *Toma la Tele* y focalizado en la problemática de la vivienda en España. La muestra seleccionada se corresponde con los primeros 5 capítulos, coincidiendo con el periodo de debate y votación de la Iniciativa Legislativa Popular presentada por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) y con la campaña de escraches que precedió a su votación en el Congreso. Las metodologías utilizadas en este caso triangulan entre el análisis de contenidos y al análisis de discurso. El análisis de contenidos quedó concretado en dos niveles:

a) Extracción de datos e información básica: Datos de referencia, temas centrales, formato de información y duración.

b) Elementos de construcción noticiosa: Tipo de fuentes utilizadas, rol de los periodistas, grado de contextualización.

Finalmente, como tercer nivel de observación, realizamos un análisis de discurso para determinar el uso de recursos que fueron identificados por el proyecto *e-comsoc* como algunos de los más adecuados para generar implicación –o *engagement*– en la sociedad civil. Concretamente realizamos un análisis del uso del refuerzo positivo, la transversalidad o el pacifismo en las piezas de la muestra.

2. El segundo de los estudios de caso se centra en el Colectivo Enmedio. Se trata de un proyecto *netartista*, fundado en 2007 en Barcelona, que ha trabajado la intersección entre los discursos creativos y la intervención política. Algunas de sus principales campañas serían *Campeones del Paro*, *Sí se puede* –realizada junto a la PAH–, *Fiesta Cierra-Bankia* o, más recientemente, *Mundo-Valla*.

Para realizar el análisis de las prácticas comunicativas de este colectivo partimos del modelo normativo del Espectáculo Ético (Duncombe, 2007). De este modo, nos aproximamos tanto a los procesos internos de Enmedio como a los recursos discursivos utilizados en la campaña *Fiesta Cierra-Bankia*. En primer lugar, para analizar los procesos internos del colectivo, recurrimos a la sistematización de experiencias (Mejía, 2012). En este sentido, cabe mencionar una de las principales limitaciones del estudio, ya que por falta de tiempo y recursos tuvimos que recurrir a fuentes secundarias –entrevistas, declaraciones y artículos– para llevar a cabo esta parte del análisis. En segundo lugar, realizamos un análisis de discursivo audiovisual de la campaña *Fiesta Cierra-Bankia*, una de las que más proyección y alcance ha tenido entre

las realizadas por este colectivo. En nuestro análisis evaluamos las estrategias discursivas de cambio social que aparecen en la pieza. Además, al igual que en el capítulo anterior, prestamos especial atención al uso del refuerzo positivo, la transversalidad y el pacifismo.

3. El tercer capítulo evalúa el impacto del periodismo de filtraciones – oficiales y ciudadanas– en la esfera pública central española. En este caso, recurrimos a la combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas para analizar la cobertura recibida por el Caso Monedero, la Lista Falciani y el Caso Pujol en la prensa tradicional.

El estudio de caso se dividió en dos partes. La primera analizaba comparativamente la cobertura del Caso Monedero y de la Lista Falciani durante el mes de febrero de 2015 –mes en el que salen a la luz ambas filtraciones–. En este caso, recurrimos a un análisis de contenidos de las portadas y piezas de opinión de los medios de la muestra (*El País, El Mundo, ABC, El Periódico y El Confidencial*), así como a un análisis de marcos discursivos (Entman, 1993; Matthes and Kohring, 2008).

La segunda parte, que sirve para complementar al estudio del Caso Monedero, analiza el tratamiento mediático del Caso Pujol durante septiembre de 2015 –coincidiendo con las elecciones autonómicas en Cataluña–. Para ello, se recurrió a un análisis de contenidos de las portadas y piezas de opinión de dos medios de editados en Madrid y otros dos en Cataluña (*El País, ABC, La Vanguardia, El Periódico*).

Mediante esta metodología, y con el modelo normativo del Cuarto Poder en Red (Sampedro, 2014) como marco de referencia, evaluamos el grado de apertura de la prensa tradicional hacia procesos colaborativos relacionados con las filtraciones ciudadanas.

4. En el cuarto capítulo realizamos un análisis de *El Salto*, un medio alternativo surgido en 2017 de la refundación de *Diagonal*. Se trata de un proyecto descentralizado, en el que colaboran más de una veintena de medios y que cuenta, a su vez, con una edición general y otras siete territoriales. En este caso, aplicando nuevamente los principios del Cuarto Poder en Red, analizamos el potencial y la viabilidad de un proyecto periodístico fundado sobre una lógica abierta, participativa y colaborativa. Para ello, realizamos una sistematización de la experiencia (Mejía, 2012) recurriendo, para ello, a la revisión documental y a cuatro entrevistas en profundidad. Concretamente se realizó:

-Una revisión de un total de 14 documentos en los que se plasma la planificación estratégica del proyecto desde julio de 2015 –cuando se presenta la primera hoja de ruta– hasta octubre de 2017 –cuando se celebra la primera Asamblea General de *El Salto*.

-Cuatro entrevistas en profundidad semiestructuradas con tres trabajadoras del medio (Pablo Elorduy, Ter García y Jota de la Jara) y una de las fundadoras de *Diagonal* y actual colaboradora de *El Salto* (Laura Corcuera).

Esta combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas, diseñadas *ad hoc* para adaptarse a las características propias de cada estudio de caso, trata de operacionalizar la realidad compleja de la comunicación de cambio social en los sistemas mediáticos híbridos. El objetivo de su aplicación es poder extraer evidencias empíricas que contribuyan a:

- a) Detectar las prácticas comunicativas que generan mayor concienciación, implicación y compromiso en procesos de transformación social por vías pacíficas.
- b) Determinar los principales retos a los que estos proyectos se enfrentan y detectar posibles vías para superarlos.

6. ESTRUCTURA DE LA TESIS

Esta tesis es el resultado del trabajo realizado durante cuatro años en el marco de varios proyectos de investigación. Inicialmente, se enmarcó en el proyecto “e-comsoc”, dirigido por Eloísa Nos desde la Universitat Jaume I (UJI) y el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP). Una vez finalizado este proyecto, continuó desarrollándose con el de “Testimonio ético y comunicación para el cambio: Análisis de modos de re-significación de la figura de la víctima y de re-situación de los agentes sociales”, dirigido por María José Gámez. Entre octubre de 2014 y octubre de 2016, en el marco de estos dos proyectos, realizamos los trabajos que conforman los dos primeros capítulos de la tesis. En la

elaboración del segundo de ellos también se incorporan las principales temáticas trabajadas durante una estancia de investigación en el Gallatin School de la New York University con Stephen Duncombe.

En octubre de 2016, por razones burocráticas nos vimos obligados a realizar un cambio de centro de la Ayuda FPI MINECO que sustenta esta tesis. Ahí iniciamos los trámites para el traslado de la UJI a la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), para la incorporación al proyecto “Prácticas y perfiles tecnopolíticos. Nociones emergentes de ciudadanía”, dirigido por Víctor Sampedro. Durante los dos últimos años de la tesis desarrollamos los capítulos 3 y 4, incorporando las perspectivas teóricas y metodológicas que venían trabajándose en dicho proyecto. Durante este periodo también realizamos una estancia en el Centre on Social Movement Studies (COSMOS) de Florencia con Donatella della Porta, donde pudimos profundizar en el marco teórico que acompaña al último de los capítulos de la tesis.

Este trabajo, por lo tanto, ha estado marcado por un nomadismo geográfico y académico que ha contribuido a su interdisciplinariedad. La participación en los diferentes proyectos de investigación y en los cursos y seminarios desarrollados en el Máster en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo (Cátedra UNESCO UJI) y en el Máster en Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digitales (URJC y MediaLab-Prado) han dado lugar a una tesis en la que dialogan disciplinas como los Estudios de Paz, los Estudios de Comunicación o las Ciencias Políticas.

Formalmente, la tesis se compone de una introducción general, cuatro capítulos, un apartado de discusión, otro de conclusiones, y uno final en el que se exponen las líneas abiertas de investigación. En la introducción general presentamos las motivaciones y enfoques que dan origen a este trabajo, su relevancia, objetivos y el marco teórico y metodológico empleados.

A continuación, cinco trabajos académicos conforman los cuatro capítulos de la tesis. Concretamente, se trata de una comunicación presentada a un congreso internacional y cuatro artículos académicos (uno de ellos indexado en Scopus y otro en ISI Web Of Science).

El primero de ellos está formado por una comunicación presentada al Congreso Internacional sobre Movimientos Sociales y TIC (Sevilla, 2015) y un artículo publicado en la *Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos* –que edita la Universidad Estatal Paulista de Brasil–. Estos dos trabajos, fueron concebidos inicialmente para conformar una única publicación académica. Por motivos de extensión nos vimos obligados a elaborar dos artículos diferentes. Sin embargo, ambos están centrados en el estudio de caso del informativo *Sí se puede* por lo que hemos decidido unificarlos en esta memoria para presentarlos como inicialmente se había proyectado. Estos artículos están elaborados junto a Álex Iván Arévalo, en el marco del proyecto “e-comsoc”, y en ellos realizamos:

a) Una búsqueda y categorización de los proyectos comunicativos creados por la sociedad civil en España a raíz del 15M.

b) Un estudio de caso de los 5 primeros episodios de *Sí se puede*, un informativo centrado en el derecho a la vivienda en España realizado y emitido digitalmente por *Toma la Tele*.

El segundo capítulo se corresponde con un artículo publicado en *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, editada por la Universidad de Sevilla e indexada en Scopus y en Emerging Source Citation Index (ESCI). En este artículo se incorporan aportaciones del proyecto “e-comsoc”, así como del trabajo desarrollado en la estancia en la NYU y en el proyecto sobre Testimonio Ético. En este artículo nos centramos en el potencial de los discursos creativos, que exploran en el espectáculo y en la comunicación emocional formas de incidencia política y cultural para el cambio social. Concretamente se analiza la campaña *Fiesta Sierra-Bankia*, del proyecto *netartista* Colectivo Enmedio.

El tercer capítulo lo conforma un artículo publicado en *European Journal of Communication* (indexada en ISI Web of Science, IF JCR: 1.500 Q2). Este artículo está redactado en inglés para cumplir con los requisitos para la mención internacional de este programa de Doctorado. Fue elaborado junto a Víctor Sampedro y Álvaro Carretero. En él nos centramos en el periodismo de filtraciones y las vías abiertas para desarrollar un periodismo colaborativo –entre ciudadanía y medios, y entre diferentes redacciones–. Para ello analizamos la cobertura recibida por una filtración ciudadana (la Lista Falciani) y por dos filtraciones oficiales (el Caso Monedero y el Caso Pujol) en la prensa

tradicional en España. De este modo, evaluamos la apertura de la esfera pública central hacia la ciudadanía *mediactiva* (Gillmor, 2010), que opera como alertadora para construir colaborativamente una agenda mediática vigilante. Analizamos, a su vez, el rol de las fuentes oficiales y del escándalo mediático (Burkhardt, 2006; Nyhan, 2014) en la comunicación política actual.

El último de los capítulos de esta tesis se centra en el caso de *El Salto*, un medio alternativo surgido de la refundación de *Diagonal* como proyecto distribuido y colaborativo. Con este trabajo, desplazamos el foco de estudio de la esfera pública central a la periférica, para determinar la viabilidad de un medio creado desde lógicas cercanas al modelo normativo del Cuarto Poder en Red (Sampedro, 2014). El artículo apareció publicado en *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital* editada por la Universidad de Cádiz.

Junto a estos cinco artículos, que dan forma a los cuatro capítulos de la tesis, hemos desarrollado otras dos publicaciones académicas. Si bien estas publicaciones no aparecen como capítulos en la memoria final, sí han contribuido a la planificación de esta tesis y a la elaboración de su marco teórico. Se trata de un capítulo de libro y de un artículo académico. El capítulo de libro se titula “El EZLN y el Movimiento 15M. Un análisis de sus elementos discursivos compartidos”, y fue publicado en *#Comunicambio. Comunicación y sociedad civil para el Cambio Social* (Nos Aldás et al., 2015). El artículo se tituló “Comunicación para la paz. Una propuesta pedagógica para el cambio social” y fue elaborado junto

a Alessandra Farné. Se publicó en la *Revista Opción* (Indexada en Scopus).

En la parte final de esta memoria, incorporamos una sección de discusión y otra de conclusiones generales en las que se presentan y debaten los principales resultados de investigación. Se exponen, a su vez, las líneas de investigación abiertas, algunas de las cuales ya están desarrollándose en el marco de proyectos como “Mapeo y caracterización de medios periodísticos alternativos de carácter online en España”, dirigido por Álex Arévalo; o en “Dietética Digital”, con el que estamos desarrollando herramientas pedagógicas para la alfabetización mediática crítica.

CAPÍTULO 1



LOS PROYECTOS COMUNICATIVOS SURGIDOS DESDE LA SOCIEDAD CIVIL INDIGNADA EN ESPAÑA. EL CASO DEL INFORMATIVO *SÍ SE PUEDE*.



ÁLEX IVAN ARÉVALO SALINAS^a
FRANCISCO JAVIER LÓPEZ-FERRÁNDEZ^{a, b}

^aUNIVERSITAT JAUME I

^bUNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

INTRODUCCIÓN

Tecnopolítica, wikirrevoluciones, ciberactivismo, hacktivismo, revolución 2.0, tecnoutopías, twitRevolution... Estos y otros neologismos han ido apareciendo recientemente asociados a los diferentes movimientos sociales que han surgido en los últimos años en varios rincones del planeta; desde los países árabes, Grecia o Islandia, hasta España o EEUU. Nos encontramos inmersos en pleno debate sobre los efectos que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) comienzan a tener para el conjunto de las sociedades. En esta discusión encontramos voces que han mantenido una postura que podría presentarse como *ciberoptimista* (Shirky, 2010), mientras que otros autores han criticado el desarrollo de las TIC y han mostrado su preocupación ante las potencialidades que la red puede presentar como

espacio de entretenimiento, *espectacularización*, y banalización de las relaciones sociales y de la participación política (Mattelart, 2002; Morozov, 2011; Rendueles, 2013).

En relación a este debate, nuestro artículo resalta el impacto que pueden tener las nuevas herramientas de comunicación en red como incentivo a la movilización ciudadana, pero no las considera como un factor preponderante en el origen de estas acciones colectivas. Estimamos, en concordancia con lo planteado por Rodríguez, Ferrón y Shamas (2014: 152-157), que para comprender la influencia de las TIC en contextos de protesta se requiere de un análisis amplio que tome en consideración los antecedentes y el contexto histórico, los aspectos políticos y culturales, las dinámicas de poder local o las interacciones sociales.

Por lo tanto, planteamos nuestro análisis sin caer en una sobrevaloración de la importancia y la centralidad de las TIC en la propia organización de los movimientos sociales, pero teniendo en cuenta que en casos como el 15M⁸ (en el que centraremos nuestro estudio) sirvieron para llevar a cabo la coordinación y la difusión de las movilizaciones e influyeron en su éxito (Centro de Investigaciones Sociológicas CIS, 2011).

⁸ El movimiento 15M emerge el 15 de mayo de 2011 cuando miles de ciudadanos se congregaron en plazas públicas de España y crearon acampadas para exigir una democracia más participativa y transparente, así como también una respuesta social a la crisis económica que experimenta España, como reflejan algunos de sus lemas iniciales: “Democracia Real Ya”, “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros”.

En este sentido, Toret et al. (2013) señalan que este contexto ha permitido el desarrollo de una “política distribuida” apoyada en “multitudes conectadas”. Este escenario de influencia de las redes digitales ha incrementado la participación y deliberación en torno a las reflexiones y demandas de los propios movimientos sociales, y ha permitido una mayor difusión de sus objetivos.

Los ciudadanos que participaron y simpatizaron con los planteamientos del movimiento 15M reprodujeron sus informaciones por diversas redes sociales como Facebook o Twitter, a través de plataformas como Youtube, y en otras redes más independientes como N-1 (Gil García, 2012). Además, llevaron a cabo la difusión en directo, vía *streaming*, de las acciones de protesta gracias a herramientas como Bambuser.

A todo esto, hay que añadir la capacidad del 15M para poner en marcha varios proyectos comunicativos que trascienden las informaciones de las redes sociales y el momento puntual de protesta; y que en algunos casos tratan de aparecer como alternativas informacionales a los grandes grupos y conglomerados mediáticos que durante años han monopolizado el flujo informativo⁹.

Precisamente en estos nuevos proyectos comunicativos centraremos nuestro análisis. En un primer momento, llevaremos a cabo una búsqueda y categorización de los principales medios de comunicación surgidos desde la propia ciudadanía movilizada. Posteriormente,

⁹ Alguno de los principales conglomerados mediáticos son News Media Corporation, Time Warner y Bertelsmann. En España, Mediaset, Atresmedia o Prisa.

pasaremos al estudio de caso del programa *Sí se puede*, creado por el colectivo audiovisual *Toma la Tele*, que se centra en la cobertura de la problemática de la vivienda en España. El objetivo es conocer con mayor detalle las particularidades de estos medios que se han originado a partir del ideario del 15M, así como profundizar en sus principales líneas discursivas.

1. MARCO METODOLÓGICO

Para llevar a cabo nuestra investigación hemos desarrollado, en primer lugar, una búsqueda de los diferentes proyectos comunicativos que se vinculan y son parte del movimiento 15M. Para ello hemos utilizado las redes sociales, los diversos buscadores de información y las publicaciones precedentes. Los proyectos detectados se clasificaron, posteriormente, en tres categorías según sus características:

1. **Periodísticos:** Abarcan programas y reportajes informativos que reflejan las temáticas que se debaten en las asambleas, transmiten las acciones de protesta o profundizan en los temas de interés para estos colectivos como la vulneración de algunos derechos sociales (vivienda, sanidad o educación).

2. **Participativos y de creación colectiva del conocimiento:** Son proyectos que promueven la participación y el compromiso de la ciudadanía en relación a las demandas y las acciones de este movimiento social.

3. **Transparencia:** Son proyectos que incentivan la transparencia del sistema democrático mediante la divulgación de la actividad de sus representantes políticos.

En segundo lugar, centraremos nuestro análisis en el estudio de caso del informativo *Sí se puede* creado por el colectivo *Toma la Tele*. Hemos acotado nuestro estudio a los cinco primeros capítulos del programa, ya que su emisión coincide con las fechas próximas al debate en el Parlamento español de la Iniciativa Legislativa Popular presentada por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca y con la campaña de escraches realizada contra miembros del Partido Popular semanas antes de la votación en el Congreso. Los capítulos de la muestra son:

Tabla 1: Capítulos del corpus

Nombre	Fecha	Enlace
Capítulo Piloto	20 de marzo de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-piloto/
Capítulo 001	26 de marzo de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-001/
Capítulo 002	2 de abril de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-002/
Capítulo 003	10 de abril de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-003/
Capítulo 004	17 de abril de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-004/

Fuente: Elaboración propia

Estos capítulos fueron emitidos entre el 20 de marzo de 2013 (fecha de emisión del Capítulo piloto) y el 17 de abril de 2013 (fecha de emisión del Capítulo 4). De esta forma, el objetivo es analizar el tratamiento

informativo del programa en momentos en los que las acciones de la PAH y la problemática de la vivienda cobraban gran repercusión mediática y social por la importancia de la votación de la Iniciativa Legislativa Popular.

El estudio se realiza en tres niveles de análisis:

- **Nivel 1. Información básica:** Recopila y analiza datos descriptivos sobre los capítulos en aspectos como:

-Datos de referencia: Nombre, fecha y duración. Información o contenido: Se definen los temas centrales.

-Tipo de información: Se clasifica el contenido en noticias, reportajes, entrevistas, declaraciones, mixto (entrevistas y declaraciones), conexión con corresponsal con fuente, conexión con corresponsal sin fuente, comentario y editorial.

-Duración: Se contabiliza el tiempo de exposición o cobertura de cada noticia.

- **Nivel 2. Elementos de la construcción noticiosa:** En este nivel se indaga en aspectos como las fuentes utilizadas y el grado de contextualización.

-Fuentes: Se analiza la cantidad de fuentes utilizadas en las noticias, el tipo de fuente (portavoces y miembros de la PAH, afectados y afectadas, expertos de la PAH, otros movimientos sociales, fuentes políticas,

fuentes judiciales, fuentes policiales y otras). También se cuantifica el tiempo de exposición o cobertura.

-Contextualización: Se analiza la inclusión de datos y contenidos de referencia para situar la información. Se indaga en las decisiones editoriales, en el rol de los presentadores, entrevistadores y fuentes (entrevistados).

La selección de estos dos criterios toma como referencia investigaciones precedentes sobre criterios de calidad en el periodismo (Palau y Gómez Mompart, 2013 y Arévalo Salinas, 2014c).

- **Nivel 3. Análisis del discurso:**

En el tercer nivel se evaluará la presencia de los indicadores de refuerzo positivo, transversalidad y pacifismo que se desarrollan en el marco del proyecto CSO2012-34066 “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad MINECO¹⁰.

El refuerzo positivo se define como la difusión de éxitos concretos alcanzados o discursos que motiven y empoderen sobre las posibilidades de lograr avances en las demandas planteadas, en el marco de un modelo de comunicación de protesta basado en discursos que transmiten creencias de injusticia, inmoralidad y posibilidades de transformación, que incrementa el compromiso de la ciudadanía de

¹⁰ Otras publicaciones de este proyecto sobre indicadores e impacto de la comunicación en el 15M son Nos Aldás, Seguí e Iranzo (2015); Nos Aldás y Farné, (2015); y Gámez, (2015).

manera continuada (Nos Aldás y Pinazo, 2013 y Pinazo y Nos Aldás, 2013). Por éxito "concreto" nos referimos a algo medible, que se puede visibilizar (parar un desahucio, aprobar una ley o conseguir el apoyo de un ayuntamiento, entre otras).

La transversalidad se define como aquellos discursos que retratan un sentido de conjunto, una imagen colectiva y diversa de los actores que convergen en una meta o proyecto común. En el caso específico de este estudio, se asocia a la consecución del cumplimiento del derecho a una vivienda digna. La transversalidad tiene una expresión sociodemográfica cuando engloba una diversidad de perfiles y categorías como el sexo, la edad, la nacionalidad o el nivel socioeconómico, entre otras. También existe una transversalidad política cuando se priorizan un objetivo común y compartido sobre los intereses partidistas.

Por último, el pacifismo aparece como un indicador que define aquellos discursos que refuerzan la concepción de un cambio social pacífico que legitima valores positivos como la unidad, la cooperación o la solidaridad. En el marco de análisis propuesto, el interés se centra en indagar en la representación de las formas de protestas. También en los modos en que se representan los actores y factores antagónicos desde la óptica de los movimientos sociales y los colectivos como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). En el análisis también haremos mención a los discursos que incentivan la violencia desde la confrontación y la amenaza.

Para recopilar la información, se elaboró la siguiente tabla que se aplicó a las noticias y contenidos que se emitieron en los 5 capítulos del corpus.

Tabla 2: Niveles de análisis

Nivel 1: Información básica			
Datos de referencia	Información o contenido	Tipo de información	Duración
Nombre del Capítulo, Fecha y duración	Definición del tema o tópico central del contenido	Clasificación del contenido en noticias, reportajes, entrevistas, declaraciones, mixto (entrevista y declaraciones), conexión con corresponsal con fuente, conexión con corresponsal sin fuente, comentario y editorial	Tiempo de exposición o cobertura
Nivel 2: Elementos de construcción noticiosa			
Fuentes		Contextualización	
Cantidad de fuentes. Análisis de las fuentes. Tipo: Portavoces y miembros de la PAH, afectados y afectadas, expertos de la PAH, otros movimientos sociales, fuentes políticas, fuentes judiciales, fuentes policiales, otras. Tiempo: Duración de la exposición o cobertura		Inclusión de datos y contenidos de referencia para situar la información	
Nivel 3: Análisis de discurso. Indicador de refuerzo positivo			
Análisis en los contenidos de la presencia de indicios de refuerzo positivo			

Fuente: Elaboración propia.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Tanto en los meses previos al 15 de mayo de 2011 como en las fechas posteriores, las redes aparecieron como un elemento importante para la coordinación interna y para la propia difusión del 15M. Desde las diversas acampadas, y posteriormente desde las asambleas, se crearon vínculos internos y cuentas y perfiles en diferentes redes sociales donde se difundieron sus convocatorias y se divulgaron contenidos como imágenes, vídeos o lemas, entre otros.

Además, algunos colectivos pertenecientes al movimiento 15M y grupos afines han desarrollado proyectos comunicativos, tanto en espacios convencionales (prensa escrita y radio) como digitales (páginas web). Teniendo en cuenta que en lo referente al estudio de los movimientos sociales se “ha puesto un creciente énfasis en considerarlos como fenómenos (también) culturales, capaces de elaborar y generalizar identidades colectivas y mundos de sentido” (Máiz, 2007: 396); consideramos que el objetivo de estos nuevos medios de comunicación en red, como es el caso de *Toma la Tele*, es precisamente insertar o construir nuevos marcos interpretativos y llegar a ser una alternativa informacional a los grandes medios tradicionales (algo que aún queda lejos ya que, como veremos, el impacto de estos nuevos medios es todavía reducido). A pesar de la existencia de numerosos trabajos en relación al 15M, no se ha trabajado en profundidad en el análisis de los proyectos comunicativos originados como parte de este movimiento social. En el campo de la comunicación, el interés se ha centrado en el

análisis del impacto de las redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube o N-1 en la creación, organización, deliberación y difusión de este movimiento social (Romero Sire, 2011; Piñeiro y Costa, 2012; Gil García, 2012).

De esta manera, nuestro trabajo profundiza en las características de estas iniciativas y estudia la apropiación que han realizado los activistas de las redes digitales en un marco de reivindicación y protesta mediante la creación de nuevos medios de comunicación.

El análisis que se presenta conecta con trabajos precedentes sobre estas propuestas comunicativas realizados por uno de sus autores. En Arévalo Salinas e Iranzo (2014: 1138) se comparó el tratamiento discursivo del periódico *Madrid15m* en relación con un diario generalista como *El País* en el marco de la protesta “Rodea el Congreso” de 25 de septiembre de 2012. En este trabajo se concluyó que *Madrid15m* aparece como una publicación heterogénea que, por una parte, intenta acercarse a las convenciones del periodismo tradicional (especialmente, en el titular de portada sobre el 25S y en los recursos de diseño), mientras que, por otra parte, prescinde totalmente de ellas: uso de la primera persona, apelación directa al lector y despreocupación por utilizar recursos que otorguen credibilidad a sus textos (citas, fuentes autorizadas, etc.). Por lo que respecta al tratamiento informativo, aunque ambos medios utilizan el marco de la violencia, lo hacen desde planteamientos diferentes: *El País* sitúa el foco de atención en la actuación policial, mientras *Madrid15m* lo pone en los propios

manifestantes, que presenta como personas que resisten a la violencia y no tienen miedo. Una segunda diferencia es que, mientras *El País* invisibiliza de forma prácticamente absoluta los motivos de la protesta, *Madrid15m* sí les presta atención.

Otro estudio sobre estos proyectos comunicativos lo realiza Arévalo Salinas (2014a), y analiza 8 vídeos del colectivo audiovisual *Toma La Tele* que fueron transmitidos a través de Youtube como una vía para convocar las protestas en la ciudad de Madrid. En Arévalo Salinas (2014a) se constató que estas producciones tienen escaso impacto en términos cuantitativos en categorías como número de comentarios o cantidad de reproducciones. En tres de los ocho vídeos existen indicios de violencia cultural en su construcción discursiva. Además, se verificó que en tres vídeos se presenta un marco de referencia o una contextualización de sus hechos. Las producciones que incluyen un enfoque más pacífico corresponden a las creaciones que tratan los temas de la PAH. Estos vídeos destacan por reforzar la idea de cambio a través de la visibilización de los logros alcanzados.

Un análisis más cualitativo sobre estos vídeos se realiza en Arévalo Salinas (2014b), cuyo trabajo concluye que existen dos estrategias discursivas. La primera, se caracteriza por la difusión de la violencia y la demonización del otro y, la segunda, en el refuerzo de un discurso positivo y esperanzador en torno a las posibilidades de transformar el escenario que se reivindica.

2.1 LOS PROYECTOS COMUNICATIVOS DEL 15M

Como parte de esta revisión del estado de la cuestión, se realizará una indagación de los proyectos comunicativos que han surgido a partir del movimiento 15M o bien aquellos que mantienen una fuerte relación con sus principios. Estos datos se recopilaron a partir de fuentes de información, bases de datos y publicaciones precedentes. Los proyectos se clasifican en tres categorías: proyectos periodísticos; participativos y de creación colectiva del conocimiento; y de transparencia. Esta clasificación evoluciona el trabajo desarrollado en Arévalo Salinas (2014a y 2014b).

Los resultados de esta indagación nos muestran la existencia de 13 iniciativas comunicativas. A modo de resumen, en la tabla 3 se mencionan los proyectos detectados y sus páginas web como también sus principales características y su tipología.

Tabla 3: Proyectos comunicativos localizados

Nombre	Característica	Tipo
Periódico <i>Madrid 15m</i>	Periódico mensual, publicado en papel y online, que decide sus contenidos de forma asamblearia. Página web: http://www.madrid15m.org/	Periodísticos
<i>Ágora Sol Radio</i>	Radio surgida pocos días después de la manifestación del 15 de mayo de 2011, que emite desde entonces a través de internet. Página web: http://agorasolradio.blogspot.com.es/2012/01/la-radio.html	Periodísticos
<i>15M.cc</i>	Proyecto que trata de presentar la pluralidad de voces que han	Participativos y de creación

	<p>formado parte del 15M a través de la creación de un “Banco de ideas” en el que recoger todos los materiales relacionados con el 15M, la creación de un “wikilibro” y de la <i>wiki 15Mpedia</i>, en la que se incluyen las aportaciones de los usuarios vinculados a este movimiento. Además, han desarrollado un proyecto de entrevistas a diferentes actores del 15M, así como dos espacios en los que recogen las publicaciones académicas (<i>paper.15m.cc</i>) y los pódcast (<i>audio.15m.cc</i>) sobre cuestiones relacionadas con los <i>indignados</i>. Página web: http://www.15m.cc/</p>	colectiva del conocimiento
<i>15Mpedia</i>	<p>Página <i>wiki</i>, puesta en marcha por el colectivo 15m.cc, que permite la participación colectiva en la creación de una enciclopedia que trata de abordar los diferentes aspectos relacionados con el 15M. Página web: http://wiki.15m.cc/wiki/Portada</p>	Participativos y de creación colectiva del conocimiento
<i>Bookcamping</i>	<p>Proyecto que ofrece un acceso rápido y ordenado a contenidos culturales con licencia abierta. Aparecen con el objetivo de “socializar la lectura e incentivar la cultura del compartir” (...) “contribuyendo a un modelo de cultura sostenible”. Página web: http://bookcamping.cc/</p>	Participativos y de creación colectiva del conocimiento
<i>Soltv.tv</i>	<p>Canal de televisión que emitía en <i>streaming</i> las imágenes de la Puerta del Sol durante la acampada del 15M. Página web: http://soltv.tv/</p>	Periodísticos
<i>Toma la Tele</i>	<p>Canal de televisión surgido en 2012, que funciona de manera horizontal y descentralizada y que permite a cualquier colectivo contar con un espacio en el que</p>	Periodísticos

	<p>compartir sus contenidos. Además, mediante una red de grupos audiovisuales, tratan de difundir las principales actividades de los movimientos sociales y otros acontecimientos relacionados con las inquietudes del 15M. Página web: www.tomalatele.tv</p>	
<i>Graba tu pleno</i>	<p>Proyecto que promueve la grabación de plenos de los ayuntamientos por parte de la ciudadanía para tener un mayor control de los debates y las decisiones políticas. Estos vídeos son compartidos posteriormente a través de Youtube. Página web: http://www.grabatupleno.com/</p>	Transparencia
<i>Oiga.me</i>	<p>Espacio para crear y difundir campañas a través de la red. Desde esta web se recogen firmas para las diferentes iniciativas y se lleva a cabo una labor de difusión en red con el objetivo de convertir a la ciudadanía en un actor activo y para conseguir que esa participación tenga un mayor impacto. Página web: https://oiga.me/</p>	Participativos y de creación colectiva del conocimiento
<i>Voces con futura</i>	<p>Banco de carteles disponible con licencia <i>Creative Commons</i>. Página web: http://vocesconfutura.org/</p>	Participación y creación colectiva de conocimiento
<i>PeopleWitness</i>	<p>Plataforma colaborativa que trata de cubrir informaciones de interés político-social mediante el uso de las TIC. Ejemplo de periodismo ciudadano que incorpora herramientas como la emisión en <i>streaming</i> para construir colectivamente el relato de los acontecimientos. Página web: http://peoplewitness.net/que-es-peoplewitness</p>	Participación y creación colectiva de conocimiento

<i>Fotomovimiento</i>	Proyecto de fotoperiodismo surgido en Plaza Catalunya durante las acampadas del 15M. Tratan de dar cobertura a acontecimientos de interés social. Página web: http://fotomovimiento.org/	Periodísticos
<i>¿Qué hacen los diputados?</i>	Proyecto que realiza un seguimiento de la actividad particular de los Diputados en el Congreso, así como de la actualidad parlamentaria. Página web: http://quehacenlosdiputados.net/	Transparencia

Fuente: Elaboración propia.

Como parte de la categoría *proyectos periodísticos* se encuentran 5 iniciativas. Un ejemplo destacado es el periódico *Madrid15m* que surgió en febrero de 2012 con una periodicidad mensual y que en diciembre de 2014 presentó su número 31. Este medio tiene una edición impresa con 20.000 ejemplares gratuitos a finales de 2013 y una edición online. Su web¹¹ informa de que se trata de un medio aprobado “por 42 asambleas del 15M madrileño” y su objetivo, como se señaló en Arévalo e Iranzo (2014: 1135) es “tomar la prensa”, acción que equipara a la reclamación del espacio público, y que “los ciudadanos puedan contar con un medio de información diferente, abierto, asambleario, horizontal, no ‘profesionalizado’, con vocación de fomentar el pensamiento crítico y matizar esa visión artificial del 15M como un movimiento de pensamiento único”. Esta experiencia se considera novedosa por la inclusión de una edición impresa que complementa a su formato digital,

¹¹ Madrid15m.org [fecha de consulta: 20-01-14].

especialmente por un mayor esfuerzo de gestión, financiamiento y organización.

Otro caso a destacar es el de *Ágora Sol Radio*, que surgió pocos días después del 15 de mayo de 2011. Esta radio creada al calor del 15M emitía desde un local cedido cercano a la Puerta del Sol y que tenía en su plantilla a diferentes voluntarios que procedían de varias radios libres. Los pódcast de sus programas, que informaban de lo que sucedía y se decidía en la Puerta del Sol de Madrid, se difundieron en otros espacios como diferentes web y redes sociales.

También en la acampada de Madrid se creó *SolTV*, una televisión que emitía en directo a través de internet todo lo que ocurría en la Puerta del Sol valiéndose del sistema *streaming* de transmisión de datos. Esta televisión emitió, según asegura su página web¹², durante 136 horas ininterrumpidas y contó con más de 10 millones de visitas.

En la categoría proyectos *participativos y de creación colectiva del conocimiento* se registran 6 iniciativas. Un ejemplo a destacar es *15mpedia*¹³, que trata de funcionar como una *wiki* en la que se definen las principales cuestiones en torno a este movimiento. En esta página se habla de la existencia de hasta 216 acampadas repartidas por todo el mundo, y ofrece la posibilidad de redactar un artículo sobre cada una de ellas, así como sobre cualquier aspecto relacionado con el 15M. Otro proyecto de creación colectiva del conocimiento es *Voces con futura*

¹² Página web *SolTV*: <http://www.soltv.tv/soltv2/index.html>

¹³ Enlace a la web *15Mpedia*: <http://wiki.15m.cc/wiki/Portada>

donde ciudadanos participan a través de la creación de propuestas de carteles que posteriormente apoyarán la difusión de las convocatorias de protesta.

Por último, en la categoría proyectos de transparencia se detectan 2 iniciativas como *Graba tu pleno* y *¿Qué hacen los diputados?* La primera es una plataforma que permite a los activistas transmitir las sesiones y debates que acontecen en sus ayuntamientos como una vía para divulgar la toma de decisiones en el ámbito local. Por su parte, el proyecto *¿Qué hacen los diputados?* realiza un seguimiento de la actividad particular de los Diputados en el Congreso, así como de la actualidad parlamentaria.

3. ESTUDIO DE CASO: ANÁLISIS DEL PROGRAMA *SÍ SE PUEDE DE TOMA LA TELE*

Este artículo, como hemos señalado, se centra en el estudio del programa *Sí se puede* del colectivo audiovisual *Toma la Tele*¹⁴. Para conocer más detalles sobre sus propuestas, uno de estos autores mantuvo conversaciones con un miembro de *Toma la Tele*¹⁵. Además, se revisó la información disponible en su página web y otros materiales de difusión.

¹⁴ Página web de *Toma la Tele*: www.tomalatele.tv

¹⁵ Uno de los autores este artículo tuvo la posibilidad de poder conversar con Jesús Maroto, miembro del proyecto *Toma la Tele*, que participó en dos cursos de veranos organizados por la Universitat Jaume I de Castellón en 2013 y 2014. Una de las conferencias se encuentra disponible en: <http://bambuser.com/v/3747443?profile-tabs=nearby>

Toma la Tele es una plataforma que surge en marzo de 2012. En sus inicios tuvo como principal objetivo ser un repositorio para que las asambleas y los colectivos del 15M subieran los vídeos de sus debates y actividades. Posteriormente, este proyecto incluyó la creación de contenidos propios como algunos informativos. En su página web se incorporan contenidos como textos, películas o programas. Algunos de los programas son elaborados por proyectos colaboradores como *Ágora Sol Radio* que junto a otras iniciativas conforman *Toma los Medios*¹⁶.

El programa *Sí se puede*, cuyos capítulos son el corpus de este estudio, es un informativo de periodicidad semanal que se focaliza en la temática de la vivienda en España. Como se menciona en la página web de *Toma la Tele*, su objetivo es fomentar el derecho consagrado en la Constitución Española de una vivienda digna y adecuada. El primer capítulo se emitió el 20 de marzo de 2013 y su última emisión data del 14 de julio de 2014.

4. RESULTADOS

4.1 NIVEL 1: INFORMACIÓN BÁSICA

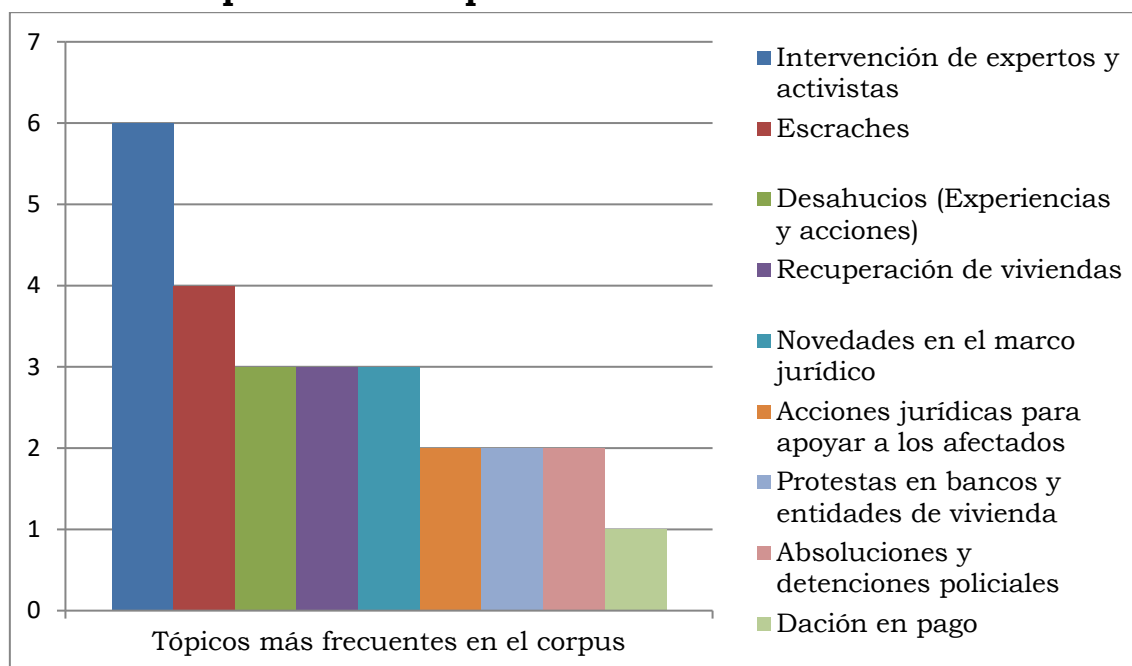
Los capítulos analizados de *Sí se puede* tiene un alcance muy limitado ya que la media de reproducciones que encontramos en los 5 capítulos analizados es de 1255 reproducciones. A pesar de ello, consideramos

¹⁶ Para más información: <https://reddemediossociales.wordpress.com/>

interesante un acercamiento a estas iniciativas para tratar de valorar cómo plantean temáticas que actualmente suponen importantes problemas para buena parte de la población en España (como puede ser el caso concreto de la vivienda), y observar si se encuentran diferencias entre sus tratamientos y los que suelen presentar otros medios de comunicación tradicionales.

Los 5 capítulos del programa *Sí se puede* tienen una duración promedio de 26 minutos y 25 segundos. El análisis de su contenido verifica la existencia de 26 temas o acontecimientos que corresponden en promedio a 5.2 por capítulo.

Gráfico 1: Tópicos en el corpus



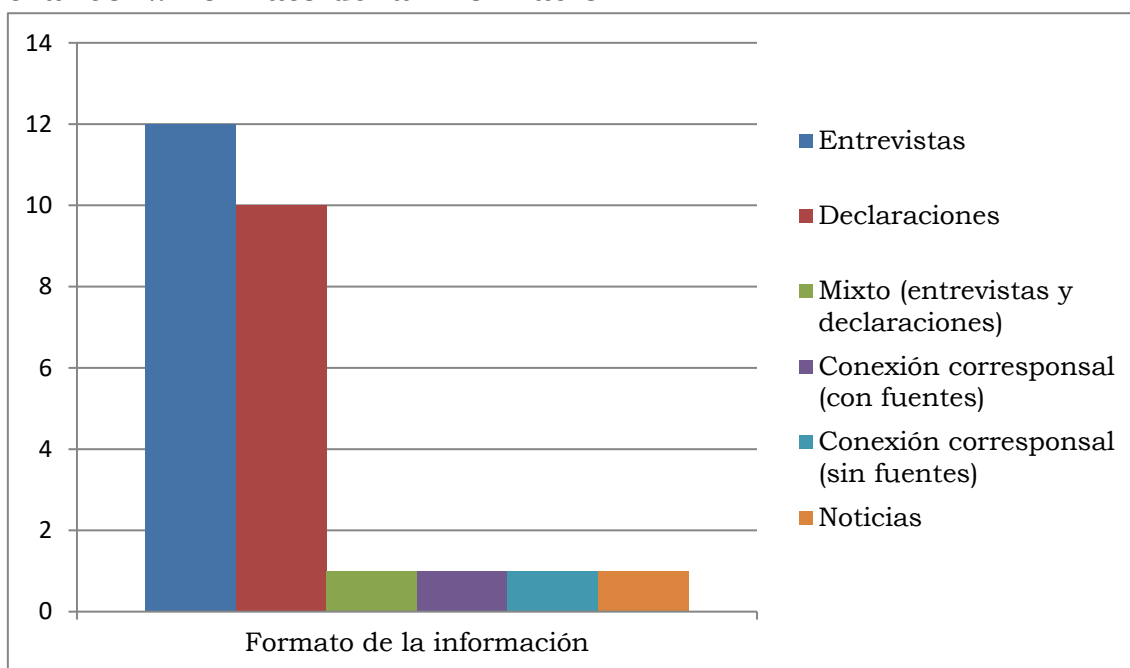
Fuente: Elaboración propia.

Como muestra el gráfico 1, los tópicos principales se relacionan con la cobertura de las actividades y las campañas de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) como los escraches, la Obra Social la

PAH, los desahucios de las viviendas o acciones específicas de protestas en sucursales bancarias y entidades municipales del sector.

El tópico más frecuente es el que hemos presentado como *Intervención de expertos y activistas* que aparece en 6 ocasiones. El segundo tema que más aparece es el de los *Escraches* con 4 ocasiones. Por su parte, el tercer tópico lo comparten tres acontecimientos como los *Desahucios (Experiencias y acciones)*, la *Recuperación de viviendas* y las *Novedades en el marco jurídico*. Todos estos hechos están presentes en 3 noticias de la programación.

Gráfico 2: Formato de la información



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 2 muestra cómo, a diferencia de los telediarios de los medios convencionales –que construyen sus informativos utilizando noticias editadas que usan imágenes y vídeos de respaldo–, los 5 capítulos analizados en el corpus tienen como principales formatos la utilización de entrevistas y declaraciones. Las entrevistas aparecen en el primer

lugar con 12 ocasiones y las declaraciones en el segundo con 10. En el gráfico 2 se visualizan estos formatos de información, que se corresponden con los 26 acontecimientos registrados.

4.2 NIVEL 2. ELEMENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN NOTICIOSA

Fuentes:

Las fuentes con mayor acceso al discurso son los miembros y portavoces de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca con un tiempo de 53 minutos y 6 segundos. La portavoz con mayor cobertura es Ada Colau con 15 minutos y 44 segundos, lo cual corresponde a un 29.62 por ciento del total de este tipo de fuente. Esta portavoz aparece en cinco ocasiones durante los capítulos 1 y 2. Cabe destacar que una de sus opiniones respalda la presentación del capítulo 2 donde se la retrata en una pantalla de televisión en la medida que se realiza un *zoom in*.

La segunda fuente con mayor acceso al discurso son los afectados y afectadas con 24 minutos y 31 segundos. En ocasiones, se recurre a la entrevista para dar a conocer las vivencias de los afectados y afectadas como es el caso de Victoria de Pinto en el capítulo 2.

La tercera fuente más utilizada son los expertos de la PAH como los abogados Javier Rubio y Manuel San Pastor, que orientan y responden

algunas consultas técnicas. El tiempo de exposición es 17 minutos y 28 segundos. A continuación, se presentan estos datos categorizados de mayor a menor:

- 1-Portavoces y miembros de la PAH: 53 minutos y 6 segundos
- 2-Afectados y afectadas: 24 minutos y 31 segundos
- 3-Expertos de la PAH: 17 minutos y 28 segundos
- 4-Otras: 6 minutos y 40 segundos
- 5-Otros movimientos sociales (15M): 3 minutos y 5 segundos
- 6-Fuentes políticas: 58 segundos
- 7-Fuente judicial: 19 segundos

El análisis de esta información refleja las escasas apariciones de fuentes ajenas a la PAH. Si sumamos las fuentes de portavoces y los expertos de la PAH el porcentaje de acceso al discurso alcanza al 66.81 por ciento del total. No es hasta el capítulo 2 (tercero de los analizados) cuando encontramos las declaraciones de Cristina Cifuentes en relación a los escraches. Se trata de unas opiniones que la delegada del Gobierno en Madrid realizara en *Radio Nacional de España* en las que aseguraba que los miembros de la PAH tenían “ciertas inquietudes de apoyo a grupos filoetarras o proetarras”. Estas declaraciones se emiten sobre unas palabras de la propia Cifuentes sobre la importancia de defender el derecho a salir a la calle y manifestar libremente su indignación que habían sido planteadas previamente. Todo ello con la finalidad de resaltar la contradicción de sus opiniones.

Contextualización:

El segundo elemento de la construcción noticiosa que se analiza es la contextualización. Tanto en la edición del contenido como en el rol de los entrevistadores y presentadores de este programa se observa una intencionalidad por contextualizar los sucesos y los temas.

En el capítulo piloto, los presentadores definen el concepto de “escrache” y aportan datos sobre las novedades de la sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) sobre la normativa de la vivienda en España.

Esta intencionalidad por contextualizar también se registra en los entrevistadores, quienes realizan preguntas para que se aporte información relevante para situar los principales elementos de las demandas o experiencias.

Imagen 1: Inserción de recuadros con información contextual



Fuente: *Toma la Tele*

A nivel de edición, como muestra la imagen 1 (extraída del Capítulo Piloto), se incorporan recuadros que incluyen fragmentos de normativas

e información complementaria. Otro ejemplo de contextualización lo encontramos en la incorporación de un *spot* que informa sobre las metas de la PAH.

4.3 NIVEL 3. ANÁLISIS DEL DISCURSO.

4.3.1 REFUERZO POSITIVO

En el propio nombre del informativo ya queda claro el enfoque positivo y de esperanza que se intenta transmitir. El planteamiento inicial de *Sí se puede* se encamina a presentar sus informaciones desde un marco de esperanza que además visibilice lo máximo posible los éxitos concretos conseguidos por la PAH. Todo ello desde la intención de humanizar los casos concretos y alejarse de los planteamientos centrados en las cifras. Existe un esfuerzo por profundizar en cada caso para tratar de presentarlos en toda su complejidad.

El análisis de la edición refleja algunos indicios de refuerzo positivo. Existe un interés por incluir hechos que reflejen avances o progresos en las acciones y demandas de la PAH. De las 26 noticias que componen el corpus de los 5 capítulos analizados, 7 corresponden a contenidos con un enfoque positivo. La tabla 4 recopila el contenido principal de estas piezas caracterizadas por presentar un marco de esperanza y de refuerzo positivo:

Tabla 4: Piezas con refuerzo positivo

Capítulo y lugar en que aparece el acontecimiento o noticia	Tema de la noticia
Capítulo piloto. Noticia 1	Sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre la normativa de la vivienda en España. Resolución favorable para las demandas de la PAH porque declara la ilegalidad de los procesos de ejecución hipotecaria realizados en España.
Capítulo 1: Noticia 6	Tribunal Supremo anula la cláusula suelo. Información favorable porque anula de los contratos algunos intereses arbitrarios.
Capítulo 2. Noticia 4	La PAH ayuda a una concejal del PP a paralizar su desahucio.
Capítulo 2. Noticia 6	Información breve que anuncia que un edificio fue liberado.
Capítulo 3. Noticia 2	4 daciones en pago conseguidas por la PAH de Tarrasa.
Capítulo 3. Noticia 4	Aplazamiento del desahucio de Mónica.
Capítulo 4. Noticia 1	Decreto sobre vivienda aprobado por la Junta de Andalucía.

Fuente: Elaboración propia.

En el capítulo 2, se incluye una información sobre un edificio “liberado” para poner en marcha un proyecto de vida social para alojar a personas con problemas habitacionales. Este edificio se encontraba vacío desde hace 2 años y era propiedad de una constructora.

En el capítulo 3 se presentan varios casos de éxitos concretos; como la consecución en Tarrasa del compromiso por parte de varias sucursales bancarias de 4 daciones en pago y 2 alquileres sociales tras varias jornadas de protestas.

En el capítulo 4 se exponen nuevos casos de éxito, como la presentación de un Decreto sobre vivienda por parte del Gobierno de Andalucía encaminado a dar cobertura a las familias que han sufrido un proceso de ejecución hipotecaria, y el caso de un nuevo edificio recuperado.

En varios momentos de los capítulos se insertan los logos donde puede leerse: “Sí se puede”, o “Sí se puede, ¿pero no quieren?”. Estos logos aparecen en espacios intermedios entre las noticias y también como imágenes de archivo durante las entrevistas. También se recurre a imágenes en las que aparecen pegatinas situadas en distintos puntos de las ciudades o pancartas de diferentes manifestaciones en las que se repite la frase “Sí se puede”. A esto se añade la selección de fragmentos que retratan a los activistas gritando estos lemas. En la presentación del capítulo 2 se inserta una imagen de una flor que crece en un clima desértico, con lo cual se retrata este marco de esperanza.

Imagen 2: Logo Sí se puede ¿Pero no Quieren?



Fuente: *Toma la Tele*

El refuerzo positivo también es promovido por presentadores, entrevistadores y fuentes (entrevistados). Los presentadores en algunos capítulos se despiden repitiendo el lema “Sí se Puede, ¿pero no quieren?” o emiten comentarios como “Nos vemos en las calles”, que se

interpreta como una intención de invitar a los interlocutores a participar en las convocatorias de protesta.

Los entrevistadores enfatizan en las experiencias y los éxitos de la PAH y finalizan sus intervenciones con expresiones como “con lo cual sí se puede” con el objetivo de persuadir a que los entrevistados o fuentes refuercen este mensaje esperanzador.

Por su parte, los entrevistados visibilizan los éxitos y el trabajo de la PAH, especialmente porque la mayoría de ellos y ellas corresponden a portavoces, expertos o miembros de esta plataforma. En el capítulo 4, Manuel San Pastor, abogado de la PAH se despide afirmando que “Sí se pueden conseguir cosas gracias a la movilización de personas solidarias y con ansias de cambio” o Chema Ruiz, miembro de la PAH, concluye su intervención con el lema “Sí se puede”.

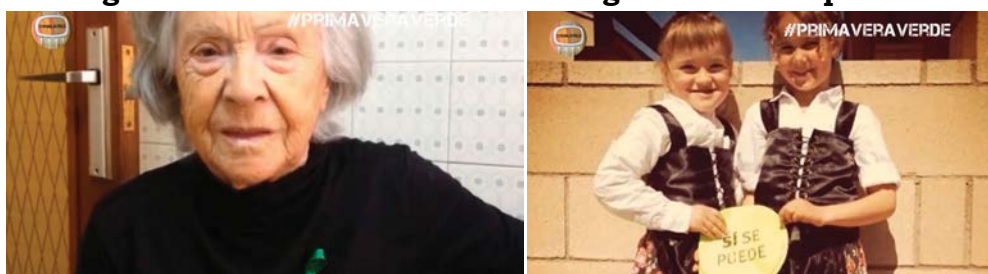
La importancia de esta estrategia del refuerzo positivo es aclarada por la propia Ada Colau, que en el capítulo 1 asegura que “no nos podemos permitir ser pesimistas, no nos podemos permitir tirar la toalla”, y afirma que no tiene ninguna duda de que conseguirán parar los desahucios y acabar con la violencia estructural en el ámbito de la vivienda. El mensaje de esperanza se relaciona con la intención de nombrar los éxitos concretos de la PAH por parte de los miembros, portavoces y expertos de este colectivo. Ada Colau, al finalizar el capítulo 1, destaca la relevancia de difundir los logros para asegurar el compromiso y el apoyo de la ciudadanía ya que esta visibilización

permite fomentar la percepción de utilidad que tienen las personas comprometidas con la acción social.

4.3.2 TRANSVERSALIDAD

El análisis realizado muestra que los capítulos incorporan la transversalidad sociodemográfica al incluir experiencias e imágenes de personas que conforman diversos grupos económicos, políticos, culturales y etarios. En el capítulo 2, en un video introductorio, se incorpora a una mujer de aproximadamente 70 años que tiene colgado en su ropa un lazo solidario de color verde, que es parte de una campaña denominada primavera verde para difundir la Iniciativa Legislativa Popular (ILP). En este mismo video, se incluye a dos niñas que sostienen un círculo que contiene el lema de la PAH “Sí se puede”.

Imagen 3. Transversalidad sociodemográfica en el capítulo 2



Fuente: *Toma la Tele*

Los entrevistados no se enmarcan en un rango de edad y presumiblemente antes de la crisis pertenecían a distintos estratos socioeconómicos, si bien esto último no podemos concluirlo con datos fiables, las distintas experiencias descritas nos pueden llevar a tal

conjetura. La transversalidad también se visualiza en la inclusión de personas de otras culturas y nacionalidades. Si bien el discurso tampoco lo informa, esto se interpreta por los diferentes rasgos físicos y la diversidad de acentos del castellano en las declaraciones de los entrevistados. La no mención de la nacionalidad de las personas entrevistadas constituye un avance en comparación con las prácticas tradicionales de los medios convencionales donde se suelen mencionar estos datos, especialmente en noticias negativas sobre actos delictuales. De esta manera, se termina por estigmatizar y criminalizar a estos ciudadanos.

La transversalidad también tiene un cariz político. En el capítulo 2, se incluye una noticia que informa sobre el caso de una concejala del Partido Popular (Agrupación política gobernante, contraria a la dación en pago y el alquiler social) de la localidad de Rafal (Alicante) que consigue, gracias a la colaboración de la PAH, una dación en pago y un alquiler social. La selección de esta noticia es una forma de plantear que la vulneración de los derechos de la vivienda en España afecta incluso a los propios miembros del Partido Popular. Además, permite describir a la Plataforma de Afectados por la Hipoteca como un espacio amplio y transversal que no hace distinción por preferencias políticas.

Los movimientos sociales surgidos en España en los últimos años han tratado de superar la distinción tradicional entre izquierda y derecha para presentar los problemas asociados a la crisis económica como cuestiones transversales. Amador Savater (2014) afirma que el 15M se

aleja de todas las simbologías e ideologías previas para “hablar del presente, hablar del presente con mucha gente y muy distinta, hablar del presente en formas y modos no determinados a priori”.

En este sentido, podemos afirmar que existe una transversalidad de la causa cuando se menciona que las demandas de la PAH son apoyadas por la mayoría de la sociedad española, y que son legítimas porque benefician el interés colectivo.

Las fuentes utilizan un lenguaje generalista y plural con conceptos como “pueblo”, “sociedad civil” y palabras como “todos”. En el capítulo piloto, un entrevistado afirma que todos los españoles demandan un cambio normativo en alusión a las peticiones de un afectado. En el capítulo 3, un miembro de la PAH asegura que “una de las últimas encuestas habla de que un 90% de la población le da la razón a la PAH, y que al mismo tiempo ese porcentaje entre los votantes del Partido Popular (PP) asciende al 83%”.

Las fuentes representan a la PAH como un espacio abierto, que no establece sesgos y diferenciaciones, e invitan a los ciudadanos a conocer, buscar soporte y colaborar con esta organización. En el capítulo 3, una fuente señala que los afectados no se identifican con una ideología concreta y un color político, una opinión que se repite en el capítulo piloto. Esta idea también la refuerza Ada Colau, una de las portavoces más conocidas en 2013, quien en el capítulo 1 menciona que el grueso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca está compuesto

por personas no politizadas, que no eran activistas previamente, sino que se ha incorporado por necesidad.

4.3.3 PACIFISMO

El pacifismo ha sido otra de las características que los actuales movimientos sociales han tratado de destacar. Tanto el 15M como la PAH se han planteado como movimientos ciudadanos pacíficos. Esto les ha permitido conseguir una mayor aceptación por parte de la opinión pública, ya que el pacifismo aparece como un rasgo central de la cultura política heredada de la Transición (Nos Aldás, Seguí e Iranzo, 2015). El pacifismo se encuentra muy presente a lo largo de los diferentes capítulos ya que, aun tratándose de un periodo en el que los escraches fueron algo habitual, estos son presentados como una “campana para informar” a los miembros del Partido Popular sobre la situación que vive la ciudadanía. De este modo, se evita lo máximo posible cualquier interpretación que pudiera asociarlos a actos violentos, algo que fue habitual en las declaraciones de los propios miembros del Partido Popular así como en los enfoques de diversos medios de comunicación.

En el capítulo 1 se reitera que los escraches son acciones no-violentas y totalmente pacífica que tienen el objetivo de informar a los políticos que votarán la ILP presentada por la PAH. En capítulo 3, uno de los portavoces de la PAH, Chema Ruíz, asegura, en defensa de los

escraches, que la ciudadanía tiene todo el derecho de mostrar su descontento ante sus representantes en cualquier momento y lugar. A su vez, asegura que el gobierno está llevando a cabo una campaña para tratar de relacionar a este colectivo con la marginalidad y la radicalidad mediante acusaciones como “filoterroristas”¹⁷.

A nivel de formato, el programa *Sí se puede* se destaca por relatar los hechos desde una perspectiva vivencial donde las personas afectadas pueden dar a conocer sus problemas y emociones. Estamos ante un esquema basado en las entrevistas y las declaraciones con escasa edición, que contrasta con los informativos de los medios convencionales donde un periodista describe los acontecimientos en voz en off y se apoya de imágenes de contexto.

Otra diferencia con los medios tradicionales es la representación de las acciones colectivas de protesta, donde mayoritariamente se muestran escenas que congregan a personas que denuncian de forma pacífica la situación de exclusión y vitorean el lema “Sí se puede”. En los medios convencionales, la problemática de la vivienda se focaliza en el conflicto que rodea la aplicación de los desahucios o ejecuciones hipotecarias como el choque entre la policía y los manifestantes o la aflicción que experimentan los afectados. La tensión, los enfrentamientos y el

¹⁷ La delegada del gobierno en Madrid, Cristina Cifuentes, afirmó en marzo de 2013 que ‘la PAH y su lideresa últimamente tienen ciertas inquietudes de apoyos a grupos filoetarras o proetarras’ vinculando a este colectivo con el grupo terrorista ETA. Más información:

http://politica.elpais.com/politica/2013/03/25/actualidad/1364203963_208246.html. Acceso el 5 enero de 2015.

dramatismo son algunos de las principales características de esta cobertura.

El estudio de caso también destaca por plantear una reinterpretación de la figura de la víctima. Existe una tendencia por omitir la calificación de víctima y preferir el concepto de afectado en línea con el nombre de la asociación que defiende estos derechos. El afectado es representado como una persona indignada, empoderada y participativa, que colabora junto a los colectivos sociales en el trabajo de presión para alcanzar un cambio de su situación.

Este giro interpretativo también acontece cuando se describen las ocupaciones de viviendas vacías. Este tema es una cuestión que tradicionalmente se ha asociado a movimientos radicales. Sin embargo, el informativo *Sí se puede* re-enmarca la ocupación como una acción legítima y justa por la necesidad que experimentan miles de familias y por el dinero público que otorgó el Estado para evitar la quiebra de algunos bancos. En el capítulo 2, Ada Colau asegura que, si no se consigue la dación en pago y el alquiler social, es totalmente legítimo liberar viviendas vacías en propiedad de los bancos. En capítulos posteriores, se presentan nuevas experiencias de recuperación de viviendas vacías desde la humanización de la problemática. El concepto “ocupación”, asociado a los movimientos okupas, se reemplaza por otros como “liberación” y “recuperación” que permiten apoyar el marco de justicia que se vincula a las acciones de la PAH.

Una muestra del pacifismo a nivel de edición es la inclusión en el capítulo 2 de unas manos unidas en señal de cooperación y unidad.

Imagen 4. Expresión del pacifismo en el capítulo 2



Fuente: *Toma la Tele*

Por su parte, el análisis mostró una identificación clara de los actores y factores causantes de la situación de violencia que experimentan los afectados. Estos son el Partido Popular, la banca, la ley de vivienda, y de manera secundaria, la policía por su papel represor en las manifestaciones. En el capítulo 3, se incluyen imágenes de efectivos policiales deteniendo a la fuerza a algunos activistas mientras un portavoz informa sobre la situación de algunos heridos y detenidos.

Estos actores y factores antagónicos son calificados como criminales, verdugos, ilegales, especuladores o buitres. En el capítulo 1, se afirma que las entidades financieras han secuestrado el Estado mientras que en el capítulo 4 un experto de la PAH señala que el Partido Popular representa a los verdugos. A nivel de edición, en el capítulo 2 se relaciona de manera implícita a los políticos del Partido Popular con la corrupción y la mafia. Una vez finalizadas las declaraciones de dos políticos de este partido, una banda musical interpreta en una calle la

canción de la película *El Padrino* de Francis Ford Coppola (1972), cuya temática refleja las relaciones de poder en el interior de la mafia.

Por último, encontramos un anuncio en el capítulo 3 que utiliza la amenaza como una estrategia para incentivar la participación en una acción de protesta. Se trata de un video promocional que establece un ultimátum a Bankia para que acepte las demandas exigidas por los movimientos sociales en el ámbito de la vivienda o, en caso contrario, bloquearán todas sus sucursales. Esta acción se define en este vídeo como un ataque masivo.

CONCLUSIONES

Como hemos podido observar en este estudio, una serie de proyectos comunicativos han emergido en España bajo la influencia del movimiento 15M en los últimos años. Tras una búsqueda en diversas fuentes, este artículo detectó 13 propuestas comunicativas, las cuales fueron clasificadas en periodísticos (5), participativos y de creación colectiva del conocimiento (6), y de transparencia (2). Se trata de proyectos que fomentan un periodismo social, una sociedad civil activa y una democracia más transparente.

El programa *Sí se puede* se diferencia de otras propuestas periodísticas convencionales por dar una elevada cobertura a los afectados y afectadas, siendo la segunda fuente con mayor acceso al discurso; por

presentar los hechos en formato de entrevistas y declaraciones sin una edición profunda; por contar con presentadores y entrevistadores que opinan y muestran sus posicionamientos; y por su énfasis en la contextualización o en la modificación de algunos marcos de poder que se reproducen desde el discurso político y mediático conservador.

Si bien los afectados y afectadas tienen un acceso frecuente al discurso, el análisis comprobó que no existe una diversidad a nivel de fuentes. Las fuentes ajenas a la PAH y al 15M son escasas. No se incorporan expertos que no estén relacionados con estos colectivos. En el caso de las posiciones contrarias representadas por miembros del Partido Popular, su aparición es exclusivamente para contradecir sus perspectivas.

Al igual que su nombre, este informativo se caracteriza en su edición y en el rol de sus presentadores, entrevistadores y fuentes por un planteamiento positivo y empoderador vinculado a las posibilidades de transformar la violencia y las situaciones de exclusión. El refuerzo positivo se constata en la difusión de noticias que retratan éxitos concretos (7 de 26); en la incorporación del lema "Sí se puede" durante las entrevistas y en los espacios intermedios entre las noticias, o en la preocupación de los entrevistadores por consultar sobre los avances conseguidos por parte de los grupos comprometidos con la defensa del derecho a la vivienda. Con esto, se busca que los espectadores perciban la importancia y la utilidad de la acción colectiva.

Por último, también se observan indicios de transversalidad y pacifismo. En relación a la transversalidad, en los diferentes programas aparecen personas de diferentes edades, sexos, nacionalidades y posicionamientos ideológicos. Con ello se intenta mostrar cómo la problemática de la vivienda afecta de manera transversal a la sociedad española. En relación al pacifismo observamos cómo tratan de replantear la asociación entre escraches y violencia –al definirlos como campañas informativas– destacando el carácter pacífico de las acciones de protesta. Además, la ocupación de viviendas vacías es denominada “recuperación” o “liberación”, significados más coherentes con la intención de reforzar un imaginario de paz y justicia social por parte de los portavoces de la PAH.

El análisis nos muestra el intento por re-enmarcar y re-significar la problemática de la vivienda y la figura de la víctima/afectada, visibilizando la capacidad de empoderamiento de las personas afectadas –capaces de movilizarse para transformar su situación de injusticia.

BIBLIOGRAFÍA

Arévalo Salinas, A. I. (2014a). “El movimiento social 15M de España y la promoción de la protesta a través de sus vídeos en Youtube”. *Revista Historia y Comunicación Social*. 19. nº. especial marzo: 153-163.

Arévalo Salinas, A. I. (2014b). “El movimiento social *Toma la Tele* y sus estrategias de sensibilización a través de Youtube”. En González,

- J. (ed.): *Redes sociales y lo 2.0 y 3.0*, pp. 37-53. Madrid: Visión Libros.
- Arévalo Salinas, A. I. (2014c). "Periodismo y comunicación para la paz. Indicadores y marco regulatorio". *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*. 3(1): 129-159.
- Arévalo Salinas, A. I. e Iranzo Montés, A. (2014). "Periodismo y protesta. La cobertura del periódico *Madrid15m* y el diario *El País* en la protesta Rodea el Congreso de 2012". En Lesmos, M. y Oliveira, M. (eds.): *Comunicação ibero-americana: os desafios da Internacionalização*, pp. 1131-1139. Braga: CECS.
- Fernández-Savater, A. (2014). "¿Hay que guardarse la memoria en el bolsillo?". *eldiarios.es*. 28-02-2014. Disponible en: https://www.eldiario.es/interferencias/guardarse-memoria-bolsillo_6_233836627.html
- Centro de Investigaciones Sociológicas CIS (2011). *Representaciones políticas y movimiento 15M*. Madrid: CIS. Disponible en: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2920_2939/2921/Ft2921.pdf
- Gámez, M. J. (2015). "Feminisms and the 15M Movement in Spain: Between frames of recognition and contexts of action". *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*. 14: 359-365.
- Gil García, J. (2012). "Las redes sociales como infraestructura de la acción colectiva: análisis comparativo entre Facebook y N-1 a través del 15M". *Revista Sistema*. 222: 65-80.
- Gómez Mompert, J. y Palau, D. (2013). "Métodos y técnicas de análisis y registro para investigar la calidad periodística". En Mariño, M.V.; González, T. y Pacheco, M. (coords.): *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas. Actas del 2 Congreso Nacional sobre Metodología de la*

Investigación en Comunicación, pp. 771-785. Segovia: Universidad de Valladolid.

Máiz, R. (2007). “México: ‘La guerra de las palabras’, marcos interpretativos y estrategias identitarias en el discurso político del EZLN (1994-2007)”. En Martí, S. (coord.): *Pueblos indígenas y política en América Latina: el reconocimiento de sus derechos y el impacto de sus demandas a inicios del siglo XXI*, pp. 393-494. Barcelona: Fundación CIDOB.

Mattelart, A. (2007). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

Morozov, E. (2012). *El desengaño de internet: Los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Destino.

Nos Aldás, E.; Seguí, S. e Iranzo, A. (2015). “Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico desde los criterios de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia cultural en el caso de la PAH”. En Chaparro, M. (Ed.): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: Fragua-COMandalucía y Asociación para la Investigación en Comunicación (Imedeia).

Nos Aldás, E. y Farné, A. (2015). “Videoactivismo digital como comunicación para el cambio social pacífico: estrategias narrativas y discursos sociales en United for Global Change”. En Sierra, F. y Montero, D. (ed.): *Videoactivismo, cultura y participación. Teoría y praxis del cambio social en la era de las redes*. Barcelona: Gedisa.

Nos Aldás, E. y Pinazo, D. (2013). “Communication and engagement for social justice”. *Peace Review: A Journal of Social Justice*. 25(3): 343-348.

- Pinazo, D. y Nos Aldás, E. (2016). "Developing moral sensitivity through protest scenarios in international NGOs". *Communication Research*. 43(1): 25-48.
- Piñeiro, T. y Costa, C. (2012). "Ciberactivismo y redes sociales. El uso de Facebook por uno de los colectivos impulsores de la 'Spanish revolution', Democracia Real Ya (DRY)". *Revista Observatorio. Special Issue. Networked belonging and networks of Belonging – COST ACTION ISO906. Transforming Audiences, Transforming societies*: 165-180.
- Rendueles, C. (2013). *Sociofobia: el cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitan Swing.
- Rodríguez, C., Ferron, B. y Shamas, K. (2014). "Four challenges in the field of alternative, radical and citizens' media". *Media, Culture and Society*. 36(2): 150-166.
- Romero Sire, A. (2011). "Las redes sociales y el 15M en España". *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*. 89: 111-116.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*. New York: Penguin Press.
- Toret, J. et al. (2013). "Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida". *IN3 Working Paper Series*. Barcelona: UOC.

Álex Iván Arévalo Salinas, como coautor doy mi **autorización** a Francisco Javier López Ferrández para la presentación de las siguientes publicaciones como parte de su tesis doctoral.

Relación de publicaciones:

Arévalo Salinas, A. y López-Ferrández, F. J. (2016). "Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada". En Candón, J. (ed.). *Actas del I Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*. pp: 9-29. ISBN: 978-84-608-9522-0.

Arévalo Salinas, A. y López-Ferrández, F. J. (2015). "Movimientos sociales y periodismo en España. Una propuesta pacífica y transversal". *Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos*. Nº 4: 87-102

Asimismo, **renuncio** a poder utilizar estas publicaciones como parte de otra tesis doctoral.

Y para que conste firmo el presente documento,

Castellón de la Plana, 24/09/2018



Álex Iván Arévalo Salinas

Todo ello, atendiendo al artículo 23 de la Normativa de los Estudios de Doctorado, regulados por el RD 99/2011, en la Universitat Jaume I (Aprobada por el Consejo de Gobierno núm. 19 de 26 de Enero de 2012, modificada por el Consejo de Gobierno núm. 29 de 27 de Noviembre de 2012 y con posterior modificación por el Consejo de Gobierno núm. 37 de 25 de Julio de 2013):

"(...)

"*Aquellas tesis doctorales que opten por la incorporación de artículos (compendio de publicaciones) deben de ajustarse, en la medida de lo posible, a la siguiente estructura: -Introducción/objetivos - Un capítulo por artículo incorporado - Discusión general de los resultados - Conclusiones. -Aceptación de los coautores de que el doctorando presente el trabajo como tesis y renuncia expresa de estos a presentarlo como parte de otra tesis doctoral.*"

CAPÍTULO 2



EL COLECTIVO ENMEDIO Y SU CAMPAÑA *FIESTA CIERRA-BANKIA*: EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL A TRAVÉS DEL ESPECTÁCULO ÉTICO.



FRANCISCO JAVIER LÓPEZ-FERRÁNDEZ^{a, b}

^aUNIVERSITAT JAUME I

^bUNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

INTRODUCCIÓN

Las posibilidades y los espacios de producción y reproducción de contenidos se han extendido por aristas insospechadas durante las últimas décadas. Esto ha permitido a amplios sectores de la sociedad civil acceder activamente a los discursos públicos a través de los múltiples soportes y plataformas digitales. Las narrativas, los discursos y las visualidades se entrelazan y retroalimentan a través de la constelación de pantallas que va dando forma a nuestro entorno cada vez más hiperreal (Baudrillard, 1978; Lipovetsky y Serroy, 2009). Ante la eclosión de estos nuevos entornos comunicativos, Omar Rincón se preguntaba: “¿Estamos listos para contar?” (2011: 45). Y esa pregunta

parece estar todavía hoy en vigor, ya que la tendencia a *ciudadanizar*¹⁸ el acceso al discurso mediático revela la responsabilidad colectiva ante las historias que nos contamos. Como plantea Jesús Martín-Barbero (2014), las múltiples herramientas digitales a través de las cuáles lo escrito se cruza con la imagen, con el gesto y con el sonido, parecen estar devolviendo las comunicaciones –y al mismo tiempo la cultura– a su origen oral. Esta vuelta a la oralidad es percibida por Martín-Barbero como una oportunidad de trascender la perspectiva elitista y letrada de la cultura, así como los entornos más normativos de la educación reglada o de los medios de comunicación tradicionales, para recuperar saberes y sensibilidades que a menudo no tienen cabida en las narrativas desarrollistas occidentales. Sin embargo, estas mismas transformaciones también han sido percibidas con desconfianza al observarse cómo el acceso a esas nuevas plataformas de comunicación no está generando las “rebeldías” que se esperaban inspiradas en “lo femenino, lo indígena, lo ciudadano, lo joven, lo otro” (Rincón, 2011: 44).

Así, de una parte, se observan las posibilidades de las TIC como espacios de disputa de las historias que nos contamos, y por lo tanto de los discursos, estéticas, narrativas, visualidades y subjetividades. De otra, se echa en falta esa multiplicidad de voces que se presumía que

¹⁸ “Ciudadanía” es un concepto que a menudo se utiliza olvidando su origen jurídico, que hace referencia únicamente a aquellas personas que están legalmente registradas en un territorio determinado. En el debate académico también se presenta a menudo como una noción con la que tiende a igualarse la multiplicidad de factores que diferencian a los actores sociales. Conscientes de las discusiones surgidas en relación a este concepto, utilizamos aquí el término “*ciudadanizar*” en el sentido en el que lo incorpora Omar Rincón (2011) para referirse al conjunto de la sociedad civil.

iban a transformar las formas de ver, de pensar y de habitar el mundo valiéndose de los entornos digitales. Ante esta dicotomía, las perspectivas más críticas han expuesto la tendencia a la banalización de las preocupaciones de una parte de los actores de estos nuevos escenarios comunicativos. Meredith Haff (2012) habla de una generación que está trasladando sus reivindicaciones hacia cuestiones superfluas y materiales olvidando el componente político de la vida pública. Desde Tiqqun (2012) plantean el surgimiento de un nuevo tipo de sujeto, que alcanza progresivamente a las diferentes minorías históricamente situadas en los márgenes socio-políticos y económicos, al que denominan “la Jovencita”. De este modo, “La Jovencita” se presenta como un ente no sexuado que se correspondería con el *ciudadano-modelo* y que estaría atravesado de un profundo control político. Sin embargo, y siguiendo la reflexión que hacían Jesús Martín-Barbero y Germán Rey (1999) al valorar las críticas a la televisión, parece fundamental tratar de encontrar las brechas que pueden generar los nuevos escenarios comunicativos en lugar de censurarlos en su totalidad. Como planteaban estos autores, necesitamos:

“Una crítica *capaz de distinguir* la indispensable denuncia de la complicidad de la televisión con las manipulaciones del poder y los más sórdidos intereses mercantiles (...) del *lugar estratégico que la televisión ocupa en las dinámicas de la cultura cotidiana de las mayorías*, en la

transformación de las sensibilidades, en los modos de construir imaginarios e identidades”¹⁹ (1999: 18).

Esa importancia que Martín-Barbero y Rey otorgan a la televisión se ha ido complejizando con la emergencia de las TIC y sus usos cotidianos. Podríamos decir que nos encontramos actualmente ante entornos comunicativos multicapa (Toret et al., 2013), donde las historias e informaciones que circulan en el espacio físico conviven con las que se difunden en los entornos digitales y al mismo tiempo se entrelazan con los contenidos que aparecen en los diferentes medios de comunicación tradicionales. De esta forma, el flujo comunicativo se retroalimenta y negocia entre las diferentes capas de forma constante. De ahí que sea necesario aplicar la crítica de Martín-Barbero y Rey tanto a la televisión como al resto de herramientas digitales de comunicación. Denunciar aquellos usos de las TIC que son cómplices de las injusticias sociales, pero sin desacreditarlas en su totalidad para valorar sus potencialidades como herramientas transformadoras.

El objetivo de este artículo es precisamente ese, exponer un caso particular de utilización de los nuevos entornos digitales como escenarios en los que desarrollar proyectos comunicativos de cambio social. Para ello centraremos nuestra investigación en el caso del Colectivo Enmedio²⁰ y en su campaña *Fiesta Cierra-Bankia*²¹, una acción llevada a cabo en junio de 2012, difundida posteriormente a través de diferentes plataformas digitales, y que durante 2016 formó

¹⁹ Cursivas en el original

²⁰ <http://www.enmedio.info/>

²¹ Vídeo completo de la acción *Fiesta Cierra-Bankia*: <https://vimeo.com/55930324>

parte de la exposición *Agitprop!* en el Brooklyn Museum de Nueva York. Nuestra intención es analizar cómo el Colectivo Enmedio plantea sus acciones, a partir de qué valores, con qué objetivos, y de qué herramientas y estrategias se sirve para generar relatos contrahegemónicos y contravisualidades (Mirzoeff, 2011) sobre el contexto económico, social y político contemporáneo.

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 LO CULTURAL, ENTRE LA EMANCIPACIÓN Y EL CONTROL

Los debates en torno a cómo afrontar las profundas transformaciones que las TIC han generado en los entornos comunicativos han dado lugar a innumerables publicaciones relacionadas con los alcances de estos cambios, sus direcciones y tendencias, sus potencialidades y sus límites, sus oportunidades y sus riesgos. En las últimas décadas, los entornos digitales han ido perfilándose como escenarios en los que se multiplican las posibilidades de monitorización y vigilancia por parte de las agencias de seguridad, las élites políticas y el sector privado (Mattelart, 2009; Peirano, 2015; Ramonet, 2016). Al mismo tiempo, algunos autores han planteado que la propia idiosincrasia de las redes digitales empobrece el acceso a la información así como la experiencia de participación política por parte de la sociedad civil, ya que los

discursos de estas plataformas son presentados como discontinuos, efímeros e inconsistentes (Han, 2014).

Sin embargo, en los últimos años hemos observado la emergencia de una esfera pública digital que ha tratado de hacer un uso *tecnopolítico* de las TIC, entendiéndolas como espacios de autonomía. A través de estos escenarios se han desarrollado proyectos de transparencia y rendición de cuentas (Open Kratio, Qué hacen los diputados). Proyectos periodísticos, tanto profesionales como ciudadanos, que exploran nuevas fórmulas de financiación que garanticen su independencia de poderes políticos y económicos (*LaMarea*, *infoLibre*, *Diagonal*, *Madrid15m*). Propuestas que recogen los principios del “4º Poder en Red” (Sampedro, 2014) convirtiendo a la sociedad civil en un actor activo en la supervisión de los ejercicios de poder a través del testimonio y la filtración (People Witness, Filtrala, Xnet). O proyectos que trabajan el arte, y los productos culturales, como procesos de construcción colaborativa y que tratan de abrir fórmulas creativas más allá de los circuitos comerciales y de los derechos de autor²².

Estas experiencias, que se relacionan con los principios de la *ética hacker* (Himanen, 2001), han trascendido en los últimos años los públicos especializados y vinculados a las luchas en defensa del software libre para implicar a sectores de población más amplios. Entre 2006 y 2011, a través de experiencias como las protestas contra la ley

²² Un encuentro reciente de experiencias de este tipo puede ser *¿All together now?* Celebrado en abril de 2016 en MediaLab-Prado: <http://medialab-prado.es/article/all-together-now-practicas-artisticas-colaborativas-a-debate> (Recuperado: 13/10/2016)

Desde o la campaña No les votes, van cobrando relevancia en España este tipo de propuestas *tecnopolíticas* que hacen posible, posteriormente, la emergencia de las movilizaciones del 15M en 2011 (Lumbreras, 2013).

En un contexto de profunda crisis económica y política como el que encontramos desde 2008, adquieren una mayor relevancia esas experiencias colaborativas y ciudadanas que encuentran en las plataformas digitales un espacio de intervención política. Entre ese tipo de experiencias ubicamos al Colectivo Enmedio. Con el fracaso de las políticas de apertura y desregulación de mercados y de los relatos dominantes relacionados con la noción del fin de la historia (Fukuyama, 1992) y el *There is no alternative* de Thatcher, la búsqueda de nuevos marcos desde los que pensar estas crisis amplía las posibilidades de plantear lecturas contrahegemónicas y contravisualidades. Nuestro trabajo tratará de centrarse en los debates generados en torno a la incidencia que estos nuevos actores, haciendo uso de las TIC, pueden tener en la dimensión política y cultural de nuestras sociedades.

Para tratar de pensar lo cultural en toda su complejidad partiremos de las aportaciones de la Teoría Crítica, de los Estudios Culturales y de los Estudios para la Paz. Ello nos permitirá pensar lo cultural como un proceso y una negociación permanente. Un proceso que al mismo tiempo se desdobra y relaciona con lo político, lo económico y lo social, dando lugar a una serie de creencias, comportamientos, costumbres y normas en constante mutación.

Por lo tanto, lo cultural puede aparecer atravesado de dispositivos de control ya que “más efectiva que cualquier arma es una concepción compartida de que las cosas son como deberían ser” (Duncombe, 2002: 35). Pero, al mismo tiempo, puede entenderse como un espacio de resistencia y de cambio social al posibilitar, a través de lo utópico, la creación de nuevos territorios imaginados hacia los que dirigir las luchas políticas y sociales. Ante esta doble lectura, se plantea el reto de tratar de detectar cuáles son los relatos hegemónicos, cómo están contruidos y, sobre todo, cómo pueden ser subvertidos o *hackeados*. En ese sentido cabe destacar los planteamientos de Umberto Eco (1987) en relación a la *guerrilla semiológica* o las propuestas de Mark Dery (1993) sobre el *culture jamming* que servirán de inspiración a colectivos como *Adbusters*, *Billboard Liberation Front* o, en el caso español, *Fiambarrera Obrera* entre muchos otros. Este tipo de experiencias, como reconoce Dery (1993), son constantes en la historia y se caracterizan por tratar de alterar mediante la modificación de un producto cultural el significado del mismo a fin de generar nuevas interpretaciones en los públicos. Con el interés de experimentar con el potencial de este tipo de propuestas, en los últimos años diferentes colectivos, movimientos sociales, e investigadores han reivindicado la necesidad de renovar y adaptar los discursos y las estrategias comunicativas de cambio social a los lenguajes, herramientas y rituales propios de los nuevos escenarios mediáticos.

Desde los entornos académicos se ha puesto especial interés en repensar el papel de lo irracional, lo emocional, lo persuasivo, el deseo, el entretenimiento y el espectáculo como dimensiones en las que los discursos transformadores también pueden tener cabida. Propuestas como las de Thomas Tufte en relación al *eduentretenimiento* (2015) nos permiten pensar desde las teleseries a los videojuegos –pasando por el *flashmob* o el videoclip– como géneros donde implementar narrativas de cambio social. Trabajos como los de Omar Rincón (2006, 2011), el Center for Story-based Strategy (Canning y Reinsborough, 2010) o Stephen Duncombe (2007) destacan la importancia de crear relatos contrahegemónicos y contravisualidades mediante lo afectivo y lo irracional que atraviesa la narración de historias, el espectáculo y el entretenimiento. Planteamientos como los de Eloísa Nos (2007; 2015) sugieren la posibilidad de que el discurso publicitario y otros discursos creativos estén dirigidos a sensibilizar socialmente y a tener incidencia política, cultural y legislativa hacia procesos de cambio social (Nos Aldás, Iranzo y Farné, 2012). Todas estas perspectivas nos sirven para poner en relieve las oportunidades de transformación que se abren con el desarrollo de los nuevos escenarios comunicativos multicapa.

Esta intención de repensar las posibilidades abiertas por las TIC podemos encontrarla también en los diferentes movimientos sociales surgidos en las últimas décadas. La propia relación de los activistas con las TIC ha ido modificándose hasta el punto de que “la tecnología ha dejado de caer en el lado de lo criticable fervientemente para pasar a

engrosar las filas de los recursos legítimos de cualquier protesta social” (Sádaba, 2012: 783). Este cambio de perspectiva ha hecho que un amplio número de colectivos y movimientos hayan pasado a organizarse a partir de dinámicas participativas en las que la distribución en red, tanto online como offline, va conformando nuevos lenguajes y nuevos relatos surgidos desde lo múltiple y lo intersubjetivo.

Relatos relacionados con lo que Rancière (2003) denomina ficción política. Ficción que recorre cualquier ordenamiento social, cualquier jerarquía e injusticia, pero que también permite la posibilidad de nuevas narraciones emancipadoras. Esta forma de entender la comunicación desde una perspectiva performativa (Austin, 1976) nos sitúa ante la tarea de analizar sobre qué ficciones se organizan nuestras relaciones y estructuras sociales con el objetivo de plantear nuevos marcos interpretativos para generar culturas socialmente más justas y más sensibles a las desigualdades y violencias.

1.2. COMUNICACIÓN PARA/DEL CAMBIO SOCIAL

Esta forma de entender las culturas como procesos abiertos y contingentes nos permite pensar la comunicación como un espacio fundamental en el que negociar y disputar los imaginarios colectivos. Los relatos que nos contamos delimitan o amplían el campo de lo posible, ya que lo posible aparece como “el límite variable de lo que uno está dispuesto a admitir” (De Luca, 2000: 18). De este modo, se plantea

el reto de pensar qué modelos comunicativos pueden considerarse transformadores y de cambio social.

Los debates conceptuales en torno a nociones como comunicación para el desarrollo han hecho que en los últimos años hayan surgido nuevas propuestas para hacer referencia a un tipo de comunicación capaz de poner en cuestión, y de superar, el modelo occidental de desarrollo. Algunas de las más importantes serían, entre otras, las nociones de comunicación participativa (Díaz Bordenave, 1978), comunicación para empoderamiento ciudadano y ecosocial (Chaparro, 2009), comunicación para el decrecimiento o para el posdesarrollo (Chaparro, 2015), comunicación para/desde el buen vivir (Contreras, 2014; Barranquero y Sáez-Baeza, 2015), comunicación para la justicia social (Wilkins, 2014) o comunicación para el cambio social (Gumucio y Tufte, 2008; Barranquero, 2009; Marí Sáez, 2013; Tufte, 2015).

Desde diferentes proyectos de investigación de la Universitat Jaume I y del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz²³ venimos trabajando fundamentalmente con el concepto de comunicación para el cambio social. Consideramos que recoge y aúna esa variedad de propuestas conceptuales y terminológicas que en los últimos años han sido capaces de complejizar e incorporar matices al debate sobre la comunicación como herramienta de transformación social. Además,

²³ El proyecto *Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales* –que finalizara en diciembre de 2015– y actualmente el proyecto *Testimonio ético y comunicación para el cambio: Análisis de modos de resignificación de la figura de la víctima y de re-situación de los agentes sociales* son los que nos han permitido abordar estas cuestiones relacionadas con la comunicación y el cambio social.

hemos planteado la posibilidad de hablar de comunicación del cambio social (Nos Aldás y Santolino, 2015). Con ello exponemos la importancia de entender esa comunicación transformadora como un proceso que en determinados sectores ya se está produciendo y que es capaz de implicar activamente a los diferentes actores sociales, dotándoles de agencia y haciendo más patente el empoderamiento y el cariz participativo en este tipo de prácticas.

Al hablar de comunicación para/del cambio social lo hacemos incorporando a esta noción las aportaciones críticas que han planteado que esta nueva terminología no podía, exclusivamente, aparecer como una reformulación de los principios vinculados a la comunicación para el desarrollo. Entendemos la comunicación para/del cambio social como aquellos procesos comunicativos al tiempo críticos, participativos y educadores, que buscan tener incidencia política y cultural respondiendo a criterios de justicia social. Un modelo de comunicación que supere los principios etnocéntricos, androcéntricos, patriarcales y economicistas/desarrollistas de occidente, y que sea capaz de conseguir la implicación, el compromiso y la movilización de los actores sociales para transformar violencias e injusticias a través de medios pacíficos. Una comunicación que, al mismo tiempo, dote al proceso espectral de “valor ético y político” (Gámez Fuentes y Núñez Puente, 2013: 155) superando la noción de reconocimiento para incorporar un componente de responsabilidad entre espectador y sujeto representado, fomentando un modelo de *testimonio ético* (Oliver, 2004) en las audiencias. De este

modo, se buscaría trascender los marcos asistencialistas y los relatos relacionados con el *distant suffering* –o sufrimiento a distancia (Boltanski, 1999)– para poner en valor las “capacidades propias del individuo para tomar decisiones de carácter colectivo” (Chaparro, 2009: 157) representando a los diferentes actores sociales como actores legítimos y con agencia política.

Por lo tanto, las buenas prácticas comunicativas para/del cambio social se caracterizarían por incorporar, tanto a los procesos de producción como a los contenidos generados, esta serie de características que hemos presentado y que aparecen como el resultado de un largo proceso de debate académico y de aprendizaje a partir de las experiencias de la sociedad civil movilizadas. Al mismo tiempo, a raíz de las profundas transformaciones de los entornos comunicativos en las últimas décadas, consideramos que estas prácticas tienen la necesidad de conciliar las nociones de eficacia y eficiencia. Es decir, han de proponer una comunicación eficaz cultural y políticamente, que sea capaz de incorporar una perspectiva a largo plazo con la que tratar de subvertir los relatos de control en los que se sostienen contextos de violencia estructural y/o directa. Simultáneamente, han de ser eficientes en términos cuantitativos, buscando la mayor difusión, distribución e impacto de sus procesos y de sus contenidos con el objetivo de implementar su incidencia valiéndose de los nuevos entornos digitales.

2. MARCO METODOLÓGICO: IMAGINANDO UN ESPECTÁCULO ÉTICO MULTICAPA

Con la intención de localizar y analizar experiencias que pudieran ser consideradas como buenas prácticas comunicativas para/del cambio social –que emergen con, y se sirven de, los nuevos escenarios comunicativos multicapa– decidimos realizar un estudio de caso (Flyvbjerg, 2011) de la campaña *Fiesta Sierra-Bankia* del Colectivo Enmedio. Centramos nuestro análisis en este colectivo porque sus dinámicas de trabajo son cooperativas y abren sus procesos creativos a la participación de cualquier individuo interesado en formar parte de ellos. De entre sus campañas seleccionamos para el análisis *Fiesta Sierra-Bankia* ya que hasta la fecha ha sido una de sus acciones con mayor impacto. Resultaba especialmente relevante por haberse realizado en el espacio físico, por su amplia difusión en redes sociales y medios de comunicación online, y porque posteriormente volvió a presentarse en intervenciones en el espacio físico mediante la exposición *Agitprop!* del Brooklyn Museum o en conferencias como el Creativetime Summit 2012: Confronting Inequity²⁴. Una vez seleccionado nuestro estudio de caso, tratamos de realizar una sistematización de la experiencia (Mejía, 2012) para reconstruir las prácticas del Colectivo Enmedio, analizar críticamente sus procesos creativos y comunicativos, y valorar sus acciones a fin de extraer

²⁴ Ponencia de Leónidas Martín en la que presenta *Fiesta Sierra-Bankia*: <https://www.youtube.com/watch?v=QVifwQeD8w>

aprendizajes que ejemplificaran los usos críticos e innovadores que la sociedad civil está haciendo de los nuevos entornos digitales.

Para ello realizamos un seguimiento de diferentes declaraciones públicas y entrevistas realizadas a sus miembros y accedimos a los diferentes materiales publicados en su web que nos permitían ir trazando un perfil de su filosofía de trabajo. Posteriormente planteamos un análisis de *Fiesta Cierra-Bankia* observando que se trataba de una campaña que presentaba una lectura contrahegemónica del rescate a Bankia a través de una acción cercana a los planteamientos expuestos por Duncombe (2007) al hablar de Espectáculo Ético.

Duncombe, plantea la necesidad de repensar lo irracional y lo emocional como espacios en disputa y en los que cualquier propuesta de cambio social debería tratar de tener incidencia. Su intento de reformular la noción de “espectáculo”, alejándola de la carga necesariamente negativa que le imprimieran los situacionistas y fundamentalmente Guy Debord (1967), le ha llevado a hablar de Espectáculo Ético para presentar los principios de un tipo de espectáculo que permitiría poner en marcha procesos comunicativos de cambio social.

La propuesta de Duncombe aparecería como el modelo a partir del cual comenzar a imaginar un tipo de espectáculo transformador, participativo, sensible y responsable con la justicia social. Las características de este tipo de espectáculo podrían condensarse en los siguientes cinco puntos. El Espectáculo Ético sería:

-Participativo: Prestando especial atención a posibilitar el empoderamiento de los participantes permitiendo que intervengan de forma activa en las diferentes fases asociadas a la creación, la realización y la distribución del espectáculo. Sería, “simplemente, la aplicación de los principios democráticos al espectáculo que gobierna nuestra vida” (Duncombe, 2007: 127).

-Abierto: Haciendo referencia a la capacidad del propio espectáculo de ser permeable a los contextos particulares en los que tiene lugar y, por lo tanto, a la posibilidad de que continúe construyéndose de forma colectiva durante las diferentes fases gracias a la aportación de personas que en un principio no formaban parte del grupo en el que se inicia la propuesta.

-Transparente: Implicaría la creatividad y la imaginación de los diferentes actores –tanto productores como espectadores– desde la transparencia. Es decir, haciéndolos conscientes de que el espectáculo al que asisten y del que participan es “una actuación, no la realidad; un símbolo, no una simulación” (Duncombe, 2007: 151), dando a conocer así los objetivos del mismo con claridad.

-Realista: No plantear el espectáculo como una realidad en sí misma, sino como una forma creativa de abordar las relaciones de poder, las desigualdades y las violencias del mundo real. Realista en el sentido de abordar problemáticas propias de las relaciones sociales, económicas, culturales y políticas, sean estas tangibles o intangibles, materiales o inmateriales, pero planteadas desde una comunicación emocional que

permita mostrar complejidades que a través de otro tipo de comunicación podrían pasar desapercibidas.

-Utópico: Volcar en el espectáculo un contenido utópico que permita crear nuevos relatos que posibiliten la ampliación de los márgenes de lo posible. Valiéndose de esta manera de los sueños y deseos de los participantes para transformar marcos interpretativos que pueden estar tradicionalmente arraigados.

Estos principios expuestos por Duncombe, nos servirán para comenzar a imaginar la posibilidad de poner en práctica un tipo de espectáculo y de entretenimiento que vaya más allá de la alienación cultural, de la manipulación política o del consumismo desarrollista. Junto a esta aportación de Duncombe, tendremos en cuenta las conclusiones del proyecto *Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales* donde se presentan una serie de criterios para poner en práctica una comunicación para/del cambio social que sea capaz de tener incidencia política y cultural. Algunos de estos criterios serían:

-El carácter participativo y horizontal de los procesos comunicativos para dar lugar a un aprendizaje cooperativo.

-El intento de avanzar hacia la consecución de objetivos colectivos e inclusivos.

-El uso de enfoques de denuncia estructural que permitan problematizar en clave política situaciones que previamente podían

aparecer como causas individuales o aisladas. En este sentido, las propuestas comunicativas más eficaces culturalmente serían aquellas que se apoyan en marcos de esperanza, de paz y no-violencia, y de justicia para presentar las situaciones tratadas desde una óptica que supere el asistencialismo y muestre las capacidades para transformar pacíficamente las injusticias sociales.

-La búsqueda de transversalidad, tanto en los temas y en los enfoques como en los marcos, para conseguir una mayor resonancia cultural (Nos Aldás, Seguí-Cosme e Iranzo, 2015). Visibilizar, focalizar e insistir en el carácter no-violento de las acciones y demandas que se comunican serían elementos a tener en cuenta para implementar esa resonancia cultural.

-Plantear una comunicación empoderadora, también en el plano emocional, superando los procesos de victimización para mostrar actores con agencia ante las situaciones de injusticia.

-Comunicar y visibilizar los éxitos concretos para posibilitar un sentimiento de esperanza hacia la consecución de los objetivos planteados.

-Orientar la comunicación a los medios, saber leer sus rituales, así como los lenguajes propios de cada plataforma y de sus públicos.

Teniendo en cuenta estas aportaciones, planteamos un estudio de caso centrado en la planificación y la ejecución de la campaña para así valorar la incorporación de esos criterios en las prácticas del Colectivo

Enmedio. El análisis de la planificación se llevará a cabo a través de las informaciones facilitadas por el propio colectivo en relación a sus metodologías de trabajo, así como a través de las declaraciones que Leónidas Martín realizara en una entrevista para la plataforma Challenge Yasuní (2014) durante la 4ª Conferencia Internacional sobre Decrecimiento para la Sostenibilidad Ambiental y la Justicia Social celebrada en Leipzig²⁵. Posteriormente, el estudio de su ejecución se servirá del vídeo editado por el propio colectivo tras la realización de la acción en Bankia. Se analizarán sus elementos discursivos y se valorará qué criterios de los previamente citados ponen en práctica durante la intervención y en la pieza audiovisual.

3. COMUNICACIÓN COLABORATIVA: EL COLECTIVO ENMEDIO Y SU *FIESTA CIERRA-BANKIA*

En los últimos años ante los crecientes contextos de incertidumbres, en los que la palabra “crisis” atraviesa un amplio número de discursos, hemos visto cómo ha ido incrementándose la emergencia de colectivos que han tratado de plantear su trabajo desde lógicas alejadas de los valores asociados al neoliberalismo. La competitividad transmuta en el trabajo cooperativo, la individualidad asociada al acto creativo se difumina en los procesos de construcción colectiva o anónima de

²⁵ <http://www.degrowth.de/es/leipzig-2014/informacion-general/> (Recuperado: 13/10/2016)

proyectos y acciones; lo comercial deja brechas a lo experiencial, al empoderamiento y a la emancipación de los actores implicados en los productos culturales y comunicativos.

En estos contextos de crisis e indeterminación nos encontramos ante un doble movimiento a través del cual la sociedad civil puede hallar y generar nuevos escenarios de participación política y de interrupción e impugnación de los relatos dominantes. Como ellos mismos suelen exponer, Enmedio es un colectivo que surge con la intención de explorar nuevamente los vínculos entre el arte y la acción política. Creado en Barcelona en 2007, fruto de la iniciativa de diferentes profesionales de la imagen, ha tratado desde sus inicios de repensar la creación artística, los productos culturales, el entretenimiento y el espectáculo como espacios potenciales para la intervención política. Partiendo del planteamiento de que el neoliberalismo se ha convertido en un sistema cultural y de valores ampliamente interiorizado (Agamben, 2005; López Petit, 2009; Morey, 1994), el Colectivo Enmedio trata de encontrar y ampliar mediante las prácticas comunicativas las brechas que permitan imaginar otras culturas posibles. En los últimos años han llevado a cabo un amplio número de acciones de *artivismo*, así como de talleres, conferencias, presentaciones o exposiciones. Su propia web aparece al tiempo como un blog a través del cual seguir sus últimas novedades, tener acceso a materiales académicos y reflexiones relacionadas con la filosofía desde la que trabajan, o acceder a sus proyectos e intervenciones públicas.

Entre sus principales acciones podríamos destacar *Fiesta en el Inem*, *Campeones del paro*; *Sí se puede, pero no quieren*; *Fiesta Cierra-Bankia* o, más recientemente, *Dicen que no caben pero las vamos a meter*²⁶. Algunos de estos proyectos se han ido desarrollando junto a colectivos como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), y en todos ellos han tratado de ofrecer nuevos relatos contrahegemónicos que permitieran cuestionar los propios cimientos culturales desde los que interpretamos los actuales contextos políticos, económicos y sociales.

En este artículo nos centraremos en el caso particular del proyecto *Fiesta Cierra-Bankia*, para exponer desde qué principios y estrategias se planifica la acción, de qué forma se lleva a cabo su ejecución y cómo se distribuye de manera multicapa.

3.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COLABORATIVA

Los procesos creativos del Colectivo Enmedio emergen desde lo colaborativo y lo participativo con el objetivo de implementar una serie de valores que sean capaces de trascender la ética neoliberal asociada al individualismo y la competitividad (Challenge Yasuní, 2014). Estas metodologías de trabajo los llevan, en el momento en el que se produce el rescate a Bankia de mayo de 2012 con más de 23.000 millones de euros de dinero público, a comenzar a plantearse qué podían hacer

²⁶ En <http://www.enmedio.info/> puede encontrarse toda la información referente a estas acciones.

para que la sociedad civil fuera capaz de abordar este rescate desde una perspectiva crítica y empoderadora. Así, mediante un proceso cooperativo y abierto se decide llevar a cabo una campaña para pedir a los clientes de Bankia que cierren sus cuentas como forma de protesta ante el rescate.

Para ello se realiza un envío anónimo de emails a clientes de Bankia solicitando el cierre de sus cuentas, y se plantea una intervención en una de las sucursales. La intervención consistirá en realizar una fiesta para celebrar el cierre de una de las cuentas. Se plantea, al mismo tiempo, que esa intervención en el espacio físico de la sucursal de Bankia generara una pieza audiovisual para su difusión a través de diferentes canales y redes digitales.

Las dinámicas de trabajo en los momentos de planificación estratégica de la campaña, con su apertura a la participación de cualquier persona interesada en este proceso, hacía que el proyecto se acercara a los principios expuestos por Duncombe (2007) a la hora de hablar de Espectáculo Ético.

De este modo, nos encontramos ante un uso del entretenimiento y del espectáculo que pasa por la apertura de los procesos creativos desde la planificación estratégica y que deja abierta la posibilidad de participación tanto en esta primera fase como en las posteriores. Además, se incorpora un vínculo con lo real al abordar cuestiones de denuncia social, y se introduce un componente utópico planteando la celebración de un acto que simbólicamente muestra la posibilidad de

nuevas relaciones sociales basadas en valores culturales que vayan más allá de los principios neoliberales.

Estas dinámicas de trabajo permiten a los participantes experimentar el potencial transformador y empoderador del propio proceso creativo. Al mismo tiempo van dando forma colectivamente a una intervención cultural capaz de tener incidencia política presentando y representando nuevos marcos desde los que mirar y pensar la realidad.

3.2 ELEMENTOS DISCURSIVOS DE *FIESTA CIERRA-BANKIA*

Tras el proceso colaborativo de planificación estratégica, en junio de 2012 se lleva a cabo la intervención en la sucursal de Bankia y la edición del vídeo que posteriormente se distribuirá a través de diferentes plataformas digitales. Desde el punto de vista del impacto mediático, mucho más importante que la intervención en el espacio físico llegaba a ser la realización de la pieza audiovisual ya que iba a permitir que la acción fuera capaz de trascender el carácter efímero de la intervención llegando a viralizarse a través de las redes digitales (Challenge Yasuní, 2014). Al igual que en anteriores proyectos de Enmedio, el objetivo de la acción y de la pieza audiovisual era tratar de representar la crisis no como un momento necesariamente asociado al pesimismo, la frustración o la angustia sino como tiempos para que las capacidades y el empoderamiento de la sociedad civil permitieran poner en marcha nuevas formas de plantear las relaciones sociales y políticas.

Un periodo en el que era posible plantear relatos contrahegemónicos tratando de ir más allá de las dinámicas acumulativas del neoliberalismo y poniendo en valor lo colectivo y lo cooperativo.

Para ello, desde Enmedio, se plantea una comunicación que se sirve del espectáculo para insertarse dentro de las lógicas y los contextos mediáticos contemporáneos, en los que parece que “*la espectacularidad se convierte en un valor. EL valor*”²⁷ (Baricco, 2013: 18).

Tal y como hemos expuesto recientemente (Arévalo Salinas y López Ferrández, 2015a; 2015b) la incorporación del refuerzo positivo, el pacifismo y la transversalidad socio-política posibilitan un mayor seguimiento y movilización de los actores implicados en los procesos comunicativos. Con refuerzo positivo nos referimos a la visibilización de éxitos concretos conseguidos por la sociedad civil en los procesos de demandas sociales, así como la difusión de discursos que incidan en las posibilidades de que dichas demandas se alcancen (Nos Aldás y Pinazo, 2013; y Pinazo y Nos Aldás, 2016). La incorporación del pacifismo, haría referencia a los elementos discursivos que se esfuerzan en relacionar la acción y las reivindicaciones expuestas con un cambio social pacífico. La transversalidad socio-política trataría de mostrar el carácter inclusivo de las luchas sociales presentando las demandas desvinculadas de cualquier simbología y clasificación ideológica establecida y tratando de mostrar la posibilidad de que cualquier

²⁷ Cursivas y mayúsculas en el original

persona pueda participar activamente en los procesos de transformación.

En el caso de la acción *Fiesta Cierra-Bankia* el refuerzo positivo se presenta a lo largo de toda la intervención y del vídeo. La decisión de enfocar la acción comunicativa desde el optimismo y la celebración les permiten convertir un acto cotidiano en un éxito concreto. Cerrar la cuenta bancaria se convierte así en un acto con el que se muestra la agencia del cliente para poder incidir en el propio funcionamiento del banco mediante la retirada de su participación en la entidad. Esa acción pasa a ser un acto político vivido colectivamente como un éxito. De esta forma, se interrumpe un relato dominante por el cual lo vinculado a la gestión individual de nuestros recursos económicos se asocia con lo estrictamente privado, y se visibilizan las implicaciones colectivas, y por lo tanto políticas, que tienen esas decisiones particulares. Se expone cómo el acto individual de cerrar la cuenta también puede ser vivido –y celebrado– colectivamente, consiguiendo que los clientes de Bankia que decidan cerrar su cuenta pasen a sentir esa experiencia como algo que trasciende el acto concreto e individual, mostrándose el carácter político de la acción.

A lo largo de la pieza audiovisual el refuerzo positivo toma forma en la actitud alegre con la que se informa desde dentro del banco de que acaban de cerrar una cuenta, en la aparición de los confetis, sombreros, globos y pitos de colores, en la bola de espejos que solemos encontrar en las discotecas, la minicadena portátil y la música, la diadema en

forma de corona que le ponen a la clienta que ha cerrado la cuenta, etc. Finalmente, en el momento en el que la mujer que ha cancelado su cuenta sale en brazos por la puerta del banco, aparece la frase “Comienzan los recortes a los bancos” mientras los participantes cantan “Cierra Bankia” y gritan “el último que cierre”. Con ello explicitan las capacidades de los clientes para iniciar esos “recortes a los bancos” a través de sus acciones individuales, que al mismo tiempo son celebradas colectivamente.

En cuanto al pacifismo, la elección de realizar una fiesta y el tono jovial de la acción permiten que una intervención en un espacio privado como es una sucursal bancaria sea más difícil de asociar con un acto violento. Durante la pieza audiovisual se muestra en todo momento el desarrollo sin incidentes de la acción. Observamos gente bailando, jugando al limbo bajo una cinta en la que se lee “recorta Bankia”, e incluso cómo uno de los participantes se acerca hasta la mesa en la que una empleada de la sucursal y una clienta se encuentran reunidas para ofrecerles una copa de cava.

Este gesto, con el que se intenta hacer partícipes de la acción a los propios empleados y a los clientes que se encontraban en la sucursal en ese momento, condensa el carácter pacífico de la acción y la intención de dotarla de transversalidad, inclusividad y apertura. Ese recurso discursivo incluyente muestra la posibilidad de que cualquier persona pase a formar parte de la celebración y, por lo tanto, de ese nuevo relato que trata de construirse. Esta apertura estaría relacionada con una de

las características de las que habla Duncombe al plantear el Espectáculo Ético, ya que considera que este tipo de experiencias deben garantizar la posibilidad de que nuevos actores se incorporen al espectáculo durante su ejecución. La transversalidad también podemos observarla con la aparición de personas de diferentes edades en la pieza audiovisual, así como en la ausencia de simbologías que relacionen la acción con ningún tipo de categoría ideológica previamente establecida.

El uso de elementos que muestran el carácter pacífico de la acción, así como su inclusividad, permiten una mayor resonancia cultural en aquellas audiencias que no están previamente familiarizadas con este tipo de acontecimientos. Esos detalles de apertura y pacifismo hacen que un amplio número de personas puedan reconocerse en los principios que se están representando, y por lo tanto sentirse más identificadas con ese discurso. Se trata de una acción que al tiempo que se muestra rupturista y reivindicativa es capaz de ser transversal y no-violenta, consiguiendo alejarse de identidades políticas previas que a menudo son representadas como fuente de conflictos enquistados.

Nos encontramos ante una campaña que es capaz de plantear un tipo de espectáculo cercano al expuesto por Duncombe (2007). En él encontramos procesos de participación, ejecución y distribución abiertos y participativos. Observamos cómo los temas tratados son cuestiones relacionadas con los entornos socio-políticos, siendo un espectáculo realista. Al mismo tiempo se vuelca, en la intervención y en la pieza audiovisual, un componente utópico relacionado con plantear

nuevos relatos de la crisis económica y política que pasan por poner en valor la cooperación, la solidaridad y las capacidades de los actores sociales para operar como agentes políticamente activos. Por último, si bien durante la intervención en la sucursal la transparencia puede ser relativa –ya que ciertos actores no son conscientes de lo que está sucediendo– a través de la pieza audiovisual se muestra de manera más clara que estamos asistiendo a una acción simbólica de denuncia.

Nos encontramos ante una campaña que intenta reformular en clave política acciones que previamente se vinculaban a cuestiones privadas. Se demuestra un especial interés por poner en marcha una comunicación capaz de reivindicar políticas y marcos interpretativos a favor del interés colectivo y no de los intereses económicos privados. Además, se implica activamente a la ciudadanía en los procesos de planificación, ejecución y difusión de la campaña, mostrando en todo momento las capacidades de los diferentes actores sociales para intervenir políticamente en el discurso público.

El carácter multicapa de *Fiesta Sierra-Bankia*, sus dinámicas internas, y sus planteamientos discursivos hacen que podamos considerarla como una propuesta de comunicación para/del cambio social al tiempo eficiente y eficaz culturalmente. Eficiente ya que consigue los objetivos de impacto y de distribución gracias a unos planteamientos discursivos que permiten la viralización de la pieza audiovisual. Eficaz porque plantea una comunicación que explora nuevos marcos desde los que aportar una perspectiva crítica hacia los valores culturales neoliberales,

poniendo en valor lo colectivo, lo colaborativo, y las capacidades de la sociedad civil para participar activamente en sus contextos socio-políticos.

Por último, cabe destacar que el propio carácter de la acción y los valores con los que trabaja el Colectivo Enmedio hacían que el proyecto apareciera como una campaña de código abierto. Esto ha permitido que se hayan realizado fiestas similares en otras ciudades españolas. Un ejemplo podría ser la acción realizada por Asamblea Logroño²⁸ siguiendo el modelo planteado de *Fiesta Cierra-Bankia*.

CONCLUSIONES/DEBATE

La experiencia particular que hemos analizado nos permite observar el alcance de las oportunidades que las TIC han abierto para que la sociedad civil participe activamente en el discurso público y mediático. Las prácticas colaborativas vinculadas a la comunicación –que aparecen en sí mismas como procesos de transformación para los propios actores implicados– han encontrado con el desarrollo de las nuevas herramientas digitales la posibilidad de hacer que sus proyectos alcancen una difusión difícil de imaginar hasta ahora.

Esos colectivos, que tratan de ofrecer nuevos marcos interpretativos desde los que entender los contextos socio-políticos actuales, han ido

²⁸ Enlace al vídeo *Fiesta en Bankia* de Asamblea Logroño: <https://www.youtube.com/watch?v=GeyDs3s4s4M> (Consultado: 14/06/2016)

multiplicándose en los últimos años ante el creciente descontento surgido de los contextos de crisis. Algunos de ellos, además, han sido capaces de adaptar sus lenguajes, sus técnicas y sus discursos a los rituales propios de los escenarios comunicativos contemporáneos, en los que la tendencia ha estado marcada por la progresiva espectacularización de los discursos públicos y políticos (Mazzoleni y Sfardini, 2009). De esta forma, han puesto de manifiesto cómo la comunicación basada en el espectáculo también puede generar nuevos espacios de resistencia y transformación.

Es necesario plantear que actualmente los escenarios y discursos mediáticos continúan estando profundamente controlados por grandes grupos y conglomerados con intereses privados. Estos encuentran su estabilidad en una legislación restrictiva hacia los medios comunitarios (Chaparro, 2015) y en una cultura mediática que no ha sido capaz de explotar las posibilidades que las TIC ofrecen para transformar los roles adoptados por la sociedad civil (Sampedro, 2014). Sin embargo, en ese proceso de apertura de nuevos entornos digitales es importante superar una perspectiva elitista y letrada que incluso desde buena parte de la izquierda tradicional ha generado incapacidad a la hora de reapropiarse de las herramientas y los lenguajes propios de los contextos comunicativos actuales. Se trataría de superar lo que Baricco (2013) denomina el miedo a los bárbaros, siendo los bárbaros el reflejo mismo de la mutación que hace tambalearse a los cánones de la cultura. Para

ello sería necesario tomar conciencia de que somos, como diría Omar Rincón (2014), el resultado de infinidad de “experiencias bastardas”:

No sólo por todo lo que le debemos al capitalismo pop (made in USA) sino también a la paradoja de nuestras memorias populares (de trueques, excesos, amistades, bailes y otras borracheras)... ni gringos ni populares... más bien impuros y bastardos. (2014: 136).

De esta toma de conciencia de nuestro propio hibridismo cultural (García Canclini, 1990; Burke, 2010) surge la posibilidad de abordar los actuales entornos comunicativos como un campo de experimentación hacia el cambio social. El caso de *Fiesta Sierra-Bankia* forma parte de ese proceso experimental que busca implicar activamente a los públicos en los discursos comunicativos, culturales y políticos.

Estas experiencias ponen en práctica un tipo de comunicación que nos permite comenzar a imaginar un espectáculo más democrático y participativo. A pesar de todo, este modelo de Espectáculo Ético encuentra por ahora sus límites en las microexperiencias de colectivos particulares. Cuesta imaginar procesos de este tipo a grandes niveles, pero precisamente ese carácter de microexperiencia es, a su vez, el que permite que las dinámicas de trabajo sean vividas en sí mismas como un proceso de transformación en el que cada actor ofrece y negocia sus puntos de vista en la construcción colectiva del proyecto.

Ante esto, consideramos que el caso de *Fiesta Cierra-Bankia* se presenta como un ejemplo de buenas prácticas comunicativas para/del cambio social por:

-Ser capaz de generar dinámicas cooperativas que aparecen en sí mismas como procesos de transformación para los actores implicados.

-Plantear una comunicación dirigida a reforzar la imagen de la sociedad civil como agente de cambio al visibilizar sus capacidades para incidir a través de sus acciones en la situación política.

-Utilizar una comunicación al tiempo inclusiva, pacífica y esperanzadora que hizo posible que la pieza audiovisual alcanzara una amplia difusión a través de las redes digitales.

-Incorporar un relato contrahegemónico y contravisual de los bancos –y por lo tanto de la estructura económica neoliberal– interviniendo así en lo real y aportando una mirada que permita poner en valor lo colectivo, la solidaridad y lo cooperativo, superando una cultura fundamentalmente materialista vinculada a la acumulación y a las lógicas desarrollistas occidentales.

El caso de Enmedio es solo el de una microexperiencia entre otras muchas que se están desarrollando actualmente (Challenge Yasuní, 2014). Algunas de estas experiencias elaboraron acciones similares a las que aquí hemos trabajado. Es el caso, por ejemplo, de la acción desarrollada por el colectivo andaluz Flo6x8, que a raíz de las informaciones relacionadas con el rescate a Bankia realizó *Bankia*,

pulmones y branquias. Una acción que se llevó a cabo en una sucursal de la entidad en Sevilla y de la que, al igual que hiciera Enmedio, surgió una pieza audiovisual que distribuyeron a través de las redes alcanzando una importante viralización e impacto. Estas microexperiencias nos permiten, sin caer en la autocomplacencia ni en el optimismo acrítico, imaginar unos usos transformadores de los escenarios comunicativos multicapa y evitar la parálisis asociada a las lecturas más pesimistas de las profundas transformaciones que desde las últimas décadas estamos experimentando en relación a los escenarios comunicativos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agamben, G. (2005). *Profanaciones*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Arévalo Salinas, A. I. y López Ferrández F. J. (2015a). “Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada en España. El caso del informativo *Sí se puede*”. En Candón, J. (ed.). *Actas del I Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*. pp: 9-29. ISBN: 978-84-608-9522-0.
- Arévalo Salinas, A. I. y López Ferrández F. J. (2015b). “Movimientos sociales y periodismo en España. Una propuesta pacífica y transversal”. *RIDH – Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos*. 4: 87-102.
- Austin, J. L. (1976). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.

- Barranquero, A. (2009). "The state of the art in citizens' communication for social change in Spain". *Development in Practice*. 19(4-5): 643-653.
- Barranquero, A. y Sáez-Baeza, C. (2015). "Comunicación y Buen Vivir. La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social". *Palabra Clave*. 18(1): 41-82.
- Barricco, A. (2013). *The barbarians: An essay on the mutation of culture*. New York: Rizzoli Ex Libris.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Boltanski, L. (1999). *Distant suffering. Morality, media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burke, P. (2010). *Hibridismo cultural*. Madrid: Akal.
- Canning, D. y Reinsborough, P. (2010). *Re: Imagining change: How to use story-based strategy to win campaigns, build movements, and change the world*. Oakland, CA: PM Press.
- Challenge Yasuní (2014). "Tenemos que crear una cultura que nos saque de la cultura neoliberal". Entrevista a Leónidas Martín. Recuperado 12/06/2016 de <http://leodecerca.net/tenemos-que-crear-una-cultura-que-nos-saque-de-la-cultura-neoliberal-entrevista-degrowth-2014/>
- Chaparro, M. (2009). "Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios, perspectivas de la comunicación". *Perspectivas de la Comunicación*. 2(1): 146-158.
- Chaparro, M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Madrid: Fragua.

- Contreras, A. (2014). *Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el buen vivir*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- De Luca, E. (2000). *Aquí no, ahora no*. Madrid: Akal.
- Debord, G. (1967). *La société du spectacle*. Paris: Buchet-Chastel.
- Dery, M. (1993). *Culture jamming: Hacking, slashing and sniping in the empire of signs*. Westfield: Open Magazine Pamphlet Series. Recuperado 12/06/2016 de http://markdery.com/?page_id=154
- Díaz Bordenave, J. (1978). "Aspectos políticos e implicaciones políticas de la comunicación participatoria". En *Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria*. Quito: CIESPAL.
- Duncombe, S. (2007). *Dream: Re-imagining Progressive Politics in an Age of Fantasy*. New York: The New Press.
- Eco, U. (1987). *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen.
- Flyvbjerg, B. (2011). "Case study". En Denzin N. y Lincoln Y. (eds.). *The Sage Handbook of Qualitative Research*, pp. 301-316. Thousand Oaks: Sage.
- Fukuyama, F. (1992). *El fin de la historia y el último hombre*. Barcelona: Planeta.
- Gámez Fuentes, M. J. y Núñez Puentes, S. (2013). "Medios, ética y violencia de género: más allá de la victimización". *Asparkia*. 24: 145-160.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México D.F: Grijalbo.
- Gumucio, A. y Tufte, T. (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el cambio social.

- Haff, M. (2012). *Dejad de lloriquear: Sobre una generación y sus problemas superfluos*. Barcelona: Alpha Decay.
- Han, B-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder editorial.
- Himanen, P. (2001). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- López Petit, S. (2009). *La movilización global. Breve tratado para atacar la realidad*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Lumbreras, A. (2013). “Emergencia de una masa crítica en las luchas de internet 2006-2011. De la independencia del ciberespacio a la toma del geomundo”. En Toret, J. et al. *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*, pp. 35-40. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Marí Sáez, V. (2013). “Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo”. *Commons: Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*. 2(2): 40-64.
- Martín-Barbero, J. (1992). “Modernidad, posmodernidad, modernidades. Discursos sobre la crisis y la diferencia”. *Praxis Filosófica*. 2: 37- 60.
- Martín-Barbero, J. (2014). “Nuevos modos de construir conocimiento en el mundo digital”. Entrevista realizada por Urganda, W. y Bacher, S. Recuperado 12/06/2016 de <https://www.youtube.com/watch?v=hUqbm8VkxaQ>
- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa Editorial.

- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado*. Barcelona: Paidós.
- Mazzoleni, G. y Sfardini, A. (2009). *Política Pop: Da 'Porta a Porta' a 'L'isola dei famosi'*. Bologna: Il Mulino.
- Mejia, M. R. (2012). *Sistematización (Una forma de investigar las prácticas de producción de saberes y conocimientos)*. La Paz: Lionel Magne.
- Mirzoeff, N. (2011). *The right to look: A counterhistory of visibility*. Durham N. C: Duke University Press.
- Morey, M. (1994). *Deseo de ser piel roja*. Barcelona: Anagrama.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria
- Nos Aldás, E. Iranzo, A. y Farné, A. (2012). "La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. 17: 209-237.
- Nos Aldás, E. y Pinazo, D. (2013). "Communication and engagement for social justice". *Peace Review: A Journal of Social Justice*. 25(3): 343-348.
- Nos Aldás, E. y Santolino, M. (2015). "La Investigación en Comunicación y cooperación en los nuevos escenarios de movilización social: ONGD, objetivos de justicia social y eficacia cultura". *Revista de la asociación española de investigación de la comunicación*. 2(4): 1-7.
- Nos Aldás, E., Seguí-Cosme, S. e Iranzo, A. (2015). "Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico desde los criterios de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia cultural en el caso de la PAH". En Chaparro, M. (Ed.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: Fragua-COMandalucía.

- Nos Aldás, E. (2015). "Activism, Transmedia Storytelling and Empowerment". En Banu Baybars-Hawks (ed.), *New Media Politics: Rethinking Activism and National Security in Cyberspace*, pp. 78-94. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Oliver, K. (2004). "Witnessing and testimony". *Parallax*. 10(1): 79-88.
- Peirano, M. (2015). "¿Por qué me vigilan si no soy nadie?" *Tedx Talk Madrid*. Recuperado 10/10/2016 de <https://www.youtube.com/watch?v=NPE7i8wuupk>
- Pinazo, D y Nos Aldás, E. (2016). "Developing Moral Sensitivity Through Protest Scenarios in International NGOs' Communication". *Communication Research*. 43(1): 25-48.
- Ramonet, I. (2016). *El imperio de la vigilancia*. Madrid: Clave Intelectual.
- Rancière, J. (2003). *El maestro ignorante: cinco lecciones sobre la emancipación intelectual*. Barcelona: Laertes.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Rincón, O. (2011). "Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar". *Revista Comunicar*. 18(36): 43-50.
- Rincón, O. (2014). "Para qué sirve el cuerpo hoy". En Rincón, O. (Ed.), *Manifiestos. Incómodos, desobedientes, mutantes*, pp. 131-136. Bogotá: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES Comunicación)
- Sádaba, I. (2012). "Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y metodológicos". *ARBOR. Ciencia, pensamiento y cultura*. 188(756): 781-794.
- Sampedro, V. (2014). *El Cuarto Poder en Red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.

- Tiqqun. (2012). *Primeros materiales para una teoría de la Jovencita*. Madrid: Ediciones Acuarela
- Toret, J. et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Barcelona: Icaria.
- Wilkins, K. G. (2014). Advocacy communication. En Wilkins, K. G., Th. Tufte y Obregon, R. (Eds). *The Handbook of Development Communication and Social Change*. Oxford: Wiley Blackwell.

CHAPTER 3



**LEAKS-BASED JOURNALISM AND MEDIA SCANDALS:
FROM OFFICIAL SOURCES TO THE NETWORKED
FOURTH ESTATE?**

**VÍCTOR SAMPEDRO^a
FRANCISCO JAVIER LÓPEZ-FERRÁNDEZ^{a, b}
ÁLVARO CARRETERO^a**

^aUNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

^bUNIVERSITAT JAUME I

INTRODUCTION

In 2008, Hervé Falciani, a computer programmer at the Swiss-based HSBC bank, revealed a list of clients who kept many non-transparent accounts open and were allegedly involved in crimes such as money laundering and tax evasion. For years, Falciani passed information to the Finance Ministries of those clients' countries. The media scandal arose in February 2015, when *Le Monde* received the data. Faced with the difficulty of working on the material unilaterally, the French newspaper shared the leak with the International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ). This transnational consortium brings together investigative journalists from 65 countries to work collaboratively on global issues. The ICIJ divided the documentation by

country, so that its collaborators could work with their own standards. In Spain, the ICIJ's associated newspaper was *El Confidencial*. Of the more than 100,000 HSBC customers, 2694 were Spanish of which 659 were identified as tax evaders. They accumulated more than 1800 million non-transparent euros. In May 2017, court cases related to the Falciani List remained ongoing. Seven members of senior management and former senior management employees of the Santander Bank, as well as three employees from the BNP, were indicted for their involvement in tax evasion linked to HSBC. Regarded as a media agenda topic, the Falciani List denounced financial globalization as being incapable of – or lacking the will to – control and monitor monetary flows and investments, thus favouring transnational corruption.

Shortly before the Falciani's list leak to *Le Monde*, the Spanish newspaper *El Plural*²⁹ revealed that Juan Carlos Monedero, co-founder of Podemos³⁰, was paid 425,000 Euro for consultancy work in Ecuador, Venezuela, Bolivia and Nicaragua. Monedero was involved in an administrative fault, whereby he declared this income in his tax return through a company of which he held sole proprietorship, rather than through the IRPF (as part of Spain's Personal Income Tax Law). Based

²⁹ *El Plural*, 18 January 2015: <http://www.elplural.com/2015/01/18/monedero-factura-425-150-euros-en-dos-meses-con-una-empresa-de-la-que-es-unico-propietario-y-que-no-tiene-ni-trabajadores-ni-estructura> (accessed 25 November 2016).

³⁰ Podemos is a Spanish political party founded in 2013. It came into being as the institutional representation of a specific segment of the population, who participated and/or supported the grassroots movement known as *Movimiento de los Indignados* in March 2011.

on this information, referring to the management of Monedero's private assets when he was not a holder of political office, other media and political parties accused him of involvement in offences such as undeclared cash payments and falsifying parts of his curriculum. Podemos was also accused of being illegally funded and of maintaining links with Chavism.

The Monedero Case involved a double challenge. First, it questioned the public ethics of Podemos – characterized by an anti-corruption discourse, tinged with anti-elitist populism –. Second, it situated Podemos at the extreme left and questioned the party discourse in terms of democratic regeneration and their ideological transversality (Centro de investigaciones sociológicas (CIS), 2015).

The complaints filed against Monedero were dismissed by the courts. It was not proven that the Ministry of Finance had made the leak, but the Association of Taxation Technicians told *El País*³¹ that the Minister had been filtering data for some time, which was stretching the bounds of legality.

Both cases illustrate two models of journalism based on leaks. The first model corresponds to leaks by citizens, distant from any power structures, and linked to the hacker culture and data analysis. These types of leaks, and their relation with media systems, have not yet been explored in depth by academic literature. Some of the first

³¹ *El País*, 10 February 2015: http://politica.elpais.com/politica/2015/02/10/actualidad/1423601041_530272.html (accessed 1 December 2016).

approximations in this field are related, on an international level, to the analysis of frameworks and media coverage of WikiLeaks cables (Handley and Ismail, 2012; Handley and Rutigliano, 2012; Imre et al., 2016) and Edward Snowden leaks (Kuehn, 2017; Wahl-Jorgensen et al., 2017). In the Spanish case, initial empirical work has recently appeared on leaks boxes and their links with new collaborative press experiences (Sampedro, 2017).

The second model relates to official leaks, through which sources linked to power unveil information to undermine the symbolic power of electoral opponents (Thompson, 2000). Faced with these types of leaks, the media end up using the discursive framework of the sources as if it were its own (Alonso-Muñoz and Casero-Ripollés, 2016).

In this article, we focus on the importance that both types of leaks are receiving in the Spanish press. Our empirical study was divided into two parts. First, following a design similar to that adopted by R. Entman (2004) in his work on the Korean Airlines and Iran Air tragedies, we conduct a comparative analysis of the Falciani List and the Monedero Case to contrast coverage of similar events that happen in parallel, but receive very different media treatments.

In the second part, we analyse the presence of the Pujol Case in Spanish and Catalan press in the lead-up to the Catalan elections of September 2015. The Pujol Case is another official leak used as a political weapon against the parties supporting Catalan Independence. It has proven to be the biggest political scandal in Catalonia in terms of

the sums of money defrauded and of the high-profile leaders and institutions involved. The information and accusatory evidence against Jordi Pujol and the rest of his family were known as far back as 2005 but not made public until 2014, coinciding with the highest levels of visibility for Catalan independence.

Between 2012 and 2013, various high-ranking officials of the *Partido Popular* (PP) tried to persuade Victoria Álvarez – ex-partner of Jordi Pujol’s son – to reveal information about the family’s monetary affairs. The leaking of a private conversation between Alicia Sánchez-Camacho – President of the Catalan PP – and Victoria Álvarez led to the accusation of Jordi Pujol and his progeny. Undeclared bank accounts holding more than 30 million Euros were investigated in 13 countries. The judicial investigations pointed to alleged offences such as money laundering, economic malfeasance and bribery.

Among multiple corruption cases in Spain, both at national³² and regional levels³³, we consider the Pujol Case especially relevant to complement the Monedero Case because both are related to parties that have questioned the institutional system inherited from the Spanish Transition – known as the 1978 regime (Iglesias, 2015) –. Podemos calls into question the bipartisan structure and have a critical stance towards economic adjustments imposed by the European Union (EU)

³² Among others: *Gürtel* Case, *Púnica* Case, illegal funding of Partido Popular, ‘black’ cards.

³³ Among others: Andalucía’s fake Ere’s, Auditorium Case in Murcia, *Canal Isabel II* Case in Madrid.

Troika. Pujol is founder of pro-independence party, which is currently posing a threat to the territorial integrity of the Spanish State.

As shown in this article, the study of the three cases highlights the role of political scandals in polarized media systems. It also reveals the limitations imposed on citizen leaks, making it difficult to configure a networked Fourth Estate (Benkler, 2011; Sampedro, 2014).

1. MEDIA SYSTEMS, MEDIA SCANDALS AND PUBLIC SPHERES

The relationship established between the media and the political system is a central theme in political communication. The literature addresses the interdependencies between both systems (Hallin and Mancini, 2004; Kempen, 2007; Mancini, 2013) and the media forms of representing political activity and discourses (Mazzoleni, 1987; Strömbäck, 2008). In their seminal study, Hallin and Mancini (2004) differentiate between three models: Polarized Pluralist, Democratic Corporatist and Liberal. They incorporate the Spanish media system into a Polarized Pluralist model.

Hallin and Mancini (2004) differentiate between internal and external pluralism. Internal pluralism refers to the openness of the media expressing different viewpoints on the same issue. External pluralism brings up the existence of different media with highly differentiated

political positions. The Polarized Pluralist systems are characterized by both a deficit of internal pluralism and marked external pluralism, which give rise to an important “political parallelism” (Hallin and Mancini, 2004; Seymour-Ure, 1974). The concept of political parallelism refers to the process of aligning the media system with the political party system.

In recent years, new research has critically and methodologically supplemented the work of Hallin and Mancini (Büchel et al., 2016; Downey and Stanyer, 2010). These authors reaffirm that the traditional media system in Spain – mainly in the written press³⁴ – presents a wide degree of political parallelism (Büchel et al., 2016; Kempen, 2007; Van Dalen et al., 2012; Vliegthart and Mena, 2014).

Some reasons for this political parallelism are historic. The Polarized Pluralist systems are typical in countries with a short democratic tradition, and a late development of both press freedom and the communications industry. The State plays an important regulatory and subsidiary role. Consequently, some reasons for the political parallelism in the Spanish media are due to the communicative policies of the almost 40 years of Francoist dictatorship (Vliegthart and Mena, 2014).

³⁴ In relation to television, there are signs of greater internal pluralism and less political parallelism (Humanes et al., 2013; Kempen, 2007). Both analyses took place before Spain’s political fragmentation in recent years. There is a need to determine if the same levels of internal pluralism still exist.

Other reasons are due to more recent factors. The precariousness of journalists' work conditions and lack of financial resources to conduct long-term investigative journalism increase their dependence on official sources (Chalaby, 2004). This compromises – when it does not prevent – journalists from playing their sociopolitical role as watchdogs of power (Bennett et al., 2007). The background of economic downturn in Spain has affected the media independence and their critical capacity. In the words of Van Dalen (2012: 918) “[compared with] journalists in northern Europe, Spanish journalists adhere less to the Anglo-American watchdog model, both in ideals (roles) as in practice (content)”.

Technological innovations have provoked a significant crisis of content, identity and credibility in traditional journalism (Mancini, 2013). The recent transformations within the communications environment have been able to reinforce the classic function of journalism as a watchdog of power, and of the press as a counter-power. However, in the case of the traditional press, the fragmentation and segmentation of the public has resulted in greater polarization. Influenced – when not guided – by commercial logic, each media model tries to differentiate itself from competitors by targeting increasingly segmented audience niches (Mancini, 2013). This setting, which has led to the mediatization of politics, frequently incorporates techniques of personalization, polarization, simplification, intensification and stereotyping, as well as

creating a framework that represents politics as a strategic game (Strömbäck, 2008).

In this context, the media scandal appears as one of the main tools for undermining the “symbolic capital” (Bourdieu, 1986) of political opponents, and serves as a communicative product readily consumed by audiences. These scandals have become common media events in today’s politics (Thompson, 2000). Traditionally, scandals were the result of a journalistic investigation that revealed corruption and abuses of power (Chalaby, 2004; Tumber and Waisbord, 2004). However, the notion of “media scandal” (Burkhardt, 2006; Nyhan, 2014) has focused on the importance of the media, as well as the different sources involved, in the construction of a scandal. The transgression itself, whether political or moral, is relegated to the background. The logics of mediatization, and the influence of the actors involved in the leaking process, are the determining factors for the scope of the scandal (Entman, 2012). In Polarized Pluralistic media systems, official sources have greater ability in controlling such scandals. Working routines in newsrooms, coupled with market demands and challenges of technological transformations, favour political parallelism. The result is a kind of journalism highly dependent on official sources which can turn the journalist into a mere spokesperson for politically programmed information often given out in doses (Protess et al., 1992).

This subordination of the media to the political system outlines certain central and peripheral public spheres. The central one, the

institutionalized public sphere, is controlled by the mainstream media, elites and majoritarian public opinion dictated by surveys. The peripheral spheres are less hierarchically controlled and offer greater possibilities for implementing deliberative processes. Hence, “the greater the degree of openness of the central public sphere and greater receptivity to the peripheral ones, the greater the degree of democratic quality and social dynamism” (Sampedro and Resina, 2010: 151).

The development of the Internet has affected the relationship between the central and the peripheral public spheres; “networked public sphere” (Benkler, 2011) or “networked Fourth Estate” (Benkler, 2011; Sampedro, 2014) are expressions pointing out that sweeping change is taking place at three levels: the roles of social actors in the construction of our information agenda, the links between the political and media system and finally comprehension and participation in democracy (Mancini, 2013). The crisis of journalistic identity and credibility fosters analysis on the consequences of these changes for the profession and democratic quality. The current polarizing trend generates a greater dependence on official leaks and promotes a public sphere characterized by “*tension*” (Gil Calvo, 2007). However, new journalistic models have emerged and they explore new relationships with social actors; collaboratively they play the role of power watchdogs. Citizen-based mega leaks relate to these latter models.

2. CITIZEN-BASED MEGA LEAKS AND COLLABORATIVE JOURNALISM

The notion of the “networked Fourth Estate” (Benkler, 2011; Sampedro, 2014) condenses the new journalism that explores the potential synergies between newsroom routines and the roles that digitally empowered citizens can perform in the public sphere. WikiLeaks appears as a paradigm when trying out “free-code journalism with an unthinkable radicalism and breadth of scale” (Sampedro, 2014: 200). This new type of journalism is based upon the principles of hacker ethics (Himanen, 2001; Wark, 2006), which advocates openness, and the free circulation of knowledge and information, understood as the common good. WikiLeaks demonstrated the need to renew traditional journalism on three fundamental pillars (Sampedro, 2014: 200-203):

- “The code, communication channels and official information should be considered as resources for the public good”.
- “Collaboration is essential in the exercise of reporting journalism”.
- “The problems that affect networked societies have a transnational scope (...) and the journalistic approach required, obligatorily, is the post-national one”.

These principles state the need to guarantee access to codes and channels to any individual whatsoever and on an equal footing. The free code prevents tools from being monopolized or used to support vested

interests (monitoring, Big Data, etc.). At the same time, the maxim put forward by Assange (2013) is raised: “privacy for the weak and transparency for the powerful”, meaning that official data as a public asset is necessary for the exercise of conscientious citizenship.

The collaboration between social actors (citizens – journalists) and the media itself (different newsrooms) is advocated. In “free-code journalism” (Sampedro, 2014), competition transmutes into co-operation. This co-operation provides greater independence, thus ensuring an effective oversight of public authorities. Furthermore, it offers global analysis and responses to the main political, environmental, economic and social problems that have gradually become transnational.

As early as 1971, Daniel Ellsberg fostered the emergence of a new culture of transparency and media collaboration by filtering out 7000 documents revealing the American government’s lies about the Vietnam War. The consequent pressures upon *The New York Times* – the newspaper to which Ellsberg’s cables were sent – stopped their publication. Seventeen newspapers then joined together to continue publishing the cables, which made it the first example of collaboration between communication companies. WikiLeaks, the Falciani List, *the Panama Papers*, or the experiences of “social accountability”³⁵ in Latin America (Peruzzotti, 2006) – among others – recovered this idea and

³⁵ *Social accountability*, the term with which Peruzzotti defines the roles taken on by different civil society organizations (NGOs, social movements, etc.) involved in the supervision and vigilance of public authorities.

adapted it to contemporary tools and demands. All of them rely on the new roles acquired by civil society, which has come to be appreciated as a new operative of control and supervision of power.

In Spain, one can find platforms that work by offering spaces for collaboration between citizens and the media. For example, the Xnet leak box – linked to the X Party – or Filtrala.org – which is part of the Associated Whistleblowing Press –. A recent case in Spain has been the *Papeles de la Castellana*, a leak consisting of 38,598 documents that revealed operations aimed at avoiding tax payments in Spain³⁶. The documents were analysed jointly by three digital media: *eldiario.es*, *La Marea* and *Diagonal*. These initiatives explore a new terrain that will radically alter the paradigms hitherto dominant in journalism, but nonetheless they have a limited impact (Sampedro, 2017).

3. HYPOTHESES AND METHODOLOGY

Bearing in mind the complexity of the media systems within the new digital context, in addition to new experiences working to build a networked Fourth Estate, our objectives in this article are:

- To carry out a comparative analysis between impact and penetration, both obtained by official leaks and citizen-based leaks in the Spanish traditional press.

³⁶ List of people involved in the tax amnesty revealed by *Los Papeles de la Castellana*: http://www.eldiario.es/papeles-castellana/lista-amnistia_0_524598623.html

- To analyse the repercussions of citizen-based leaks in the central public sphere, represented in this study by our media samples.
- To analyse the role of political scandal in the Spanish press against political approaches questioning the institutional model inherited from the Spanish Transition.

Our study is based on the following hypotheses:

H1: Official leaks obtained greater coverage in the major media, hence demonstrating the political parallelism in the Spanish media system.

H2: Citizen-based mega leaks, at their onset, neither reach public visibility nor have an institutional impact that would correspond to the magnitude of the revelations.

H3: Polarized Pluralism media systems can become antagonistic, especially when the pillars of the institutional regime into which they are inserted are questioned. In the Spanish case, this antagonism could generate distinctive territorialized public spheres because of the coverage of the Catalan independence process.

To address the objectives, we divided the analysis into two parts. First, we carried out a comparative content analysis (Entman, 1993) on the Falciani List and the Monedero Case in the Spanish press. The media samples were selected based on ideological heterogeneity and audience share (AIMC, 2015). *El Mundo* and *ABC* corresponds to a conservative right-wing position; *El Confidencial* to the centre-right; *El País* to the centre, while *El Periódico* is a Catalan left-wing publication. We codified

the front pages (28 in each newspaper) and the opinion pieces including editorials, columns and vignettes (*El País*: 409, *El Mundo*: 361, *ABC*: 509, *El Confidencial*: 195 and *El Periódico*: 533) for February 2015 when both scandals became public. The final pieces analysed were identified through a semantic index to detect news stories on each case using these key words: Falciani, HSBC, Falciani List, Switzerland/Monedero, Podemos' Number Three, Financing of Venezuela, Illegal financing of Podemos.

We also conducted a frame analysis based on the hermeneutic approach (Matthes and Kohring, 2008). With this qualitative counterpoint we analysed the context in which our keywords appear to identify how our media sample “select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text” (Entman, 1993: 52). The results show the percentage of front pages and opinion pieces that each media devoted to each type of leaks, as well as the frames used in their coverage.

In the second part, we analysed the Pujol Case. As this was a leak that was gradually revealed in a programmed manner by official sources, it complements the media treatment given to the Monedero Case. To carry out our analysis, we studied two Madrid newspapers – *ABC*, with its editorial arm aligned to the right, and *El País* placed in the centre – and another two from Barcelona – *El Periódico*, left-leaning and *La Vanguardia*, positioned at the centre-right of the political spectrum –. Front pages (30 on each media) and opinion pieces (*ABC*: 527; *El País*:

389; *El Periódico*: 553; *La Vanguardia*: 675) were codified in the lead-up to the Catalan elections in September 2015. Key words used in this case were as follows: Pujol, *Convergencia*, Artur Mas, Independence, Secessionists, Separatists, Sovereignists, Catalonia and Corruption. Through these key words we analysed the discursive connection between Pujol Case and Catalan independence in media agendas. The sampling selection for this part of the analysis was aimed at establishing to what degree the polarization and parallelism of the media and political systems in Spain generated two territorially differentiated public spheres: the Spanish State public sphere and the Catalan public sphere.

4. FINDINGS

4.1 A COMPARATIVE CONTENT ANALYSIS: FRONT PAGES AND OPINION PIECES DEVOTED TO THE FALCIANI LIST AND THE MONEDERO CASE

In the first part of the study, we analyse the percentages of front pages and opinion pieces that each newspaper dedicated to the Falciani List and to the Monedero Case.

The percentages of front pages reflect the visibility conferred to them. Opinion pieces show the degree of penetration and impact on political debate.

In February 2015, the Falciani List appeared in only 4.4% of the front page in four of the newspapers analysed, namely *El País*, *El Mundo*, *ABC* and *El Periódico*. Only *El Confidencial*, a digital newspaper associated with ICIJ and entrusted with investigating the Falciani List in Spain, dedicated a significant 42.8% of its front page stories to the HSBC scandal.

The Monedero Case was given more front page space in February 2015. *El Mundo* was the newspaper that assigned the greatest number of front pages to the matter, one in three (35.7%). *El Confidencial* was particularly critical with Monedero (28.6%) and gave it almost the same visibility as the Falciani List, its very own leak. *El País* and *ABC* devoted 14.3% of their front pages to the Monedero scandal. The only newspaper that did not pursue the media agendas was *El Periódico*. It offered a sole front page the day after *El Mundo* made its revelations.

The percentage of opinion pieces on the Monedero Case was highest of all the newspapers analysed. *El Mundo* appeared as the main instigator of the scandal, assigning 8.6% to this matter in its opinion section. No media in the sample dedicated a prominent percentage of opinion pieces to the Falciani List. Even *El Confidencial*, that directly examined the leak, only assigned 3.1% of its opinion pieces to the HSBC scandal, the highest percentage devoted to the Falciani List.

Table 1. Percentages of front page and opinion pieces devoted to Monedero Case and Falciani List. February 2015^a.

	Front page		Opinion	
	Monedero	Falciani	Monedero	Falciani
<i>El País</i>	14.3 (4)	10.7 (3)	3 (12)	2 (8)
<i>El Mundo</i>	35.7 (10)	0	8.6 (31)	2.8 (10)
<i>ABC</i>	14.3 (4)	3.6 (1)	7.9 (40)	0.8 (4)
<i>El Confidencial</i>	28.6 (8)	42.8 (12)	6.2 (12)	3.1 (6)
<i>El Periódico</i>	3.6 (1)	3.6 (1)	1.5 (8)	0.6 (3)
Total	19.3 (27)	12.1 (17)	5.4 (103)	1.9 (31)

^aNumber of pieces are in parenthesis.

Table 1 reflects the scant media interest in the Falciani List with only a limited treatment on front pages and in opinion pieces. These results confirm our first two hypotheses. Official leaks are still predominant in the Spanish press. The results indicate how the traditional press has aligned itself with majoritarian party positions and continue to offer greater coverage to official leaks than to the leaks of *mediactive* citizens (Gillmor, 2010). The latter did not receive an impact and visibility commensurate with the seriousness of the data revealed.

4.2 FRAME ANALYSIS

In this second part, we expose main discursive frames located on each case studied.

Monedero Case is framed from four angles:

- Podemos is a radical left party closely linked with the Venezuelan regime (VENEZUELA): The party was financed by and subordinated to Communist-Chavist Regimes.
- Podemos members are “old politics”. They are part of the corrupt elites too (OLD): So-called “New” politics and leaders show the same misconducts and wrongdoing as traditional (“old”) parties.
- Ministry of Finance leaks are a serious privacy transgression and a partisan use of the public institution (MINISTRY): Government violates the individual rights of privacy of its political adversaries.
- The Monedero Case has fragmented Podemos (FRAGMENTATION): The scandal provokes internal tensions and factionalizes the party.

Table 2. Media frames distribution (%). Monedero Case_a.

	VENEZUELA	OLD	MINISTRY	FRAGMENTATION
<i>El País</i>	25 (3)	50 (6)	25 (3)	0
<i>El Mundo</i>	29 (9)	64.5 (20)	6.5 (2)	0
<i>ABC</i>	60 (24)	35 (14)	0	5 (2)
<i>El Confidencial</i>	33.3 (4)	66.6 (8)	0	0
<i>El Periódico</i>	12.5 (1)	62.5 (5)	25 (2)	0
Total	39.8 (41)	51.5 (53)	6.8 (7)	1.9 (2)

^aNumber of pieces are in parenthesis

More than half of the pieces analysed Monedero and Podemos frames as “old politics”. It is the main frame used by every media except *ABC*. *ABC* devotes more pieces to Podemos links with Venezuela and to spreading suspicions of alleged illegal funding. *El Mundo* and *ABC* use Monedero’s administrative offence to question the ethics of the entire party. They

equate Monedero's violation to other PP and PSOE corruption cases, and the transnational tax evasion uncovered by Falciani. *El País*, *El Confidencial* and *El Periódico* link Monedero to the corrupt elite, but without discrediting Podemos as a whole. His ethical trespass is questioned, but it is presented as much less important case than those that affect other parties.

The frame that links Podemos with "old politics" together with the frame that relates it to the Chavez regime represents almost 90% of the total pieces analysed. About 11% criticize the source of the leaks and the partisan use of public institutions. This frame is used mainly by *El País* and *El Periódico*. Finally, *ABC* poses the fragmentation of Podemos as a result of the Monedero Case (1%).

With regard to the Falciani case, there are four main frames:

- Institutions are ineffective in controlling tax evasion and citizens comply with fiscal fraud (INST. TAX INEFF.).
- Institutions are efficient in fighting tax evasion and Falciani is discredited (INST. TAX EFF.).
- Media experience limited independence when covering the Falciani List due to their economic ties with HSBC and the tax evaders who are also media shareholders (MEDIA DEP.).
- Media enjoy independence to cover the Falciani List and its political and economic implications (MEDIA INDEP.).

The Falciani List frames show a higher degree of polarization depending on the ideological position of the media. *El País* and *El Periódico* criticize in their pieces the lack of institutional control of tax evasion, both due to their inability and unwillingness. The frames also question the lack of morality and the high degree of acceptance shown by citizens towards tax evasion.

Table 3. Media frames distribution (%). Falciani List^a.

	INST. TAX INEFF.	INST. TAX EFFI.	MEDIA DEP.	MEDIA INDEP.
<i>El País</i>	100 (8)	0	0	0
<i>El Mundo</i>	10 (1)	90 (9)	0	0
<i>ABC</i>	0	75 (3)	0	25 (1)
<i>El Confidencial</i>	33.3 (2)	33.3 (2)	33.3 (2)	0
<i>El Periódico</i>	100 (3)	0	0	0
Total	45.2 (14)	45.2 (14)	6.4 (2)	3.2 (1)

^aNumber of pieces are in parenthesis.

Moreover *El Mundo* and *ABC* take on the Minister Cristóbal Montoro's discourse and minimize the impact of the Falciani revelations alleging that the Spanish Ministry of Finance is investigating more important cases. Falciani's knowledge about tax evasion is questioned and he is presented as an offender for leaking confidential information. We find a permissive frame with a certain hint of corruption, considering it inevitable. *El Mundo* and *ABC* assume a marked elitist position, contending that the citizenship would like to appear on the Falciani List since if they do not appear it would equate to being insignificant.

Only *El Confidencial* exhibits a higher degree of internal pluralism. The two frames described up until now are found in its articles. There is also a third frame, which questions the role taken on by *El País* and *ABC* when covering the Falciani List due to their links with HSBC and some of the names on the list.

The final frame appears only in *ABC*. This frame alleges that the journalistic work of this media is independent and “courageous”, since on a front page in its digital version the Botín family are depicted as tax evaders. However, this news item disappeared from the front page in the paper version published on the same day.

Tables 2 and 3 show that the traditional Spanish press assume the discursive framework of the official sources. Although there are differences between the centre-left media and the right-wing media, all of which contributed to the media scandal concerning the Monedero Case recurring mainly to the frames that link Podemos to the Venezuelan regime and corruption in other Spanish political parties. The Falciani List frames show more significant differences according to the ideological position of the media. *El País* and *El Periódico* confer importance to the leak and criticize the passiveness of the institutions and the citizenship. *ABC* and *El Mundo* discredit Falciani and defend the way the Ministry of Finance managed the situation. *El Confidencial* used both frames in its pieces and criticizes the limitations on the press to give coverage of citizen leaks. Nonetheless, no media recognizes the

ability of *mediactive* audiences to intervene and take initiatives in communicative processes to act as watchdogs of power.

4.3 THE PUJOL CASE AS A MEDIA SCANDAL

To complete our study, we carried out an analysis of the media treatment of the Pujol Case. In the period selected for the study – September 2015, coinciding with the holding of the Catalan elections – none of these newspapers published news about the Pujol family on their front pages. However, topics relating to Independence, Catalonia, Artur Mas³⁷ or the Catalan elections did appear as front page headlines.

Although Pujol was not mentioned on any front page, the analysis shows a clear division between the Spanish national press (*El País* and *ABC*) and the Catalan counterparts (*La Vanguardia* and *El Periódico*). *El País* and *ABC* stood out by incorporating on their front pages such polarizing terms as “secessionists”, “sovereignists” or “separatists”. The Catalan media tended to assign their front pages to other themes related to the elections and to local issues; they moved away from a polarized coverage.

Almost half of the opinion pieces in *El País* and *ABC* dealt with Catalonia. The Pujol Case generated 5.1% of the total opinion pieces in *El País*, while there was 3.8% coverage in *ABC*. Their editorial columns

³⁷ Artur Mas was the President of the government of Catalonia (*Generalitat de Catalunya*) during the period in which sampling took place for subsequent analysis.

expressed a total rejection of independence and of the parties supporting that cause; they set up a discourse whereby the notion of independence was equated with corruption. At the same time, a concerted effort was made to personify the question of Catalan Independence by focusing on Artur Mas. His name appears in more than 90% of the opinion pieces about Catalonia in *ABC*.

La Vanguardia also devoted almost half the opinion pieces to the Catalan issue. However, Jordi Pujol only appeared in 0.4% of the pieces. The newspaper editorial line was against independence but recognized the need for consensus and supported a moderate central position. Opinion pages revealed greater internal pluralism than the other newspapers examined.

Table 4. Catalan independence and the Pujol Case. Total opinion piece percentages. September 2015^a.

	INDEPENDENCE	PUJOL CASE
<i>El País</i>	42.1 (164)	5.1 (20)
<i>ABC</i>	52.7 (278)	3.8 (20)
<i>El Periódico</i>	26.6 (147)	2.3 (13)
<i>La Vanguardia</i>	44.9 (303)	0.4 (3)
SPS ^b	47.4 (442)	4.45 (40)
CPS ^c	35.75 (450)	1.35 (16)

^aNumber of pieces are in parenthesis.

^bSpanish Public Sphere (*El País* + *ABC*).

^cCatalan Public Sphere (*El Periódico* + *La Vanguardia*).

El Periódico also declared itself contrary to Catalan independence in its editorials. But as a rule, it never attacked pro-independence leaders or parties. Jordi Pujol appeared in 2.3% of the opinion columns but he

was treated in a positive manner. As for the issues of the Catalan elections and the independence process, the newspaper gave the corruption of the Pujol family the least relevance.

Table 4 shows that Catalonia and the independence process had extensive impact in the media agendas. The Pujol scandal – aired by high-ranking PP leaders at critical moments for Catalonia – continued to be present in the media one and a half years after it reached the public sphere. It was given a differentiated treatment in the Spanish and Catalan press. The Spanish newspapers tended to polarize the debate, personalizing it with constant references to Artur Mas; furthermore, they used the Pujol Case to link pro-independence sentiment with corruption. The Catalan press analysed, while being opposed to independence, maintains moderation and does not cover the Pujol scandal in a way that undermines sovereign postures. This dynamic proves the existence of two territorialized public spheres. The Spanish public sphere poses the debate in terms of political antagonism, whereas in the Catalan sphere independence is questioned on a basis favourable to greater dialogue.

CONCLUSIONS

These three cases of leak-based journalism confirm how the Spanish traditional press gave greater coverage to official sources than to the leaks generated by citizens. The media scandals produced by official

leaks denote an electoral interest and are common when leading up to parliamentary elections. However, the Falciani List did not attain media resonance or an institutional impact commensurate with the seriousness of the revelations. If we consider the number of people involved and the economic loss sustained through fraud, leaks emerging from a *mediactive* citizenship and new models of collaborative journalism had insufficient influence within the central public sphere.

Our analysis shows that the Spanish public sphere progressed from a model of “institutional elitism” – where elites manage information but nonetheless concede some space to questioning – to a model of “pure elitism” (Mann, 1993) where the media system is subordinated to the political and economic powers (Sampedro, 2000). The media acts as spokesperson of the elites and serves to criminalize those who may question them. This occurs even in democratic systems whenever the basic structures of the economic or political systems are challenged.

The Spanish political Transition was founded on the ideological left-right antagonism (PSOE-PP) and the territorial dispute (centre-periphery). Podemos aimed to capitalize on a new populist up-down cleavage and Catalanian nationalists replace federalism by independence. Both dynamics merged and questioned an institutional framework inherited from the Transition, which was fiercely defended by traditional press. Pure elitism gave rise to the antagonistic polarization of public opinion (Sampedro and Seoane, 2008) and new (digital) media expressed the cleavages of “new” politics.

In contrast to the traditional press, the Falciani List and its treatment in the media by ICIJ respond to a hybrid model that brings together conventional journalism and the networked Fourth Estate. Traditional news routines for scandals are maintained: exclusivity, a certain degree of confidentiality and revelation by phases. However, a new collaborative work ethos emerges among media companies, as well as between citizens and the media system.

Citizen mega leaks found greater space in the digital public sphere than in the traditional press. A recent study showed that in Spanish digital media, the Falciani List obtained news coverage even greater than that of the Monedero Case (Sampedro, 2017). The newness of the digital environment – and its business models – has still not enabled a highly political–factional instrumentalization of agendas to take place, compared with the longer established media. The latter are a basic reference for public opinion and are traditionally linked to the viewpoints and interests of elites.

Although the impact of the digital media is still limited, the crisis of conventional journalism opens up new scenarios for the media and for our democracies. The model of “free-code journalism” (Sampedro, 2014) may provide an opportunity for the press to regain avenues of autonomy with respect to economic and political power. Digital leaks, instigated by anonymous citizens, favour a collaborative setting that brings together a *mediactive* citizenship with a socially engaged media. The synergies between both actors could bring journalism back to its fundamental

watchdog of power role. This is an open process. But there is no guarantee that in the near future the digital media will not present a high degree of political parallelism too.

REFERENCES

Alonso-Muñoz, L. and Casero-Ripollés, A. (2016). “The influence of the discourse on social change in the media agenda: The case of the platform of people affected by mortgages”. *OBETS*. 11(1): 25-51.

Asociación para la investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2015). *Estudio General de Medios, Abril 2014-Marzo 2015* [General Media Study, April 2014-March 2015]. Madrid: AIMC.

Assange, J. (2013). *Cypherpunks. La libertad y el futuro de Internet* [Cypherpunks: Freedom and the Future of the Internet]. Bilbao: Ediciones Deusto SA.

Benkler, Y. (2011). “A free irresponsible press: Wikileaks and the battle over the soul of the networked fourth estate”. *Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review*. 46: 311-397.

Bennett, W. L.; Lawrence, R. and Livingston, S. (2007). *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Bourdieu, P. (1986). “The forms of capital”. In: Richardson, J. G. (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 46-58. New York: Greenwood Press.

Büchel, F., Edda, H., Castro-Herrero, L., et al. (2016). “Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems”. *International Journal of Press/Politics*. 21(2): 209-232.

- Burkhardt, S. (2006). *Medienskandale: Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse* [Media scandals: The moral explosive force of public discourse]. Köln: Herbert von Halem.
- Centro de investigaciones sociológicas (CIS) (2015). *Barómetro de enero 2015. Estudio nº3050* [Barometer of January 2015. Study nº3050]. Madrid: CIS.
- Chalaby, J. K. (2004). "Scandal and the rise of investigative reporting in France". *American Behavioral Scientist*. 47(9): 1194-1207.
- Downey, J. and Stanyer, J. (2010). "Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking might help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication". *European Journal of Communication*. 25(4): 331-347.
- Entman, R. M. (1993). "Framing: Towards clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*. 43(4): 51-58.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Entman, R. M. (2012). *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. Cambridge: Polity Press.
- Gil Calvo, E. (2007). *Lucha política a la española. Tragicomedia de la crispación* [The political struggle in Spanish style: Tragicomedy of the tension]. Madrid: I.B. Taurus.
- Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. Morrisville: Lulu.
- Hallin, D. and Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.

- Handley, R. and Ismail, A. (2012). "A watchdog to reckon with: Delivering WikiLeaks in the Israeli and Australian press". *Journalism*. 14(5): 643-660.
- Handley, R. and Rutigliano, L. (2012). "Journalistic field wars: Defending and attacking the national narrative in a diversifying journalistic field". *Media, Culture & Society*. 34(6): 744-760.
- Himanen, P. (2001). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información* [Hacker ethic and the spirit of the information age]. Barcelona: Destino.
- Humanes, M. L.; Sánchez, M.D.; de Dios, R. M. et al. (2013). "Pluralismo y paralelismo político en la información televisiva en España" [Pluralism and political parallelism in Spanish television news]. *Revista Latina de Comunicación Social*. 68: 566-581.
- Iglesias, P. (2015). "Understanding Podemos". *New Left Review*. 93: 7-22.
- Imre, I.; Pjesivac, I. and Luther, C. (2016). "Governmental control of the internet and WikiLeaks: How does the press in four countries discuss freedom of expression?". *International Communication Gazette*. 78(5): 358-410.
- Kempen, H. (2007). "Media-party parallelism and its effects: A cross-national comparative study". *Political Communication*. 24(3): 303-320.
- Kuehn, K. (2017). "Framing mass surveillance: Analyzing New Zealand's media coverage of the early Snowden files". *Journalism*. Epub ahead of print 17 March. DOI: [10.1177/1464884917699238](https://doi.org/10.1177/1464884917699238).
- Mancini, P. (2013). "Media fragmentation, party system, and democracy". *International Journal of Press/Politics*. 18(1): 43-60.

- Mann, M. (1993). *The Sources of Social Power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Matthes, J. and Kohring, M. (2008). "The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity". *Journal of Communication*. 58(2): 258-279.
- Mazzoleni, G. (1987). "Media logic". In: Donsbach, W. (ed.). *The International Encyclopedia of Communication*, pp. 2930-2932. Malden, MA: Blackwell.
- Nyhan, B. (2014). "Scandal potential: How political context and news congestion affect the president's vulnerability to media scandal". *British Journal of Political Science*. 45(2): 435-466.
- Peruzzotti, E. (2006). "La política de accountability social en América Latina" [Politics of social accountability in Latin America]. In: Vera, E. I. and Olvera, A. J. (eds.). *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social*, pp. 245-264. Veracruz: Universidad de Veracruz.
- Protess, D. L.; Cook, F. L.; Doppelt, J. C. et al. (1992). *The Journalism of Outrage: Investigative Reporting and Agenda Building America*. New York: Guilford Press.
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas* [Public opinion and deliberative democracy. Media, polls and ballots]. Madrid: Istmo.
- Sampedro, V. (2014). *El Cuarto Poder en Red. Por un periodismo (de código) libre* [The networked Fourth Estate. Towards a free and open (code) journalism] Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. (ed.) (2017). *Filtraciones ciudadanas. Periodismo de investigación mancomunado* [Citizens' leaks. Investigative journalism by press collaboration and pooled resources]. Madrid: Ediciones CCCD.

- Sampedro, V. and Resina, J. (2010). "Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red" [Public opinion and deliberative democracy in the Networked Society]. *Ayer*. 80(4): 139-162.
- Sampedro, V. and Seoane, F. (2008). "The 2008 Spanish general elections: 'Antagonistic bipolarization' geared by presidential debates, partisanship, and media interests". *International Journal of Press/Politics*. 13(3): 336-344.
- Strömbäck, J. (2008). "Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics". *International Journal of Press/Politics*. 13(3): 228-246.
- Symour-Ure, C. (1974). *The Political Impact of Mass Media*. Beverly Hills, CA: SAGE.
- Thompson, J. (2000). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. New York: Wiley.
- Tumber, H. and Waisbord, S. R. (2004). "Introduction: Political scandals and media across democracies". *American Behavioral Scientist* 47(9): 1031-1039.
- Van Dalen, A.; De Vreese, C. H. and Albæk, E. (2012). "Different roles, different content? A four-country comparison of the role conceptions and reporting style of political journalists". *Journalism*. 13(7): 903-922.
- Vliegthart, R. and Mena, M. N. (2014). How political and media system characteristics moderate interactions between newspapers and parliaments: Economic crisis attention in Spain and the Netherlands". *International Journal of Press/Politics*. 19(3): 318-339.
- Wahl-Jorgensen, K.; Hintz, A.; Dencik, L. et al. (2017). "Introduction: Journalism, citizenship and surveillance". *Digital Journalism*. 5(3): 256-261.

Wark, M. (2006). *Un manifiesto hacker* [A hacker manifesto]. Barcelona: Alpha Decay.

Víctor Sampedro Blanco, como coautor doy mi **autorización** a Francisco Javier López Ferrández para la presentación de las siguientes publicaciones como parte de su tesis doctoral.

Relación de publicaciones:

Sampedro, V., López-Ferrández, F. J. y Carretero, A. (2018). "Leaks-based journalism and media scandals: From official sources to the networked Fourth Estate?". *European Journal of Communication*. 33(3): 255-270.

Asimismo, **renuncio** a poder utilizar estas publicaciones como parte de otra tesis doctoral.

Y para que conste firmo el presente documento,



Madrid, 25/09/2018

Víctor Sampedro Blanco

Todo ello, atendiendo al artículo 23 de la Normativa de los Estudios de Doctorado, regulados por el RD 99/2011, en la Universitat Jaume I (Aprobada por el Consejo de Gobierno núm. 19 de 26 de Enero de 2012, modificada por el Consejo de Gobierno núm. 29 de 27 de Noviembre de 2012 y con posterior modificación por el Consejo de Gobierno núm. 37 de 25 de Julio de 2013):

"(...)

"Aquellas tesis doctorales que opten por la incorporación de artículos (compendio de publicaciones) deben de ajustarse, en la medida de lo posible, a la siguiente estructura: -Introducción/objetivos - Un capítulo por artículo incorporado - Discusión general de los resultados - Conclusiones. -Aceptación de los coautores de que el doctorando presente el trabajo como tesis y renuncia expresa de estos a presentarlo como parte de otra tesis doctoral."

Álvaro Carretero Román, como coautor doy mi **autorización** a Francisco Javier López Ferrández para la presentación de las siguientes publicaciones como parte de su tesis doctoral.

Relación de publicaciones:

Sampedro, V., López-Ferrández, F. J. y Carretero, A. (2018). "Leaks-based journalism and media scandals: From official sources to the networked Fourth Estate?". *European Journal of Communication*. 33(3): 255-270.

Asimismo, **renuncio** a poder utilizar estas publicaciones como parte de otra tesis doctoral.

Y para que conste firmo el presente documento,

Madrid, 25/09/2018

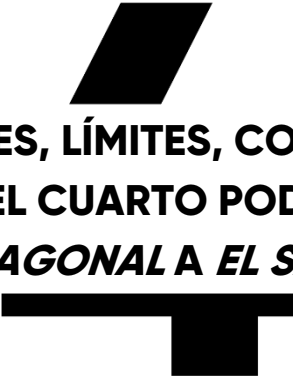
Álvaro Carretero Román

Todo ello, atendiendo al artículo 23 de la Normativa de los Estudios de Doctorado, regulados por el RD 99/2011, en la Universitat Jaume I (Aprobada por el Consejo de Gobierno núm. 19 de 26 de Enero de 2012, modificada por el Consejo de Gobierno núm. 29 de 27 de Noviembre de 2012 y con posterior modificación por el Consejo de Gobierno núm. 37 de 25 de Julio de 2013):

"(...)

"Aquellas tesis doctorales que opten por la incorporación de artículos (compendio de publicaciones) deben de ajustarse, en la medida de lo posible, a la siguiente estructura: -Introducción/objetivos - Un capítulo por artículo incorporado - Discusión general de los resultados - Conclusiones. -Aceptación de los coautores de que el doctorando presente el trabajo como tesis y renuncia expresa de estos a presentarlo como parte de otra tesis doctoral."

CAPÍTULO 4



**POTENCIALIDADES, LÍMITES, CONTRADICCIONES
Y RETOS DEL CUARTO PODER EN RED.
DE *DIAGONAL A EL SALTO*.**

FRANCISCO JAVIER LÓPEZ-FERRÁNDEZ^{a, b}

^aUNIVERSITAT JAUME I

^bUNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

INTRODUCCIÓN

En 1986 surgía el boletín de contra-información *Molotov* a modo de fanzine en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Hasta 1998, la publicación estuvo estrechamente vinculada al movimiento autónomo y a las luchas sociales de esos años (movimiento antimilitarista, okupa, ecologista, etc.). Tras un parón de algo más de un año, en el 2000, *Molotov* se transforma en un periódico mensual que se publicará hasta diciembre de 2003. Se abandona entonces la estética del fanzine y se apuesta por un enfoque y un lenguaje más transversal, alejado de la agresividad y la autorreferencialidad que caracterizaba al boletín hasta la fecha³⁸.

³⁸ <https://sindominio.net/upa-molotov/molotov/presentacion.html>

La última etapa de *Molotov* se enmarca en el contexto político finisecular, influenciada por un ciclo de movilizaciones internacionales y estatales. En lo internacional encontramos los movimientos altermundistas y los foros sociales, precedidos de la experiencia neozapatista. En lo estatal, las movilizaciones contra la Ley Orgánica de Universidades (LOU) propuesta por el Partido Popular (PP) en 2001, las protestas tras el hundimiento del Prestige en las costas gallegas en 2002, y las movilizaciones contra la guerra de Irak a principios de 2003. Este ciclo de movilizaciones permitió que, tras el atentado del 11 de marzo de 2004 en Atocha, redes ciudadanas desbordaran el ejercicio mediático autoconvocándose por primera vez en el Estado español a través de dispositivos móviles.

El 13 de marzo de 2004, los principales medios de comunicación tradicionales quedaron desacreditados. La televisión pública perdió credibilidad frente a las cadenas privadas, y las páginas de contra-información digitales fueron capaces de cuestionar la versión oficial – que mantenía que la autoría de los atentados era de ETA– e introducir en la esfera pública una versión alternativa, apoyada también por la prensa extranjera.

Esta crisis de la “esfera pública central” (Sampedro, 2000), y el proceso de acumulación de fuerzas que los movimientos sociales habían experimentado en esos primeros años del nuevo siglo, permitieron que la reflexión iniciada en la última etapa de *Molotov* continuara desarrollándose hasta el nacimiento de *Diagonal* en 2005. Este proceso

interno fue denominado “el gran salto adelante” –parodiando al maoísmo– y dio lugar a un nuevo medio que profundizaba en la apuesta de *Molotov* por profesionalizarse y trascender los círculos de la izquierda militante. *Diagonal* continuaba siendo un medio “desde los movimientos sociales”³⁹, pero su apuesta era doble: ofrecer espacio y visibilidad a aquellos movimientos y discursos que a menudo quedaban fuera de la esfera pública central, y cubrir desde un enfoque crítico los temas de la agenda pública que, sin estar directamente relacionados con los movimientos sociales, tenían impacto político y social.

Diagonal se publicó quincenalmente entre 2005 y 2016. Durante esos años acompañó a muchos de los movimientos que precedieron al 15M – Movimiento por una Vivienda Digna, movimientos por la cultura libre y protestas contra la Ley de Economía Sostenible (“Ley Sinde”), o la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH)–. El ciclo de movilizaciones de 2011 marcó el nuevo punto de inflexión para el proyecto. Los contextos de crisis política y económica y la penetración de las tecnologías digitales en las prácticas comunicativas de la sociedad civil habían alterado el ecosistema mediático y la propia idiosincrasia de los movimientos sociales. Las redes activistas se habían transformado en multitudes conectadas (Rovira, 2017), donde los discursos se hacían transversales e inclusivos y las identidades políticas múltiples. Las redes de medios autónomos, aglutinados en los *Indymedia* durante las movilizaciones altermundistas, habían dejado

³⁹ <https://www.nodo50.org/upa-molotov/textos/molo41/saltoadelante.htm>

paso a una comunicación distribuida a través de incontables dispositivos y plataformas digitales.

Este contexto de hibridismo mediático (Chadwick, 2013) ha dibujado un nuevo mapa de relaciones entre los medios tradicionales, los medios y plataformas digitales, y la comunicación interpersonal *offline*. Los sistemas mediáticos híbridos se caracterizan por las interdependencias e imbricación de los flujos comunicativos en esos tres niveles –cada uno de los cuales, marcado a su vez por complejas relaciones de poder.

La amplia trayectoria del proyecto comunicativo *Molotov/Diagonal/ElSalto* permite advertir la radicalidad de las transformaciones que han experimentado las esferas públicas en las últimas décadas. En este artículo se aborda su transformación interna más reciente, iniciada a mediados de 2015 mediante un proceso de refundación que se concretó con el lanzamiento de *El Salto* en marzo de 2017. Este proyecto colaborativo y descentralizado cuenta con ocho ediciones –una edición general y siete territoriales: Andalucía, Hordago (Navarra), Galicia, La Rioja (únicamente digital), Madrid, País Valencià y Aragón (únicamente impresa)⁴⁰–. A su vez, colaboran en el proyecto más de una veintena de medios entre los que destacan algunos como *El Salmón Contracorriente*, *Pikara* o *Wiriko*.

⁴⁰ Las ediciones impresas se publican mensualmente y se distribuyen en los domicilios de las socias suscriptoras y en kioscos, librerías y otros puntos de venta de todo el Estado español: <https://www.elsaltodiario.com/info/encuentra-tu-ejemplar>. Cuentan con 64 o 72 páginas, en las que se vuelcan algunas de las piezas publicadas en la edición digital y donde se incorporan, a su vez, nuevos contenidos. En la página web del proyecto pueden consultarse las diferentes ediciones: www.elsaltodiario.com.

A partir de la experiencia de *El Salto*, en este artículo analizaremos las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para reforzar al periodismo como vigilante del poder y a la prensa como contrapoder, así como los límites, contradicciones y retos a los que se enfrentan los medios alternativos⁴¹ en el actual ecosistema mediático español.

1. CONCENTRACIÓN MEDIÁTICA Y ESFERA PÚBLICA DIGITAL

Los procesos de liberalización y desregularización que han caracterizado las políticas económicas occidentales en las últimas décadas han generado, a escala global, un contexto de concentración mediática que pone en riesgo no solo la libertad de los periodistas sino también la de los ciudadanos. La capacidad de las principales corporaciones mediáticas para controlar y monopolizar el poder simbólico (Bourdieu, 1985) limita la pluralidad de voces en los flujos comunicativos y excluye de los procesos de producción de contenidos a amplios sectores de población.

Ya en 1980, la UNESCO puso de manifiesto las desigualdades de acceso a la producción de contenidos entre los países occidentales y los países

⁴¹ El término *medios alternativos* es uno de los diferentes conceptos con los que se ha tratado de definir al grupo heterogéneo de medios que operan con principios organizativos, discursos y políticos contra-hegemónicos. Hacer uso de un único término, en el que aglutinar las particularidades de cada uno de ellos, es una tarea difícil. En este artículo recurriremos al término *medios alternativos* guiados por trabajos como los de Couldry (2002), Downing et al. (2001) o Atton (2002) pero discutiremos, de manera sucinta, otras aportaciones de autores que han incorporado terminologías e ideas de especial relevancia para el estudio de este tipo de medios.

empobrecidos (MacBride et al., 1980). Desde principios de esa misma década pudo constatarse cómo en el seno de las democracias occidentales también se producía una progresiva reestructuración de las industrias culturales y mediáticas, cada vez más influenciadas por el poder de unas pocas corporaciones de medios transnacionales (Herman y McChesney, 2001).

A pesar de que el contexto español presentaba algunas particularidades –al tratarse de un país con una corta tradición democrática y con un desarrollo tardío de la libertad de prensa– los cambios legislativos de las últimas décadas también han conducido hacia una progresiva concentración mediática (Serrano, 2010). Actualmente, los cuatro principales grupos que operan en el sector audiovisual controlan hasta el 94% de la cuota de mercado y concentran casi 80% de la audiencia. En cuanto al sector radiofónico cuatro emisoras reciben el 97% de la cuota de mercado y el 80% de la audiencia⁴². En lo relativo a la prensa escrita son 7 grandes grupos –Prisa, Vocento, Unidad Editorial, Grupo Godó, Grupo Zeta, Prensa Ibérica y Grupo Planeta, la mayoría de ellos grupos multimedia– los que controlan la mayor parte de la prensa escrita, tanto generalista como especializada⁴³.

Este escenario produce importantes interdependencias entre las élites políticas, económicas y mediáticas, dando lugar a un ecosistema de

⁴² <http://www.publico.es/actualidad/cuatro-consejos-administracion-controlan-80-audiencias-television-radio.html>

⁴³ Mapa detallado de los grupos mediáticos en España: <https://www.ymedia.es/es/mapa-de-medios>
Infografía con los principales propietarios de los grupos mediáticos en España: <https://esmola.wordpress.com/2012/07/09/los-duenos-de-la-informacion-ii/>

medios marcado por el paralelismo político (Sampedro et al., 2018). Las instituciones públicas a menudo operan como subsidiarias de los medios privados a través de la publicidad institucional y/o garantizando marcos regulatorios favorables a los intereses de los principales grupos del país. Al mismo tiempo, se impide el acceso de los medios comunitarios al espacio radioeléctrico y se limitan sus gastos de explotación⁴⁴. De este modo, son las lógicas del mercado comunicativo y los intereses empresariales y políticos de los principales grupos mediáticos los que marcan la agenda pública.

La emergencia de las tecnologías digitales parecía romper esta concentración oligopólica y distribuir el poder simbólico entre un mayor número de actores sociales. Surgieron, entonces, importantes debates en torno a la eclosión de la esfera pública digital y del potencial democratizador de estos nuevos escenarios comunicativos. Se destacó el carácter horizontal de los flujos comunicativos en red y se pusieron en valor las oportunidades que esta abría a la auto-organización de movimientos y colectivos de la sociedad civil, a los procesos colaborativos y a la acción colectiva (Castells, 2009). Se comenzaba a plantear que el declive de la deferencia hacia las élites y el impacto desestabilizador de las tecnologías digitales posibilitaba nuevas metodologías de participación en el debate público, rompiendo con la concentración del poder simbólico en la esfera pública central (McNair, 2006). Sin embargo, para analizar en su complejidad el impacto de las

⁴⁴ <http://blogs.publico.es/otrasmiradas/13013/sabias-que-la-onu-investiga-a-espana-por-negar-la-legalizacion-a-200-medios-de-comunicacion/>

tecnologías digitales en los procesos de participación ciudadana es necesario matizar estas perspectivas *ciberoptimistas* –y en ocasiones *tecnocénticas*.

Los procesos de concentración mediática se han desarrollado también en el contexto digital. Las principales plataformas dominan el flujo informativo, incrementándose la homogeneidad de los contenidos y reproduciendo el mismo enfoque y tratamiento que los medios tradicionales (McChesney, 2014). Al mismo tiempo, nos encontramos con el uso que instituciones públicas y privadas están haciendo de las redes digitales para controlar, monitorizar y perfilar a los usuarios (Ramonet, 2016); observamos los efectos de fragmentación, polarización e hiperindividualización de la ciudadanía (Fenton & Barassi, 2011); así como las dinámicas de auto-explotación y mercantilización de las identidades y de los vínculos sociales que se reproducen en red (Sampedro, 2018).

La concentración, monitorización y mercantilización de la esfera pública digital se está desarrollando ante la pasividad, el beneplácito o la incapacidad de control por parte de los poderes públicos (Fenton, 2015). Esto ha llevado a diferentes autores a hablar de *post-democracia* (Crouch, 2004) o *pseudocracia* –el gobierno de la mentira (Sampedro, 2018)–. El control de los ecosistemas mediáticos por parte de las élites económicas y/o políticas limita el debate público, permite que los partidos incumplan reiteradamente sus programas, prioriza la rentabilidad privada frente al interés público, compromete el rol de la

prensa como vigilante del poder, y hace que las opciones de cambio sean apenas imaginables.

La falta de voluntad o de capacidad política para garantizar el derecho de acceso a la información –tanto en los medios tradicionales como en la esfera pública digital– ha desplazado el proceso de democratización de los medios hacia iniciativas comunicativas de base (Rodríguez, 2011). Los movimientos sociales y las organizaciones de la sociedad civil son los actores clave para generar nuevos medios que democratizen el acceso a la comunicación. En paralelo a los procesos de concentración mediática, un gran número de propuestas de comunicación alternativa han tratado de disputar la centralización de los recursos simbólicos en diferentes latitudes.

El mapa interactivo de la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP)⁴⁵ y otros trabajos recientes (Arévalo Salinas y López-Ferrández, 2016), muestran la cantidad y la variedad de medios alternativos que se encuentran operativos en el Estado español. Algunos surgidos desde la sociedad civil movilizadora, otros de iniciativas profesionales con perspectiva transformadora. Estas propuestas han funcionado desde diferentes modelos organizativos y productivos, a diferentes escalas y con diferente

⁴⁵ Mapa interactivo de medios alternativos: <https://jovenesytercersector.crowdmap.com/>

impacto (Couldry, 2002), generando un amplio debate académico y terminológico⁴⁶.

2. MEDIOS ALTERNATIVOS Y CUARTO PODER EN RED

Los medios alternativos han experimentado, desde finales de los 90, un incremento significativo del interés académico por analizar sus procesos y contenidos. La reaparición de movimientos de izquierda en el marco del altermundismo y la emergencia de múltiples experiencias comunicativas en red han puesto en cuestión la idea de que únicamente los medios con audiencias masivas merecían ser estudiados (Couldry, 2002). Aun así, resulta prácticamente imposible agrupar bajo un único concepto a los diferentes tipos de medios con perspectiva transformadora que operan actualmente en los sistemas mediáticos híbridos. Estos medios quedan lejos de ser un cuerpo unificado de prácticas y enfoques. Su investigación, por lo tanto, ha generado un conjunto heterogéneo de reflexiones y análisis.

Autores como Christian Fuchs (2010) centran su aproximación en el tipo de contenido que ofrece el medio, restando importancia a su estructura y organización interna. Para Fuchs, que hablará de “critical media” (medios críticos), el hecho de que las prácticas organizativas del medio sean horizontales no indica necesariamente que pueda

⁴⁶ Algunas de las definiciones más comunes para referirse a estas prácticas comunicativas de base, entre otras muchas, son las siguientes: medios alternativos, comunitarios (Downing et al, 2001; Atton, 2002), autónomos, participativos, radicales (Downing et al., 2001) críticos (Fuchs, 2010), ciudadanos (Rodríguez, 2011).

considerarse como alternativo. Al mismo tiempo, asegura que limitar el análisis a la cuestión organizativa excluye de la categoría de medios alternativos a un amplio conjunto de prácticas profesionalizadas que, sin embargo, generan contenido crítico. Llegará a decir que “incluso los medios *mainstream* bajo ciertas condiciones pueden ser considerados medios alternativos”⁴⁷ (2010: 180).

La perspectiva de Fuchs plantea la posibilidad de subvertir ideológicamente las prácticas comunicativas. Sin embargo, parece fundamental tener en cuenta la capacidad de los sistemas mediáticos caracterizados por las lógicas mercantiles de fagocitar los discursos contra-hegemónicos e incluso contra-culturales. En este sentido, resulta más sugestiva la propuesta de Villasante (2012) al plantear que más que subvertir ideológicamente es necesario “revertir” las estructura “‘desde dentro’, y/o ‘en paralelo’ o ‘desde fuera’, pero siempre desbordando ‘desde abajo’, [lo que] significa estar más unidos por una metodología del hacer que por alguna ideología” (2012: 271).

En esta línea, otros autores han centrado sus análisis en las prácticas internas y en los procesos productivos y organizativos de estos medios (Downing et al., 2001; Atton, 2002; Rodríguez, 2011). Para Downing (2001), el tipo ideal de los medios alternativos –o los “radical media”, como también los denomina– respondería a un modelo radicalmente democrático en términos de acceso y de objetivos políticos. En esta línea encontramos también los trabajos de Clemencia Rodríguez (2011), que

⁴⁷ Traducción del autor. Cita original: “also mainstream media under certain conditions can be considered as alternative media”.

utilizará el concepto de “medios ciudadanos” inspirada en la definición de Chantal Mouffe. La “ciudadanía” es entendida como una identidad política que debe construirse desde la participación activa y cotidiana de los asuntos públicos. No es, por lo tanto, un estatus o reconocimiento legal, sino la capacidad de intervenir y dar forma a una comunidad participando políticamente en ella.

De este modo, el rasgo fundamental que se arroga a los medios alternativos es el de distribuir la concentración del poder simbólico, posibilitando el acceso a la producción mediática a colectivos que habitualmente quedan excluidos de ella (Couldry, 2002; Atton, 2002). Sin embargo, también resulta necesario ampliar esta premisa. Para revertir los procesos comunicativos en el contexto digital, además de garantizar el acceso, es fundamental desarrollar metodologías participativas que fomenten lo comunitario frente a la fragmentación y el individualismo –algo que las redes digitales comerciales están lejos de garantizar (Fenton & Barassi, 2011; Sampedro, 2018)–. Siguiendo a Fuchs (2010) y a Downing et al. (2001), también es necesario tener en cuenta la perspectiva política desde la que operan los medios alternativos, para garantizar que la autonomía generada para la comunidad es “*contagiosa*”, ya que “una autonomía que no sea universalizable no es autonomía sino privilegio” (Claramonte, 2017: 15).

En los escenarios comunicativos digitales las comunidades se han desterritorializado, pero han cobrado de nuevo importancia los procesos colaborativos y los bienes comunes digitales. En el contexto actual, el

capitalismo cognitivo amenaza con explotar con fines privativos estas prácticas colectivas en red a través de “*cuasi-comunes comerciales*” (Laval y Dardot, 2015: 204).

Se hace necesario desarrollar modelos normativos desde los que analizar las prácticas de los medios alternativos en red. Con esta intención se desarrolla la noción de Cuarto Poder en Red (Sampedro, 2014). Este modelo describe un nuevo periodismo de servicio público, que aboga por la colaboración entre ciudadanía y periodistas para devolver a los medios su rol de vigilantes del poder. Sampedro lo describe así (2014: 244):

Hackear el periodismo es (...): reclamarlo, al menos, como bien común (nunca mera mercancía), con código abierto (fiscalizable) y libre (modificable, copiable y reutilizado sin trabas). Es decir, la información entendida como flujo de contrapoder mancomunado. En suma, el periodismo de toda la vida, pero ahora en redes libres y distribuidas. Su rentabilidad económica solo buscaría garantizar la autosostenibilidad y la autonomía. Sus lazos políticos lo serían con las comunidades que les sostienen, porque en esa profesión encuentran una plataforma de expresión útil para alcanzar consensos, denunciar el fraude y darse una narrativa común.

Wikileaks aparece como el ejemplo que explora con mayor alcance y profundidad estos procesos. Su experiencia constató la necesidad de renovar el periodismo sobre tres ejes (Sampedro, 2014: 200-203):

- “El código, los canales de comunicación y la información oficial deben considerarse bienes públicos”.
- “La colaboración resulta imprescindible para ejercer el periodismo de denuncia”.
- “Los problemas que afectan a las sociedades red tienen un alcance (...) transnacional y el enfoque periodístico que requieren, de forma obligada, es el postnacional”.

La apertura y la libre circulación del conocimiento y de la información son los principios en los que se apoya este Cuarto Poder en Red. Siguiendo los postulados de la ética *hacker*, los considera bienes comunes necesarios para el libre ejercicio de ciudadanía. Por ello, reivindica que los códigos, los canales y la información pública sean accesibles al conjunto de la ciudadanía. Se aboga por el uso de tecnologías de código libre, para que la privacidad de los usuarios esté garantizada. Al mismo tiempo, se pide transparencia para los poderosos, que tienen que rendir cuentas ante electores o consumidores/clientes.

Otro pilar fundamental es la colaboración entre actores sociales –ciudadanía y periodistas– y entre medios –distintas redacciones conectadas en red–. Los comunes digitales, al igual que los bienes comunes tradicionales, son entendidos como elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad humana y por lo tanto dejan de percibirse como meras mercancías. La competencia deja paso a la

cooperación con el fin de garantizar una vigilancia efectiva de los poderes públicos.

Por último, las principales problemáticas políticas, económicas, ecológicas, mediáticas, etc. han adquirido, progresivamente, un carácter transnacional. Los procesos de resistencia y de colaboración han de desarrollarse, por tanto, a una escala similar. Así, podrán superarse también los marcos estatales de control informativo y censura.

En diferentes latitudes es posible rastrear proyectos que operan desde principios muy próximos a los descritos en este modelo del Cuarto Poder en Red. En España, algunas de ellas podrían ser el buzón de filtraciones de Xnet o los procesos de periodismo colaborativo llevados a cabo entre *Diagonal*, *La Marea* y *eldiario.es* en el marco del proyecto Filtrala.org (Sampedro, 2017). Estas iniciativas alteran radicalmente los paradigmas dominantes en el periodismo y abren espacio a un sistema mediático basado en la relación de confianza y colaboración entre las comunidades de ciudadanía *mediactiva* (Gillmor, 2010) y los periodistas. Estas experiencias son, a pesar de todo, escasas y su impacto es todavía limitado.

3. JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En España han emergido en los últimos años múltiples iniciativas periodísticas con enfoque crítico. Encontramos, por citar solo algunas, *La Marea*, *infoLibre*, *Ctxt*, *Pikara*, *5W*, *Critic*, *Mongolia*, *La Directa*, etc.

De entre todas ellas, hemos decidido realizar un estudio de caso de *El Salto* por las siguientes razones:

-Se trata de un medio de base y profesionalizado, de larga trayectoria. Sus cambios internos lo han transformado de un medio antagonista y contra-informativo a un medio alternativo (en lo discursivo y en lo organizativo) con vocación transversal. Mantiene el vínculo con los movimientos sociales de base, pero ha intentado alcanzar, paulatinamente, a públicos más amplios y diversos.

-Es un medio con impacto en la agenda mediática, donde ha sido capaz de introducir enfoques y temáticas propias –aportaciones feministas y ecologistas, problemáticas como los desahucios o los niños robados durante el franquismo.

-A pesar de tratarse de un medio alternativo y periférico cuenta actualmente con unas 7.000 suscripciones, un número importante si tenemos en cuenta las cifras de algunos de los diarios de referencia en el Estado español en la primera mitad de 2017: *La Vanguardia* (59.087), *El País* (55.546), *El Mundo* (17.659), *ABC* (13.392), *El Periódico* (10.986), *La Razón* (3.277)⁴⁸.

-Es un medio con experiencia en procesos de innovación en periodismo colaborativo. Participó, por ejemplo, en la cobertura de *Los Papeles de la Castellana* –conocidos a través de *Filtrala.org*– junto a *La Marea* y *eldiario.es*.

⁴⁸ https://www.elespanol.com/economia/empresas/20170523/218228668_0.html

-Entienden la comunicación como un bien común, y desarrollan un periodismo de código libre, publicando sus contenidos bajo licencia *Creative Commons*.

A pesar de que todo modelo normativo presenta problemas insalvables en su materialización –que pueden deberse a elementos estructurales, coyunturales o a carencias organizativas y ejecutivas– *El Salto* aparece como el proyecto periodístico que está experimentando más radicalmente con los principios del Cuarto Poder en Red en España. En este artículo abordamos las relaciones que se establecen entre el contexto socio-político, tecnológico y económico, y el modelo de negocio y organizativo de *El Salto*. Analizamos las potencialidades, límites, contradicciones y retos –desde el punto de vista sistémico y organizativo– que se observan en la materialización de este proyecto de comunicación de cambio social.

Nuestro trabajo parte de las siguientes hipótesis:

-H1: La esfera pública digital está experimentando un proceso de cierre de oportunidad con los procesos de concentración de los flujos comunicativos y la fragmentación de los públicos. Esto limita, cuando no impide, el potencial transformador de los proyectos comunicativos de cambio social.

-H2: Un proyecto comunicativo transformador depende de una comunidad para garantizar su estabilidad, independencia y crecimiento.

También para posibilitar metodologías participativas y escenarios de comunicación alternativa al margen de los monopolios digitales.

Desde los principios expuestos en el modelo normativo del Cuarto Poder en Red, abordamos una experiencia emergente y con poco más de un año de recorrido, que todavía se encuentra en un periodo de experimentación y consolidación. Para realizar el estudio de caso, recurrimos a una metodología que triangula entre la revisión documental del proceso de transformación de *Diagonal* a *El Salto* y la realización de entrevistas en profundidad con empleadas y colaboradoras.

Se ha llevado a cabo una revisión de la hoja de ruta inicial, de los temas tratados en los plenarios ordinarios y extraordinarios en los que la Coordinadora Provisional presentaba los avances y compromisos, de los estatutos de la nueva cooperativa, del reglamento interno, de las reuniones de la Coordinadora Provisional y del acta de la su primera Asamblea General⁴⁹.

A fin de profundizar de manera cualitativa en el proceso interno del medio realizamos un total de cuatro entrevistas en profundidad semiestructuradas, con respuestas abiertas, a tres empleadas de *El Salto* y a una de las cofundadoras y primeras empleadas de *Diagonal*. Dos hombres (Pablo Elorduy y Jota de la Jara) y una mujer (Ter García) actualmente empleadas en el nuevo medio, y una mujer (Laura

⁴⁹ Se analizan un total de 14 documentos, que recogen la planificación estratégica del proyecto desde julio de 2015 –con la presentación de la primera hoja de ruta– hasta octubre de 2017 –con la primera Asamblea General del nuevo medio.

Corcuera) cofundadora de *Diagonal* y actualmente socia colaboradora de *El Salto*⁵⁰.

Las entrevistas profundizaban en cuatro grandes categorías de análisis: Los cambios del contexto socio-político, las transformaciones tecnológicas, el entorno económico y el modelo de negocio de *El Salto*, y el modelo organizativo y su funcionamiento interno. A partir de la indagación en estos cuatro pilares hemos tratado de detectar aquellos elementos que se han visto potenciados o limitados por las transformaciones más recientes. La estructura de presentación de resultados mantiene una división en las cuatro categorías presentadas.

4. RESULTADOS

Podríamos decir que *El Salto* es un medio de comunicación híbrido. No únicamente por el componente transmedia de su propuesta, sino por su propia idiosincrasia. Las tensiones a la hora de entender el medio como una herramienta política o como un proyecto de emprendimiento profesional en el ámbito de la comunicación, son habituales. Ambos elementos aparecen reflejados en sus propios estatutos:

Por una parte, buscan “poner a disposición de la ciudadanía instrumentos de comunicación e información participados y críticos (...)

⁵⁰ Las entrevistas a las empleadas de *El Salto* se realizaron en su actual redacción y en dos cafeterías cercanas los días 14/12/2017, 21/01/2018 (Pablo Elorduy) y 06/02/2018 (Ter García y Jota de la Jara). La entrevista a Laura Corcuera se realizó en Castellón de la Plana, donde participaba en un congreso académico, el 18/12/2017. En el siguiente enlace pueden consultarse las entrevistas completas: <https://archive.org/details/entrevistaselsaltodiario>

que permitan visualizar alternativas cotidianas desde la denuncia, el análisis crítico, la formación, difusión y la investigación”.

Por otra, “proporcionar a sus socios o socias trabajadoras puestos de trabajo a tiempo parcial o completo”⁵¹.

Operar como un medio profesionalizado pero estrechamente vinculado a los colectivos sociales es lo que ha marcado su estructura interna y sus diferentes transformaciones. Esta última, también motivada por las tecnologías digitales y sus impactos en el activismo contemporáneo.

4.1 EL SALTO Y EL CONTEXTO SOCIO-POLÍTICO

Es el contexto del 15M lo que inicia la reflexión interna en *Diagonal* que da lugar al proceso de refundación en *El Salto*: “Ahí es donde se ve una ventana de oportunidad y donde te das cuenta de que hay un desborde que le pilla a contrapié a todos los medios de comunicación, y a *Diagonal* también” (De la Jara). Se preguntaban entonces cuál era el papel cumplía el medio en el nuevo contexto socio-político, con un activismo desplazado de una militancia tradicional a las multitudes conectadas, con mayor voluntad para intervenir en el discurso político y con nuevas herramientas digitales para hacerlo.

Durante los años siguientes, en el contexto post-15M, crece el interés por el periodismo social y de denuncia. Al mismo tiempo, aumenta el

⁵¹ <https://elsaltodiario.com/info/c01k1172x9ytgigs509u>

número de iniciativas periodísticas que plantean sus contenidos desde ese prisma, cerrando oportunidades de crecimiento a medios como *Diagonal/El Salto* que por sus propias dinámicas internas y su limitación de recursos no consiguen poner en marcha su transformación hasta unos años después.

En lo institucional, la profunda crisis del bipartidismo y el auge del independentismo en Cataluña han puesto de manifiesto el agotamiento del modelo político y territorial heredado de la Transición Española. Esto ha generado un reflujo de las políticas restrictivas con la libertad de expresión e información –Ley Orgánica de Seguridad Ciudadana, Decreto Ley que permitía al Gobierno elegir al director de la RTVE– y un aumento del paralelismo político de los medios privados. Se ha producido un cierre de la esfera pública central para aquellos discursos que impugnan las bases del modelo institucional (Sampedro et al., 2018), generando una creciente polarización y fragmentación del debate político.

Esto, junto a factores como la capitalización por parte de Podemos de parte de la potencia de los movimientos sociales, ha generado una creciente desactivación del ciclo de movilizaciones de los últimos años. El escenario de confluencia abierto por el 15M ha dado paso a un nuevo periodo de fragmentación de los movimientos, donde las luchas aparecen focalizadas –kellys, repartidores, precarización, pensiones, turistificación, etc.

Estos elementos del contexto socio-político dificultan el trabajo de un medio como *El Salto*, que parte de un planteamiento agregador y transversal –tanto en lo ideológico como en lo identitario– y que se apoya en las prácticas comunicativas de la ciudadanía *mediactiva*. Unas prácticas que, en los últimos años, se han visto cada vez más restringidas y obstaculizadas.

El reto, por lo tanto, radica en desarrollar nuevos lenguajes y formatos que sean capaces de conectar las reivindicaciones de los diferentes actores sociales en un contexto de atomización política y exaltación nacionalista. Desde una vocación transversal, se pretende aglutinar a públicos diversos para posibilitar un salto de escala e impacto.

4.2 EL SALTO Y LA ESFERA PÚBLICA DIGITAL

La necesidad de indagar en nuevos lenguajes y formatos se relaciona, al mismo tiempo, con el desarrollo de las formas de comunicación digitales. La esfera pública digital ha potenciado nuevos procesos colaborativos entre diferentes medios, así como entre ciudadanía y medios. Las posibilidades abiertas han permitido poner en marcha el proyecto descentralizado y colaborativo de *El Salto*. La necesidad de comunicación permanente entre los diferentes nodos y la redacción de Madrid –la “infraestructura común”, como también la llaman– obligan a utilizar constantemente herramientas digitales para la coordinación y la toma de decisiones.

Además, los escenarios digitales han permitido que los procesos de producción y distribución de contenidos tengan un menor coste y un mayor alcance; impulsando, a su vez, las prácticas colaborativas entre el medio y la ciudadanía *mediactiva*. Esta se manifiesta en un repertorio de iniciativas que van desde la información facilitada por una fuente ciudadana a través de un buzón de filtraciones anónimo hasta la cobertura simultánea de un acontecimiento puntual, pasando por la difusión colectiva de campañas concretas. Esto ha abierto la posibilidad de que los medios alternativos puedan introducir con mayor facilidad sus temas en la agenda pública gracias a los procesos colaborativos potenciados por las tecnologías digitales.

Sin embargo, la esfera pública digital también presenta importantes límites y contradicciones para *El Salto*. En cuanto a los límites, cabe destacar que a pesar de haber problematizado sobre el uso de redes privadas –como Facebook o Twitter– en torno al 70% del tráfico de su web entra a través de estas redes. Esto genera una dependencia de los algoritmos internos de estas plataformas, y aporta trabajo no remunerado con el que las redes comerciales se lucran. De este modo, resulta contradictorio encontramos frente a un proyecto basado en la economía del bien común que, sin embargo, se ve condicionado –por razones de alcance y sostenibilidad– a centrar su actividad digital en redes sociales privadas –regidas por lógicas mercantiles.

Esta problemática no es algo exclusivo de *El Salto*, se trata de un proceso que afecta al conjunto de medios de comunicación con

presencia digital. El flujo comunicativo se ha concentrado en estos nuevos canales privativos ante el fracaso de la mayoría de redes sociales alternativas, generando un oligopolio de redes comerciales en las que se viralizan los contenidos. Esto aumenta el poder de los algoritmos y de los perfiles con más impacto en dichas redes:

“Somos rehenes de quién da difusión a ciertas informaciones. [Por ejemplo] Podemos tenía –más que tiene– una gran influencia en cuanto a que te puede disparar una información. Si saca la tuya en lugar de la de *Público* o de la de *eldiario.es* te puede disparar y puede hacer que incremente el tráfico en ese momento” (Elorduy).

El éxito, a pesar de todo, no se evalúa únicamente en términos de alcance cuantitativo. El objetivo político del medio hace que ciertas informaciones, sin ser las más leídas, generen reacciones en partidos y colectivos sociales. Sin embargo, para conseguir mayor difusión fuera de los círculos militantes sí que se observa una dependencia de los algoritmos y de los perfiles con mayor influencia. El reto para *El Salto* es:

[Convertir su] “propia *home* en una red social, o en un repositorio, o como mínimo en un agregador. (...) A través de esa costumbre de la gente de visitar tu página como otro Facebook –por ser ambiciosos– poder llegar con independencia de esos algoritmos” (Elorduy).

Esta misma problemática podría trasladarse a la propia infraestructura de la red. La soberanía informativa implica, como advertía Rushkoff⁵², no depender de que las empresas privadas o los gobiernos garanticen la neutralidad de la red. Entender la comunicación como un bien común obliga a reflexionar acerca de los procesos de producción de las tecnologías utilizadas y de la propiedad de los canales por los que circula la información. La concentración de estas infraestructuras y plataformas es un problema que trasciende el ámbito propio de los medios, pero que afecta y condiciona sus rutinas de trabajo y su alcance.

Esto confirma la primera de nuestras hipótesis, ya que el potencial transformador de proyectos como *El Salto* se ve profundamente condicionado por las infraestructuras y las lógicas de las plataformas digitales en las que se concentra el flujo comunicativo.

Otro de los límites lo encontramos en los formatos, ritmos y lenguajes de la comunicación digital. Existe un distanciamiento entre las formas periodísticas tradicionales y los rituales de acceso a la información en los escenarios digitales. *El Salto* ha llevado a cabo una renovación estética y una apuesta por incorporar contenidos audiovisuales. Sin embargo, continúa siendo una transformación que se encuentra en su fase inicial.

⁵² https://archive.org/details/GRITtv_-_Douglas_Rushkoff_-_Get_Corporations_Out_of_Our_Net

El desafío tiene, en este caso, un componente generacional. El rango principal de lectores del medio se sitúa entre los 25 y 39 años, siendo especialmente bajo el número de lectores de menos de 25. La dificultad para conectar con esos públicos más jóvenes tampoco es algo exclusivo de *El Salto*, sino que se relaciona con los hábitos de acceso a los medios del grupo de edad entre 14 y 25 años⁵³.

En cuanto a las contradicciones, destaca el uso interno de herramientas privativas, algo que consideran una “pérdida” (De la Jara) o un “retroceso” (Corcuera) con respecto a etapas anteriores del proyecto. Si bien la apuesta por el software libre era clara: “desde nuestra propia licencia –que es una licencia *Creative Commons*– y el soporte, trabajamos con Nodo50 que es un servidor no comercial y muy comprometido con los movimientos sociales” (Corcuera), el motivo de la incorporación progresiva de herramientas privativas tiene que ver con las dinámicas de trabajo y la falta de tiempos para innovar y profundizar en las relaciones con la comunidad *hacker*.

La apuesta por el software libre, la innovación en formatos y lenguajes, y la capacidad de contribuir al funcionamiento de redes sociales alternativas son las principales apuestas que quedan pendientes. Todo ello implica una tarea de “reversión” (Villasante, 2012) de las prácticas comunicativas en red, que solo es posible desde el vínculo con la ciudadanía, que transformando sus hábitos de acceso abra espacios digitales que no estén supeditados a los intereses comerciales.

⁵³ <http://www.aimc.es/aimc-c0nt3nt/uploads/2018/02/marco18.pdf>

4.3 CONTEXTO ECONÓMICO Y MODELO DE NEGOCIO

La crisis económica que afecta desde 2008 a buena parte de las democracias occidentales, especialmente a las del sur de Europa, resulta un contexto arduo para la sostenibilidad de los medios alternativos autogestionados. El desempleo y la precarización generalizada de amplios sectores de población, especialmente de los más jóvenes, ha incrementado su desafiliación (Castel, 1997) y ha normalizado condiciones laborales que incrementan la vulnerabilidad social. Esto repercute directamente en la voluntad y la capacidad de la ciudadanía y de las pequeñas y medianas empresas para participar económicamente de proyectos como *El Salto*.

Su modelo de negocio no ha variado sustancialmente con respecto a la etapa de *Diagonal*. Responde a criterios de la economía social y solidaria, y está fundamentalmente basado en la construcción de una comunidad de socias suscriptoras y socias colaboradoras que sostienen económicamente el medio. Su código ético publicitario⁵⁴ está diseñado para garantizar su independencia económica ante cualquier anunciante. Un máximo del 20% de ingresos puede proceder de la publicidad. Entre otros supuestos, se rechaza como anunciantes a las empresas del IBEX 35, las grandes entidades bancarias, la publicidad de partidos políticos pidiendo el voto en campaña electoral, y la

⁵⁴ Puede consultarse en las páginas 6-8 del Reglamento Interno de *El Salto*: <https://www.elsaltodiario.com/info/ch9fzckik5yuxddxn34s>

publicidad institucional que contradiga las líneas éticas del proyecto. También aquellas campañas consideradas discriminatorias.

Este modelo, basado en las aportaciones de las socias, encuentra una limitación en las condiciones materiales de buena parte de su público y del tejido de las empresas de la economía social y solidaria. Los recursos del medio son, por lo tanto, escasos.

Sin embargo, las particularidades de la comunidad de *El Salto* son también la garantía de continuidad del proyecto. Se trata de una comunidad muy fidelizada, que tiene “una pertenencia emocional, porque sí cree que sirve para algo y porque también puede interactuar y puede decidir mucho sobre lo que se publica” (García). Las suscriptoras, por lo tanto, no participan en el proyecto únicamente para acceder a los contenidos sino que se sienten parte del medio. Comparten los valores desde los que se pone en marcha *El Salto* y esto permite mayor estabilidad que la dependencia de otras fuentes de financiación externas con capacidad para influir unilateralmente en la línea editorial. Como apunta De la Jara:

“La mayor parte de esas nuevas suscripciones llegan antes incluso de sacar el número 0. La gente no sabe ni lo que le vas a sacar y ya se han suscrito. Lo que te está sugiriendo es que te suscribes a una idea. La confianza que te trasmite, o a la honestidad de un proyecto que realmente apela a unas lógicas descentralizadas, cooperativas, independientes, horizontales”.

La implicación de la comunidad en el proyecto permite mayor grado de autonomía, no solo económica sino también frente a los algoritmos de las principales plataformas digitales que concentran el flujo comunicativo. El reto, por lo tanto, está en ampliar las relaciones con esas comunidades para ampliar los recursos y para tratar de desplazar los flujos comunicativos hacia plataformas de código abierto y libre. De este modo, como planteábamos en nuestra segunda hipótesis, la comunidad aparece como un aliado indispensable para los proyectos comunicativos de cambio social.

Sin embargo, fortalecer y ampliar estas comunidades no está exento de dificultades y controversias. En el caso de *El Salto*, existe una voluntad de innovar en formatos y lenguajes para escalar en públicos y sumar apoyos para profesionalizar el medio. También para cumplir con el objetivo político de generar alternativas críticas con alcance. Esto genera tensiones internas, porque simultáneamente el medio se dirige a “dos públicos diferentes. Uno es el que me lee y otro es el que me paga, el que garantiza que el medio exista” (De la Jara).

De este modo, el trabajo cotidiano se desarrolla en un contexto complejo. Se hace necesario consolidar la comunidad, formada por un colectivo de socias heterogéneo, y también innovar para atraer nuevos públicos que permitan al proyecto crecer en recursos y en impacto. Además, en el actual contexto de fragmentación y polarización política, se enfrentan al reto de crear una oferta específica de servicios

informativos para públicos segmentados. Esto conlleva la diversificación de formatos, lenguajes y soportes tecnológicos.

4. 4 MODELO ORGANIZATIVO

La refundación de *Diagonal* en *El Salto* ahonda en los procesos de desterritorialización y de colaboración con otros medios que, a menor escala, había ensayado previamente *Diagonal*. “*El Salto* no es tanto el intentar cambiar las lógicas que veníamos teniendo en *Diagonal*, sino intentar conseguir recursos que en *Diagonal* no estabas obteniendo para poder hacer eso que sí que creemos que es acertado” (De la Jara).

Como hemos visto, las condiciones del contexto socio-político y tecnológico abren una ventana de oportunidad para que se lleve a cabo esta transformación interna. Este proceso se dilató varios años, desde que empezara a surgir la idea de que era necesaria una reformulación del medio –ya en 2011, tras el 15M– hasta que se inicia y materializa el proceso de prototipar el nuevo medio junto a los nodos territoriales y otros medios afines –entre mediados de 2015 y principios de 2017.

La estructura descentralizada, asamblearia y apoyada en las aportaciones de las socias permite a *El Salto* garantizar la independencia y autonomía de sus empleadas en el ejercicio periodístico. La comunidad de socias suscriptoras no solo sostiene económicamente el medio, sino que participa de los procesos

organizativos internos. Cuentan con un 40% del porcentaje de voto en la Asamblea General de la cooperativa –el otro 60% se distribuye a partes iguales entre las socias trabajadoras y las socias colaboradoras– y participan de la Junta de Buen Gobierno –órgano de coordinación y control interno–. En cuanto a las formas de participación cotidiana, existe una zona de socias, pero no hay habilitado un foro en el que puedan interactuar entre ellas y a la vez con el medio. De manera informal se ha abordado esta cuestión, que es parte del reto de convertir su propia página web en un espacio de encuentro y discusión.

Al mismo tiempo, la actual estructura colaborativa con los nodos territoriales potencia un periodismo de proximidad, con mayor riqueza de fuentes y mayor conocimiento de los contextos locales. La apuesta de *El Salto* ha sido construir una infraestructura común que ofrecer a esos nodos. Algo que se reproduce, de igual manera, con el resto de medios que colaboran en el proyecto. Muchos de ellos aportan su especialización a una propuesta común. La finalidad era dar “un salto de escala mayor del que daríamos por separado, haciendo la unión de muchos medios” (De la Jara).

Por supuesto, este proceso ha sido complejo y continúa siéndolo. El contacto y negociación con cada nodo y con los medios colaboradores ha dado lugar a diferentes acuerdos que tratan de responder a las necesidades particulares de cada medio y territorio (Pérez Gontán et al. 2017: 104-110). Los procesos de coordinación entre los nodos se han complejizado. Las condiciones materiales y la carencia de recursos

limitan la posibilidad de profesionalizar el trabajo de los territorios, lo que dilata los tiempos y dificulta el ejercicio periodístico.

Las condiciones salariales de las empleadas han mejorado con el nacimiento de *El Salto*, pero la falta de recursos hace que las condiciones laborales continúen siendo precarias. Las colaboraciones externas también han comenzado a pagarse, algo que previamente no se hacía. Las limitaciones económicas producen una tensión permanente entre el trabajo asalariado y el trabajo activista, ya que las jornadas laborales se alargan por encima de lo estipulado en los contratos y la sostenibilidad del medio depende, en ciertas ocasiones, del voluntarismo y el compromiso de las empleadas y colaboradoras.

La valoración que hacen los miembros del proyecto después de un año de trabajo es positiva. En lo económico –sin ser la parte a la que prestan más importancia– han conseguido incrementar sustancialmente los apoyos –pasando de 4 mil suscripciones a 7 mil–. Esto les ha permitido mejorar parcialmente sus condiciones laborales y de colaboración, así como apostar por nuevos formatos con los que todavía están comenzando a experimentar. También las cifras de tráfico y alcance se han incrementado, duplicando el número de visitas a su web. En lo cualitativo también hay una valoración positiva, ya que se han abierto vías de colaboración territorial y temática con proyectos comprometidos con la información transformadora a una escala que no se había explorado previamente en España.

Tabla I: Resumen de resultados

	Contexto Socio-político	Esfera Pública Digital	Contexto económico y modelo de negocio	Modelo organizativo
Potencialidades	·Incremento del interés por temáticas sociales	·Abaratamiento de los costes de producción de contenidos	·Comunidad comprometida con el proyecto. Estabilidad y autonomía.	·Independencia y autonomía frente a las élites
	·Públicos activos y participativos en los procesos informativos	·Oportunidades para la descentralización del proyecto		·Asamblearismo, horizontalidad e intersubjetividad
		·Proyectos colaborativos entre medios, y también con los públicos <i>mediactivos</i>		·Mayor proximidad y profundidad gracias a su estructura descentralizada
Límites	·Giro represivo del gobierno del Partido Popular (Ley Mordaza)	·Desconocimiento de los nuevos soportes y lenguajes	·Contexto económico de crisis y precarización a escala global.	·Procesos de toma de decisiones excesivamente dilatados
	·Ciclo reciente de desactivación de los movimientos sociales	·Componente generacional, distanciamiento con público joven	·Falta de fuerza de la Economía Social y Solidaria	·Amplio esfuerzo de coordinación de ediciones territoriales
	·Falta de mayorías comprometidas con el periodismo alternativo	·Concentración oligopólica de los flujos comunicativos digitales en redes privadas	·Publicidad limitada por falta de recursos de aliados potenciales	
Contradicciones		·Uso interno de herramientas digitales privadas	·Principios de la economía del bien común desarrollándose en redes sociales privadas	·Contexto laboral precarizado por la falta de recursos
				·Tensión entre voluntarismo activista y trabajo remunerado
Retos	·Transversalidad para llegar a nuevos públicos en momentos de polarización política	·Innovación en formatos y lenguajes, adaptados a la comunicación digital y transmedia	·Consolidar y ampliar su comunidad para garantizar la sostenibilidad	·Consolidar las relaciones abiertas con los nodos y otros medios afines
	·Superación del marco de la unidad territorial mediante una comunicación desterritorializada.	·Profundizar en el periodismo de datos y colaborar con el movimiento <i>hacker</i>	·Establecer ofertas específicas de servicios informativos para públicos segmentados.	
		·Contribuir al desarrollo de redes sociales alternativas	·Mejorar las cifras de suscriptores y apoyo económico en los nodos territoriales.	

Fuente: Elaboración propia

El proyecto, por lo tanto, explora la potencia de construir en común un medio descentralizado que responda al carácter plurinacional del Estado español. En su materialización, se encuentra con el desafío de consolidar las relaciones abiertas en su proceso fundacional, fortaleciendo los vínculos con los colaboradores del medio y con los miembros de la comunidad que garantizan la sostenibilidad y crecimiento de *El Salto*.

DISCUSIÓN/CONCLUSIONES

Como hemos podido observar, la transformación de *Diagonal* en *El Salto* es un proceso complejo que se relaciona con los cambios en el contexto socio-político, económico y tecnológico. Estos aspectos, tan imbricados entre sí, generan oportunidades y límites para los medios alternativos en los sistemas mediáticos híbridos, condicionando su materialización.

Tras el análisis, podemos decir que *El Salto* es el proyecto periodístico profesionalizado más innovador en comunicación para el cambio social del Estado español. Su modelo organizativo y de negocio es el que está experimentando más radicalmente con los principios del Cuarto Poder en Red, apostando por los procesos colaborativos entre medios, así como entre medios y ciudadanía *mediactiva*.

Para ello, se vale de las oportunidades abiertas por las tecnologías digitales para descentralizar el medio; ensayando un periodismo colaborativo que entiende la comunicación como un bien común, y

apoyándose en una comunidad que se reconoce como “sujeto comunicativo y político de pleno derecho” (Sampedro, 2014: 11). Su organización descentralizada permite realizar un trabajo periodístico de mayor precisión y proximidad, al tiempo que rompe con la perspectiva monolítica de España.

Sin embargo, este proceso presenta también importantes limitaciones y contradicciones. El contexto socio-político actual se caracteriza por un giro autoritario en relación a la libertad de expresión e información. La crisis del bipartidismo y el conflicto territorial han polarizado el debate político, fragmentando a los públicos y dificultando la emergencia de movimientos sociales transversales. El contexto de crisis económica y precarización generalizada también limita el potencial y los recursos de las organizaciones de la sociedad civil. Además, los medios alternativos en los ecosistemas mediáticos híbridos se ven profundamente condicionados por los procesos de concentración y mercantilización de las infraestructuras, plataformas y redes digitales.

La falta de éxito de las redes sociales alternativas obliga a los medios a operar a través de las principales redes sociales con fines comerciales. En el caso de *El Salto* hasta un 70% del tráfico de su web llega a través de Twitter y Facebook. Esto genera dependencia de los algoritmos y de los perfiles más influyentes de estas redes. El resultado es una importante contradicción: el desarrollo de una economía del bien común a través de plataformas privadas, que se lucran con el trabajo no remunerado de sus usuarios. Esto confirma la primera hipótesis

planteada, ya que los bienes comunes digitales –entre los que se incluyen las prácticas periodísticas de *El Salto*– corren el riesgo de convertirse en *cuasi comunes* comerciales (Laval y Dardot, 2015).

A nivel interno también encontramos contradicciones, motivadas por las condiciones materiales en las que opera el medio. Destaca el uso de redes privativas para las comunicaciones internas, fruto de los ritmos de trabajo y de la falta de tiempo para indagar en herramientas de código abierto. También en lo referente a las condiciones laborales se produce una contradicción entre los principios de la economía social y solidaria y los procesos de autoexplotación laboral, fruto de la escasez de recursos y del compromiso activista de las trabajadoras y colaboradoras del medio.

Observamos que los contextos socio-políticos y económicos, así como las lógicas de la comunicación digital, hacen actualmente inevitables muchas de las limitaciones –e incluso algunas de las contradicciones– que hemos apuntado. Para superarlas parece fundamental profundizar en la relación con la comunidad. Solo de este modo podrán darse respuesta a los principales retos del proyecto:

-Consolidar una red interpersonal que garantice la sostenibilidad y crecimiento del medio.

-Mejorar las condiciones laborales de sus empleadas y colaboradoras, tanto de la edición general como de los nodos territoriales.

-Innovar en formatos y lenguajes para adaptarse a los rituales comunicativos en red, para penetrar en los sectores más jóvenes, y para ofrecer servicios informativos a públicos segmentados.

-Ampliar vínculos con la comunidad *hacker* y apostar, a nivel interno, por el uso de herramientas, plataformas y redes de software libre.

-Contribuir a la creación de redes sociales alternativas que rompan con la utilización privativa de los contenidos y los datos generados por sus usuarios.

La experiencia de *El Salto* abre una vía todavía poco transitada en el Estado español. Esta iniciativa, cercana al modelo del Cuarto Poder en Red, encuentra potencialidades en los sistemas mediáticos híbridos pero también profundas limitaciones que trascienden a las prácticas del medio. Se precisa de un proceso de “reversión” más que de “subversión” ideológica (Villasante, 2012) para transformar esas limitaciones, lo cual obliga a ampliar los vínculos y la colaboración con la comunidad para construir espacios donde desarrollar sus propias narrativas. Todo un ejercicio de descentralización del poder simbólico y de suma de fuerzas para devolver al periodismo su rol de vigilante de los poderes públicos y de vocero de la sociedad civil de manera colaborativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Arévalo Salinas, A. y López-Ferrández, F. J. (2016). “Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada en España. El caso del Informativo *Sí se puede*”. En Candón, J. (ed.). *Actas del I Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*, pp: 9-29. ISBN: 978-84-608-9522-0.
- Atton, C. (2002). *Alternative Media*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- Castel, R. (1997). *La metamorfosis de la cuestión social. Una crítica del asalariado*. Barcelona: Paidós.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system. Politics and power*. Oxford: Oxford University Press.
- Claramonte, J. (2017). *Estética Modal. Libro I*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Couldry, N. (2002). “Mediation and alternative media, or relocating the centre of media and communication studies”. *Media International Australia*. 103(1). 24-31.
- Crouch, C. (2004). *Posdemocracia*. Madrid: Taurus.

- Downing, J. D. H.; Villareal Ford, T.; Gil, G. y Stein, L. (2001). *Radical Media. Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fenton, N. y Barassi, V. (2011). "Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation". *The Communication Review*. 14(3). 179-196.
- Fenton, N. (2015). "Left out? Digital media, radical politics and social change". *Information, Communication & Society*. 19(3). 346-361.
- Fuchs, C. (2010). "Alternative Media as Critical Media". *European Journal of Social Theory*. 13(2). 173-192.
- Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. Morrisville: Lulu.
- Herman, E. W. y McChesney, R. W. (2001). *The global media. The new missionaries of corporate capitalism*. Londres: Continuum.
- Laval, C. y Dardot, P. (2015). *Común. Ensayo sobre la revolución en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- MacBride, S. et al. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- McChesney, R. W. (2014). *Digital Disconnect. How Capitalism Is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The new press.
- McNair, B. (2006). *Cultural Chaos: Journalism and Power in a Globalised World*. Oxford: Routledge.

- Pérez Gontán, J., Rodríguez Ruiz, J. y Fernández de Castro Sanabria, P. (2017) *Periodismo mancomunado, medios de comunicación periféricos y trabajo en red: el caso del proyecto colectivo de El Salto*. Madrid: Máster CCCD.
- Ramonet, I. (2016). *El imperio de la vigilancia*. Madrid: Clave Inelectual.
- Rodríguez, C. (2011). "Citizens' Media". En Downing, J. D. H. (ed.). *The Encyclopedia of Social Movement Media*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de internet*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Itsmo.
- Sampedro, V. (2014). *El Cuarto Poder en Red: por un periodismo de (código) libre*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. (2018). *Dietética digital. Para adelgazar al Gran Hermano*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. (ed.) (2017). *Filtraciones ciudadanas. Periodismo de investigación mancomunado*. Recuperado de: http://cccd.es/wp/wp-content/uploads/2017/02/Prototipos_II.pdf Madrid: Ediciones CCCD.

Sampedro, V.; López-Ferrández, F. J. y Carretero, A. (2018). “Leaks-based journalism and media scandals: From official sources to the networked Fourth Estate?” *European Journal of Communication*. 33(3): 255–270.

Serrano, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid: Ediciones Foca.

Villasante, T. R. (2012). “Nuevas metodologías participativas en acción”. En Villasante, T. R. et al. (ed.). *Construyendo democracias y metodologías participativas desde el Sur*, pp. 261-278. Santiago de Chile: LOM Ediciones.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

1. DISCUSIÓN

Esta tesis ha tratado de contribuir al estudio de las prácticas comunicativas de cambio social en los actuales sistemas mediáticos híbridos (Chadwick, 2013). La complejidad del objeto de estudio, la proximidad temporal de los casos analizados y la velocidad de sus mutaciones suponen una clara limitación a los resultados de investigación. Aun así, los estudios de caso realizados permiten obtener una imagen amplia –si bien incompleta, ya que son muchos y heterogéneos los proyectos comunicativos de cambio social que pueden rastrearse– del estado actual de la comunicación transformadora en España. Los resultados de este trabajo muestran las oportunidades generadas por las tecnologías digitales para las prácticas comunicativas de cambio social; así como los límites, contradicciones y retos a los que se enfrentan los actores comunicativos en los sistemas mediáticos híbridos.

Durante esta investigación, hemos tratado de constatar si las tecnologías digitales estaban favoreciendo un modelo comunicativo más plural e inclusivo. Y, de ser así, cómo y bajo qué circunstancias. Podemos decir que la esfera pública digital ha operado como espacio de innovación y experimentación para los movimientos sociales y para la comunicación de cambio social. El contexto de hibridación mediática ha permitido que diferentes proyectos comunicativos, surgidos desde la sociedad civil o desde iniciativas periodísticas profesionalizadas, hayan

explorado el potencial transformador de las tecnologías desarrollando nuevos modelos comunicativos y organizativos en red.

En el caso español, el 15M volvió a demostrar que la esfera pública digital aumenta en centralidad en los episodios de crisis de legitimidad política. Al igual que sucediera en el *Pásalo* de marzo de 2004, las herramientas digitales aparecieron en 2011 como una vía de comunicación alternativa, multitudinaria y contrahegemónica (Sampedro y Martínez Avidad, 2018). Como apuntara Sádaba (2012), podemos citar dos factores que han contribuido a la creciente importancia del escenario digital para los movimientos sociales y para las prácticas comunicativas de cambio social: El primero de ellos es el desplazamiento de la lucha política al ámbito mediático; el segundo, el hermetismo de la esfera pública central hacia las demandas de cambio social (Jerez, Sampedro y Baer, 2000).

El 15M de 2011 supuso, más allá de la excepcionalidad de la protesta, un punto de inflexión para el sistema político y mediático español. Se constató la transformación interna de los movimientos sociales, que se hacían más transversales, distribuidos y acéfalos (Bourdieu, 2001; Calle, 2005; Calle, 2013), y que mostraron su oposición a las políticas de austeridad reivindicando mayor radicalidad democrática. Este cambio en lo social, se trasladó a la política institucional con el nacimiento de partidos como Red Ciudadana Partido X, Podemos, o las candidaturas municipalistas de 2015 –así como con el crecimiento de Ciudadanos–. En lo mediático, también asistimos a la creación de

múltiples iniciativas que –a diferente escala, y con diferentes enfoques– han experimentado con modelos productivos e informativos transformadores adaptados al escenario digital⁵⁵.

Sin embargo, se hace necesario destacar una serie de aspectos que evidencian los límites de los sistemas mediáticos híbridos en la construcción de proyectos comunicativos de cambio social y de culturas de paz. Entre ellos destacan: el uso por parte de la extrema derecha de prácticas comunicativas que podrían aparecer como contrahegemónicas o alternativas, y el proceso de control y cierre de la esfera pública digital –por parte de los mercados y de los Estados– en su fase de consolidación actual.

1.1 COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y EXTREMA DERECHA

La crisis orgánica de las democracias liberales (Castells, 2017; Garcés, 2017) ha incrementado la desafección y desconfianza hacia las estructuras de poder tradicionales. En este contexto, es necesario mencionar cómo las organizaciones de extrema derecha han sido capaces de articular proyectos políticos con amplio apoyo social. Experiencias como la Alt-Right en EEUU demuestran que los usos contrahegemónicos de las tecnologías digitales no están dirigidos, necesariamente, a fomentar sociedades más plurales e inclusivas. Alt-

⁵⁵ La Asociación de la Prensa de Madrid (APM) cifraba en 458 el número de nuevos medios en activo lanzados por periodistas entre 2008 y 2015. Algunos de ellos destacan por su innovación en temas, enfoques y modelos de negocio <https://www.apmadrid.es/nuevos-medios-lanzados-por-periodistas/>

Right surgió de manera informal a raíz del intercambio de mensajes y memes en varios foros digitales. En plena campaña electoral de 2016 adquirieron relevancia mediática cuando Hillary Clinton los relacionó con Donald Trump. El espacio conseguido en los medios tradicionales – fundamentalmente en la televisión– les permitió aumentar su visibilidad e impacto. Desde entonces, han sido capaces de presentarse como una alternativa política de orientación nacionalista, racista y antifeminista, que cuenta con simpatizantes –como Steve Bannon– en la propia Casa Blanca.

Discursivamente, la Alt-Right destaca por haber transformado la imagen violenta de la extrema derecha en una imagen con mayor resonancia cultural entre la clase trabajadora blanca. Sus caras más visibles son intelectuales irreverentes –como Richard B. Spencer– e individuos con habilidades comunicativas online –como el *youtuber* Milo Yiannopoulos. Estos, han sido capaces de implementar una comunicación persuasiva basada en el humor, la provocación y el espectáculo, que ha sabido explotar las oportunidades generadas por los foros y redes sociales (Reguera, 2017). La horizontalidad del proceso comunicativo contrasta con los principios excluyentes del discurso supremacista blanco. Sin embargo, el caso de Alt-Right evidencia que los procesos comunicativos distribuidos y participativos no suponen, en sí mismos, un desarrollo de la justicia social.

En este sentido, cobran relevancia las aportaciones de Fuchs (2010) y Downing et al. (2001) al teorizar sobre los medios alternativos. Estos

autores, han puesto de manifiesto la importancia de tener en cuenta las propuestas políticas que promueven dichos medios más allá de su mera estructura organizativa y de su funcionamiento interno. De especial relevancia es, por tanto, valorar si las prácticas comunicativas generan en las comunidades con las que se relacionan procesos universalizables de autonomía o más bien potencian privilegios excluyentes (Claramonte, 2017).

1.2 MERCANTILIZACIÓN Y CIERRE DE LA ESFERA PÚBLICA DIGITAL

Otro aspecto a destacar es la progresiva pérdida de autonomía que en los últimos años ha experimentado la esfera pública digital. En este proceso encontramos, de una parte, la creciente concentración de los flujos comunicativos y su mercantilización. De otra, las alianzas entre Estados y compañías digitales que están poniendo en riesgo la neutralidad de la red, la privacidad de sus usuarios (Sampedro, 2014) e incluso la libertad de expresión (Moya Manzano y Coca Fraile, 2018).

De este modo, observamos cómo Google, Apple, Facebook y Amazon controlan las plataformas, las aplicaciones, los dispositivos y el comercio digital. En lo relativo a las comunicaciones, se observan nuevos procesos de centralización, que hacen que las principales compañías digitales concentren y mercantilicen la información y el conocimiento generado, a menudo, por el trabajo no remunerado de sus

usuarios (Terranova, 2000; Fuchs, 2014). La economía de la atención, que rige el modelo de negocio de las redes sociales privadas, se centra en el minado de datos y el perfilado de usuarios para posteriormente desarrollar campañas basadas en el *microtargeting*. Esto hace que primen los contenidos más viralizables, quedando en segundo plano la relevancia y veracidad de los mismos.

Términos como *posverdad* o *fake news* –que no son en absoluto nuevos– evidencian que las tecnologías digitales no están revirtiendo problemas previos asociados a la mercantilización informativa, la concentración y la supeditación publicitaria de los medios. El concepto *pseudocracia* (Sampedro, 2009) –entendido como el gobierno de la mentira– había denunciado la falta de apertura de la esfera pública central y de los medios tradicionales. Lejos de desvanecerse, esta idea cobra una nueva dimensión en el marco de una emergente cultura algorítmica (Striphas, 2015) con una capacidad de persuasión –política y comercial– desconocida por los medios analógicos.

A su vez, la gestión algorítmica de estas plataformas genera cámaras de eco y burbujas de filtro (Pariser, 2017), que limitan la exposición de los usuarios a contenidos no relacionados con sus propias preferencias. Se reduce, así, la existencia de una experiencia común y de un escenario centrípeto de deliberación, lo que genera más polarización que intersubjetividad. En este sentido, se ha llegado a cuestionar que pueda hablarse de la existencia de una “esfera pública digital” por no tratarse de un verdadero escenario dialógico (Dean, 2003; Curran et al., 2012).

Este clima, en el que la información está mercantilizada y se confunde con las relaciones públicas, limita las oportunidades de desarrollar proyectos comunicativos de cambios social. De una parte, se ha puesto de manifiesto que las compañías, organizaciones y partidos con más recursos son los que encuentran mayor difusión e incidencia en estas redes. Así lo demuestran casos como el de Cambridge Analytica, que en las elecciones norteamericanas de 2016 fue capaz de alcanzar a más de 87 millones de electores –previamente perfilados y segmentados– con mensajes que favorecieron el triunfo de Donald Trump. Por otra parte, trabajos recientes (Fisher, 2016; Sampedro, 2018) han destacado la tendencia hedonista del capitalismo digital, que aumenta la hiperindividualización y fragmentación de las audiencias. Esto dificulta la implicación y participación política, así como la organización de movimientos sociales (Fenton y Barassi, 2011; Mancini, 2013). Finalmente, se reproduce una paradoja que ha acompañado a buena parte de las propuestas comunicativas, culturales y políticas con perspectiva transformadora en las últimas décadas. La necesidad de utilizar canales comerciales para alcanzar objetivos de difusión traduce los discursos contrahegemónicos en beneficios privados –en este caso para las principales plataformas digitales– más que en procesos de cambio social (Heath y Potter, 2004; Fisher, 2016).

Junto a esta tendencia hacia la mercantilización, en los últimos años las alianzas entre Estados y compañías digitales han contribuido al cierre progresivo del potencial transformador de Internet. La

neutralidad de la red (Wu, 2003), la libre circulación de información y la privacidad de los usuarios son aspectos centrales para conservar una esfera pública digital autónoma. Estos se encuentran amenazadas por: a) Las batallas legislativas en curso, que determinarán la tipología de la red en las próximas décadas (McChesney, 2014; Rovira, 2017) y b) Los casos de vigilancia y censura que se suceden en diferentes latitudes.

De este modo, el fin de la neutralidad de la red promovido por la Comisión Federal de Comunicaciones de EEUU supone un claro riesgo para un Internet distribuido, en el que los datos puedan circular en igualdad de condiciones sin importar su procedencia, contenido o destino. Estas medidas, aprobadas con la complicidad de las principales compañías de telecomunicaciones, suponen un marco favorable para que los gigantes de Internet afiancen su control sobre la red –pudiendo priorizar los contenidos que mayores beneficios les reporten y ralentizar o bloquear otros.

Las autoridades europeas aseguran que en el espacio comunitario se garantiza la neutralidad de la red. Sin embargo, desde 2015 opera una legislación que permite a los proveedores de Internet discriminar la velocidad de transmisión de datos bajo “servicios especializados” y ofrecer productos con “Zero-rating” –con los que las operadoras no cobran por los datos consumidos en determinadas plataformas⁵⁶–. A su vez, se contempla la posibilidad de prevenir la saturación de servidores

⁵⁶ Marta Peirano (27/10/2015). “Ganan las telecos. Europa vota contra la neutralidad de la red”. *eldiario.es* https://www.eldiario.es/tecnologia/Ganan-telecos-Europa-Neutralidad-Red_0_445506150.html (Recuperado 14/09/2018).

antes de que ocurran, “lo que abre la puerta a bloqueos y censura en casos de emergencia política” (Rovira, 2017: 31).

Otros casos de connivencia entre Estados y grandes teleoperadoras son aún más preocupantes. En 2013, las revelaciones de Snowden sobre el programa PRISM detallaban un sistema de espionaje masivo en el que intervinieron agencias de inteligencia de diferentes países –entre ellas el CNI– con la colaboración de las principales compañías digitales⁵⁷. Esta filtración destapó el caso más flagrante de violación sistemática de la privacidad individual en la era digital. A pesar de precipitar los debates sobre la importancia de generar marcos legislativos garantistas que defiendan la privacidad en la red, las acciones legales más destacadas se desarrollaron contra los *whistleblower* –o alertadores– que denunciaron el caso.

También en España podemos encontrar procesos de censura y cierre de la esfera pública digital. Por ejemplo, la persecución de *twitteros* y artistas aplicando la Ley Orgánica de protección de la seguridad ciudadana. O el cierre de páginas web en el marco de la crisis territorial con Cataluña. En este caso, la colaboración entre las autoridades estatales y las compañías de suministro de Internet se tradujo en el bloqueo de webs que daban soporte al independentismo y a la

⁵⁷ Entre otras Google, Apple, Facebook, Microsoft, Vodafone o Verizon. <https://www.theguardian.com/business/2013/aug/02/telecoms-bt-vodafone-cables-gchq> (recuperado: 14/09/2018). https://elpais.com/internacional/2013/08/23/actualidad/1377272049_738995.html (recuperado: 14/09/2018).

celebración del referéndum del 1 de octubre de 2017 (Moya Manzano y Coca Fraile, 2018)⁵⁸.

Estos procesos de monetización y monitorización del escenario digital por parte del mercado y del Estado, muestran cómo los procesos políticos en los escenarios digitales no son meramente simbólicos, sino que hemos de considerar la importancia de su dimensión material. De este modo, las prácticas comunicativas de cambio social se relacionan directamente con una cuestión más amplia: “qué horizonte tecnológico deseamos y cómo lo estamos construyendo” (Padilla, 2017). En este sentido, cobra cada vez más importancia la construcción de entornos tecnológicos apoyados en comunidades con soberanía sobre sus canales, infraestructuras y usos digitales. Se trata de un reto difícil pero cada vez más imprescindible, que pasa por diseñar y desarrollar un entorno digital que refuerce, no solo el uso del software libre y del código abierto, sino el tejido social y los modelos productivos apoyados en los principios de la economía social y solidaria (Hache, 2017). Se trata, por tanto, de un proceso complejo y colectivo en el que la alfabetización mediática crítica y las metodologías participativas juegan un papel fundamental para “revertir” (Villasante, 2012) los procesos de control y cierre de la esfera pública digital.

⁵⁸ Informe Qurium sobre el cierre de páginas web en Cataluña: <https://www.qurium.org/alerts/spain/blocking-techniques-catalunya/> (Recuperado: 14/09/2018). Informe de Open Observatory of Network Interference (OONI): <https://ooni.torproject.org/es/post/internet-censorship-catalonia-independence-referendum/>

2. CONCLUSIONS

As we pointed out during the discussion, in our analysis of the communicative process of the hybrid media systems we have taken into account the emergence of social mobilizations with a reactionary approach, as well as the dynamics of the political economy working in the digital scenarios. This has allowed us to qualify and limit the conclusions of our research, focused on the most innovating communicative practices - in terms of the democratization of the access to information and the commitment with social justice criteria - implemented in Spain in the post-15M context. As McChesney said, we consider that “there is immense and revolutionary potential implicit in the Internet” that seems, however, to be progressively disappearing (2014: 19). In this way, we have tried to detect the projects that have most radically experienced with the communicative opportunities opened by the digital technologies, in order to test their impact and viability, as well as their limits and challenges.

The conducted case studies show how the civil society was able to create its own communicative projects and to oversight the public authorities, as well as to build new ways of collaboration between the *mediactive* citizenship and the professional media.

Chapter 1 and 2, where the communicative projects arising on the 15M and *netartist* practices of the Enmedio Collective are analyzed, show how the digital environment upgraded the emergence of grassroots

communicative proposals. These enabled the social actors to create their own contents and discourses, naming the world in their own terms and claiming their agency as political and communicative subjects.

The projects deeply analyzed on these chapters - Toma la Tele and the Enmedio Collective - respond to different communicative strategies, but show common discursive elements. The results highlight, mainly, the effort of both proposals to visualize the capacities of the civil society to actively act in public affairs. In the case of the online TV news *Sí se puede* the people affected by mortgage problems are presented as individuals with political agency, implied in the collective struggle to guarantee the right to decent housing. In the Enmedio case, the capacity of the citizenship to carry out protest action against political and economical decisions -such as the rescue of Bankia- is revealed and enhanced.

At the same time, both cases show the interest on putting in the political sphere topics that, usually, remain as private affairs. In this way, the online TV news *Sí se puede*, is focused on highlighting the political responsibilities lying in the housing problematic, while the Enmedio Collective strives to show the collective implications - and thus the transformative potential - of the individual management of our economical resources.

These proposals are especially innovative as they go beyond the assistance-related and paternalist approach to develop communicative practices, promoting the responsibility and compromise of the citizenship. It's worth mentioning some discursive elements that have

served to enhance the engagement and the mobilization. These are: positive reinforcement, mainstreaming and pacifism. These frames are capable of fostering the cultural resonance in civil society, favoring their implication in political processes of social change.

In chapters 3 and 4 we have been able to approach the open collaboration processes between citizens and media, as well as between different newspapers. In this sense, the potentials that digital technologies imply to develop projects to oversight the power on a collaborative way are observed. Leaks' journalism –based on experiences like Wikileaks– is shown as the paradigmatic case of a journalism model that find in the collaborative process the resources to reinforce its role as watchdog of the power. The normative model of the Networked Fourth Estate (Benkler, 2011; Sampedro, 2014) was useful specially to analyze the impact of these processes both in the central public sphere and in the peripheral one (Sampedro, 2000).

In chapter 3 we could verify that the public central sphere, represented by the traditional press, shows scarce aperture toward the citizen leaks. However, official sources and their leaks find greater coverage, increasing their influence on the media agenda setting. This tendency confirmed some previous research that pointed to the hermeticism of the public central sphere towards the communication of denunciation and social change (Jerez, Sampedro y Baer, 2000), as well as the high degree of political parallelism of the press in Spain (Büchel et al., 2016; Kempen, 2007; Van Dalen et al., 2012; Vliegthart and Mena, 2014).

This closure of the public central sphere occurs specially in contexts close to the electoral periods, and it is intensified against those political options that challenge fundamental structures of the economical and political system. As a consequence, we witness the progressive polarization of the public debate. In addition, with this work we detect the emergence of territorialized public spheres in Spain –the Spanish State public sphere and the Catalan public sphere– which in the last months have aggravated their distancing. Against the closure of the public central sphere, recent works have highlighted that citizen leaks had greater impact in the digital public sphere (Sampedro, 2017). This, shows a greater degree of openness and innovation in relation to the communication and business models, which –for the moment– limits its political-partisan instrumentalization.

In chapter 4 we conducted a case study of *El Salto*, the journalistic project that is implementing the principles of the Networked Fourth Estate more radically in Spain. The digital technologies have made possible the development of the distributed and collaborative model that sustains the medium. Being a decentralized project, the digital scenario enhances the spaces for online discussion and coordination.

At the same time, these technologies have favored the emergence of collaborative projects such as Filtrala.org, where *El Salto* participated on its previous stage –like *Diagonal*–. Within the framework of Filtrala.org they covered leaks such as the *Papeles de la Castellana* together with *eldiario.es* and *La Marea*.

These results make us assess the potential of the digital public sphere for the development of communicative practices of social change. Experiences such as the ones we have analyzed show that from certain sectors communicative models that promote the involvement of citizens in social and political processes are already being implemented. Proposals that are using digital technologies to promote a dialogical, participatory and inclusive scenario that allows the redistribution of symbolic power, reprogramming dominant codes and stories, and recovering the role of the professionalized press as watchdog of power and as counter-power.

Despite the potential of these initiatives, it is necessary to mention their limitations in designing their own channels that dispute the concentration of the communicative flow in private platforms. Recent studies –where the theory of alternative media, radical democracy, and software converge– point out the commitment to develop alternative social networks that allow greater autonomy and privacy for users becomes important (Lovink y Rasch, 2013; Gehl, 2015).

As noted previously, the communicative practices of social change must be oriented to media with broad audiences to increase their efficiency and avoid (self)marginality. However, in order to promote medium-term technological and informational sovereignty and to overcome the plasticity of digital neoliberalism, it is necessary to strengthen channels, infrastructures and own resources in a community manner. It is, therefore, to assume that technological sovereignty is a process in which

"everything is not technology and technology is not everything" (Riemens, 2014: 7), since the fundamental thing is to consolidate communities based on cooperative and sustainable principles that can maintain an autonomous communicative environment.

In this way, the main challenges that appears in the horizon of communicative projects of social change are related to: a) ensure that the ongoing legislative processes contribute to design a legislative framework in which privacy and freedom of expression are guaranteed, as well as the principle of net neutrality. b) The ability to generate critical and active audiences, which translate their digital competences into collective projects that shield the Internet as a common and not as a space for commercialization and government control.

These ongoing processes will shape the look of our political cultures and our democracies in the coming decades.

3. LÍNEAS ABIERTAS DE INVESTIGACIÓN

Como hemos podido observar durante esta tesis, las prácticas comunicativas de cambio social en los sistemas mediáticos híbridos son un objeto de estudio complejo y en constante mutación. La novedad de los escenarios digitales ha permitido, tanto a la sociedad civil movilizadora como a los proyectos periodísticos profesionalizados, desarrollar prácticas comunicativas transformadoras marcadas por su grado de innovación y autonomía. Sin embargo, siguen siendo muchos los

interrogantes a la hora de comprender las profundas transformaciones de los escenarios comunicativos y las vías para desarrollar en ellos proyectos de cambio social.

La consolidación de ciertas instituciones y prácticas digitales ha dado lugar a procesos de control y cierre de Internet. Esto genera nuevos retos para la sociedad civil y para el ejercicio periodístico en los actuales escenarios de hibridación mediática. Para tratar de dar continuidad al trabajo desarrollado durante esta tesis, y a fin de continuar profundizando en la comprensión de las transformaciones en curso en el ámbito comunicativo, consideramos necesarios nuevos análisis que nos permitan:

a) Ampliar el estudio de los medios profesionalizados surgidos en el escenario digital en los últimos años. Para ello resulta especialmente relevante analizar, de manera comparativa y diacrónica, la diversidad de propuestas que operan actualmente y la viabilidad de las mismas. Esto nos permitirá testar las potencialidades y limitaciones que presentan cada una de ellas teniendo en cuenta sus modelos de negocio, sus modelos organizativos, su escala y autonomía, su línea editorial, su capacidad de incidencia, etc. Teniendo en cuenta el marco conceptual de referencia, que nos permite evaluar la capacidad de los proyectos comunicativos para avanzar hacia la construcción de culturas de paz, podremos valorar de manera más completa el rol de estos medios en el desarrollo de una esfera pública dialógica, plural y distribuida.

Esta línea de análisis habría de tener en cuenta, por una parte, las vías de colaboración abiertas entre medios profesionalizados y ciudadanía *mediactiva* (Gillmor, 2010), ya que estas prácticas aparecen como una posibilidad para desarrollar un periodismo vigilante y de servicio público, que fiscalice de manera mancomunada el ejercicio del poder. Por otra, los medios digitales surgidos en los últimos años que, lejos de innovar en temas y enfoques, están reproduciendo un modelo comunicativo marcado por el paralelismo político y por un modelo de negocio caracterizado por la mercantilización informativa. De esta forma, podremos trazar una imagen más completa del estado de la comunicación profesionalizada en los sistemas mediáticos híbridos y podremos valorar la proyección de las prácticas comunicativas de cambio social en dicho contexto.

Desde el proyecto “Mapeo y caracterización de medios periodísticos alternativos de carácter online en España” –que dirige Álex Iván Arévalo– ya nos encontramos trabajando actualmente en esta línea de investigación.

b) Al igual que los proyectos periodísticos profesionalizados exigen un análisis más completo, las prácticas *netartistas* se presentan como una vía de participación ciudadana y un campo de investigación poco explorado. Trabajos como los de Duncombe (2007) sirvieron para destacar la importancia de generar, desde los discursos creativos, una “imaginación moral” (Lederach, 2005) o una “imaginación radical” (Khasnabish y Haiven, 2014). Más allá de lo discursivo, la propuesta teórica del Espectáculo Ético puso atención en el propio proceso

comunicativo y planteó fórmulas para (re)programar la comunicación basada en el espectáculo superando lo persuasivo y lo mercantil. En los escenarios digitales han proliferado propuestas *netartistas* que se han apoyado en nuevos formatos –especialmente audiovisuales– para escalar en visibilidad y alcance los discursos de cambio social. Un análisis más amplio, de carácter comparativo, de diferentes propuestas *netartistas* serviría para determinar fórmulas para que estos modelos comunicativos mantengan su potencial transformador –sorteando los procesos que habitualmente los fagocitan y evitando la “interpasividad” (Pfaller, 2017) por la que asistimos desde la distancia, sin implicación y sin participación, a discursos de denuncia.

De este modo, parece necesario continuar con el análisis de estas experiencias a fin de valorar cómo su potencial discursivo puede traducirse en procesos políticos de transformación e implicación ciudadana.

c) Por último, los resultados de investigación de esta tesis evidencian la importancia de desarrollar programas de alfabetización mediática y competencia digital crítica. Una apuesta pedagogía en este ámbito permitiría potenciar los proyectos comunicativos de cambio social y hacer frente a los dispositivos de control que, tanto los Estados como las principales compañías digitales, están desplegando en los sistemas mediáticos híbridos. Se trata de desarrollar una competencia digital que vaya más allá de la técnica, y que permita defender y fomentar principios y valores que garanticen modos de vida sostenibles e igualitarios. En este

sentido, la soberanía tecnológica aparece como un horizonte de acción al que aproximarse, entendiéndola como un proceso colectivo en el que las comunidades mantienen el control de las tecnologías a fin de implementar un uso autónomo y socialmente justo de las mismas.

En esta línea de investigación-acción nos encontramos trabajando actualmente en el marco de un proyecto emergente al que hemos denominado “Dietética Digital”. Los objetivos fundamentales de este proyecto pasan por traducir nuestros principales resultados de investigación en materiales didácticos que puedan servir para la formación y el debate sobre tecnología desde una perspectiva de cambio social. Este proyecto ha realizado, en los últimos meses, diferentes encuentros y talleres que han fomentado la transferencia del conocimiento generado durante nuestras investigaciones al ámbito de la educación secundaria y de otros foros ciudadanos de discusión. Actualmente, nos encontramos consolidando un nuevo proyecto de investigación en colaboración con grupos procedentes de áreas como la educación o la educación social.

En definitiva, implementar nuevos trabajos siguiendo estas líneas abiertas de investigación contribuirá a avanzar en el conocimiento de los complejos ecosistemas mediáticos que las tecnologías digitales, y su hibridación con la comunicación analógica y tradicional, han generado.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, C. W., Bell, E., y Shirky, C. (2014). *Post Industrial Journalism. Adapting to Present*. New York: Tow Center for Digital Journalism. Columbia University.
- Arévalo Salinas, A. I. (2014). “El movimiento social 15M de España y la promoción de la protesta a través de sus vídeos en Youtube”. *Historia y Comunicación Social*. 19: 153-163.
- Austin, J. L. (1976). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
- Barassi, V. y Treré, E. (2012). “Does Web 3.0 come after Web 2.0? Deconstructing theoretical assumptions through practice”. *New media & society*. 14(8): 1269-1285
- Barranquero, A. (2009). “The state of the art in citizens’ communication for social change in Spain”. *Development in Practice*. 19(4-5), 643-653.
- Barranquero-Carretero, A. y Sáez-Baeza, C. (2015). “Comunicación y Buen Vivir. La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social”. *Palabra Clave*. 18(1): 41-82.
- Benford, R. D. y Snow, D. A. (2000). “Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*. 26(1): 611-639.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press.
- Benkler, Y. (2011). “A free irresponsible press: Wikileaks and the battle over the soul of the networked fourth estate”. *Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review*. 46: 311-397.

- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001). *Contrafuegos 2. Por un movimiento social europeo*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. y Passeron, J. C. (1979). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona: Editorial Laia.
- Boyd, A. y Oswald Mitchell, D. (Eds.) (2012). *Beautiful Trouble. A toolbox for Revolution*. Nueva York y Londres: OR Books. 2012.
- Büchel, F., Edda, H., Castro-Herrero, L., et al. (2016). "Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems". *International Journal of Press/Politics*. 21(2): 209-232.
- Burkhardt, S. (2006). *Medienskandale: Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse*. Köln: Herbert von Halem.
- Bustamante, E. (Coord.) (2002). *Comunicación y cultura en la era digital: Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Calle Collado, A. (2005). *Nuevos movimientos globales. Hacia la radicalidad democrática*. Madrid: Editorial Popular.
- Calle Collado, A. (2013). *La transición inaplazable. Salir de la crisis desde los nuevos sujetos políticos*. Barcelona: Icaria Antrazyt.
- Canning, D. y Reinsborough, P. (2010). *Re: Imagining change: How to use story-based strategy to win campaigns, build movements, and change the world*. Oakland, CA: PM Press.

- Carr, N. (2010). *The shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton & Company.
- Castells, M (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2017). *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castillo Mateu, L. (2015). “Yo narro, luego Yo decido. El tren de la libertad”. En Nos Aldás et al. (ed.). *#Comunicambio. Comunicación y sociedad civil para el cambio social*. Madrid: Fragua.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system. Politics and power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chaparro, M. (2009). “Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios, perspectivas de la comunicación”. *Perspectivas de la Comunicación*. 2(1): 146-158.
- Chaparro, M. (2013). “La comunicación del desarrollo. Construcción de un imaginario perverso”. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*. 94: 31-42.
- Chaparro, M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Madrid: Fragua.
- Claramonte, J. (2017). *Estética Modal. Libro I*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Contreras, A. (2014). *Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el buen vivir*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Coopman, T. M. (2009). Toward a pervasive communication environment perspective. *First Monday*. 14(1-5). Recuperado de: <http://firstmonday.org/article/view/2277/2069>

- Couldry, N. (2002). "Mediation and alternative media, or relocating the centre of media and communication studies". *Media International Australia*. 103(1): 24-31.
- Couldry, N. (2004). "Theorising media as practice". *Social Semiotics*. 14(2): 115-132
- Couldry, N. y Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality*. New Jersey: Wiley.
- Curran, J. (2010). *Media and society*. Londres: Bloomsbury Academy.
- Curran, J., Fenton, N. y Freedman, D. (2012). *Misunderstanding the Internet*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Dean, J. (2003). "Why the Net is not a Public Sphere". *Constellations*. 10(1): 95-112.
- Debord, G. y Wolman, G. J. (1956). "Mode d'emploi du détournement". *Les Livres Nues*. 8.
- Dery, M. (1993). *Culture jamming: Hacking, slashing and sniping in the empire of signs*. Westfield: Open Magazine Pamphlet Series.
- Díaz Bordenave, J. (1978). "Aspectos políticos e implicaciones políticas de la comunicación participatoria". En *Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria*. Quito: CIESPAL.
- Duncombe, S. (2007). *Dream: Re-imagining Progressive Politics in an Age of Fantasy*. New York: The New Press.
- Eco, U. (1987). *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen.
- Entman, R. M. (1993). "Framing: Towards clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*. 43(4): 51-58.
- Erro Sala, J. y Burgui, T. (2010) *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*. Pamplona: Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía.

- Farné, A. (2015). *Communication for social change and digital activism: Online discourses of United for Global Change* (Tesis Doctoral). Castellón: Universitat Jaume I.
- Fenton, N. y Barassi, V. (2011). "Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation". *The Communication Review*. 14(3): 179-196.
- Feyerabend, P. (1986). *Tratado contra el método. Esquema de una teoría anarquista del conocimiento*. Madrid: Tecnos.
- Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?* Buenos Aires: Caja Negra.
- Foucault, M. (1979). *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Fuchs, C. (2010). "Alternative Media as Critical Media". *European Journal of Social Theory*. 13(2). 173-192.
- Fuchs, C. (2014). "Social Media and the Public Sphere". *Triple C*. 12(1): 57-101.
- Fuchs, C. y Sandoval, M. (2015). "The political economy of capitalist and alternative social media". En Atton, C. (ed.). *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*. Abingdon: Routledge.
- Fuller, M. (2005). *Media ecologies: Materialist energies in art and technoculture*. Massachusetts: MIT Press.
- Galtung, J. (1969). "Violence, Peace and Peace Research". *Journal of Peace Research*. 6(3): 167-191.
- Galtung, J. (1990). "Cultural Violence". *Journal of Peace Research*. 27(3): 291-305.
- Galtung, J. (1996). *Peace by Peaceful Means*. Londres: Sage Publications

- Galtung, J. (2003). *Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización*. Gernika: Bakeaz-Gernika Gogoratuz
- Garcés, M. (2017). *Nueva ilustración radical*. Barcelona: Anagrama.
- García López, M. (2012). “Repensar la comunicación para la paz y la solidaridad desde lo participativo. Claves y propuestas”. *Razón y palabra*. 81.
- García López, M. y Simancas González, E. (2016). “La lucha está en el relato: Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social”. *Cultura, lenguaje y representación*. 15: 139-151.
- Gehl, R. (2013). “What’s on your mind? Social media monopolies and noopower”. *First Monday*. 18(3).
- Gehl, R. (2015). “The Case for Alternative Social Media”. *Social Media + Society*. 1(2): 1-12.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. Morrisville: Lulu.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel*. México D. F: Ediciones Era.
- Gumucio, A. y Tufte, T. (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el cambio social.
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid: Trotta.
- Hache, A. (2017). “Soberanía tecnológica para volver a querer las máquinas”. En Spideralex (ed.) *Dossier Ritimo. Soberanía tecnológica vol. 2*. Recuperado de: <https://www.ritimo.org/La-Souverainete-Technologique-Volume2>

- Han, B. C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder editorial.
- Heath, J. y Potter, A. (2004). *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Madrid: Taurus.
- Himanen, P. (2001). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Illescas, J. E. (2015). *La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados*. Barcelona: El Viejo Topo.
- Iranzo, A. y Farné, A. (2013). “El discurso de regeneración democrática del 15M y su interpretación por la prensa española”. En Zallo Elguezabal, R. y Casero Ripollés, A. (Eds.). *Comunicación y regeneración democrática. Actas del IV Congreso Nacional ULEPICC España*. Universitat Jaume I.
- Jerez, A., Sampedro, V. y Baer, A. (2000). *Medios de comunicación, consumo informativo y actitudes políticas en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Karpf, D. (2012). “Social Science Research Methods in Internet Time”. *Information, Communication & Society*. 15(5): 639-661.
- Keane, J. (2009). *The Life and Death of Democracy*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Kempen, H. (2007). “Media-party parallelism and its effects: A cross-national comparative study”. *Political Communication*. 24(3): 303-320.
- Khasnabish, A y Haiven, M. (2014). *The Radical Imagination: Social Movement Research in the Age of Austerity*. Londres: Zed Books.
- Kierkegaard, S. (1962). *The present age*. London: Fontana.
- Lederach, J. P. (2005). *The Moral Imagination. The Art and Soul of Building Peace*. Oxford: Oxford University Press.

- Lovink, G. y Rasch, M. (ed.) (2013). *Unlike us reader. Social media monopolies and their alternatives*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. Recuperado de: www.networkcultures.org/publications/inc-readers
- MacBride S. et al. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Mancini, P. (2013). "Media fragmentation, party system, and democracy". *International Journal of Press/Politics*. 18(1): 43-60.
- Marí Sáez, V. (2013). "Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo". *Commons: Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*. 2(2): 40-64.
- Martín-Barbero, J. L. (1992). "Modernidad, posmodernidad, modernidades. Discursos sobre la crisis y la diferencia". *Praxis Filosófica*. 2: 37- 60.
- Martín-Barbero, J. L. (2002). "Identities: Traditions and new communities. *Media, Culture and Society*. 24(5): 621-641.
- Martínez-Guzmán, V. (2001). *Filosofía para hacer las paces*. Barcelona: Icaria.
- Martínez-Guzmán, V. (2005). *Podemos hacer las paces*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado*. Barcelona: Paidós.
- Matthes, J. and Kohring, M. (2008). "The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity". *Journal of Communication*. 58(2): 258-279.
- Mattoni, A. (2012). *Media practices and protest politics: How precarious workers mobilise*. Farnham: Ashgate.

- McChesney, R. W. (2014). *Digital Disconnect. How Capitalism Is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The new press.
- McCurdy, P. (2011). "Theorizing activists' 'lay theories of media': A case study of the Dissent! network at the 2005 G8 Summit. *International Journal of Communication*. 5: 619-638.
- Mejía, M. R. (2012). *Sistematización (Una forma de investigar las prácticas de producción de saberes y conocimientos)*. La Paz: Lionel Magne.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes: collective action in the information age*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Moya Manzano, P. y Coca Fraile, J. (2018). *Estados vs. Hackers: El cierre de la Esfera Pública digital y el proceso en Cataluña* (Trabajo de Fin de Grado). Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Nos Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria.
- Nos Aldás, E. y Farné, A. (2015). "Videoactivismo digital como comunicación para el cambio social pacífico: estrategias narrativas y discursos sociales en United for Global Change". En Sierra Caballero, F. y Montero Sánchez, D. (Eds.). *Videoactivismo, cultura y participación. Teoría y praxis del cambio social en la era de las redes*. Barcelona: Gedisa.
- Nos Aldás, E., Arévalo Salinas, A. I. y Farné, A. (2015). *#Comunicambio. Comunicación y sociedad civil para el cambio social*. Madrid: Fragua.
- Nos Aldás, E., Iranzo, A., y Farné, A. (2012). "La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. 17: 209-237.
- Nos Aldás, E., Seguí-Cosme, S., e Iranzo, A. (2015). "Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico desde los

criterios de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia cultural en el caso de la PAH”. En Chaparro, M. (Ed.): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: Fragua-COMandalucía y Asociación para la Investigación en Comunicación (Imedeia).

Nyhan, B. (2014). “Scandal potential: How political context and news congestion affect the president’s vulnerability to media scandal”. *British Journal of Political Science*. 45(2): 435-466.

Padilla, M. (2017). “Soberanía tecnológica. ¿De qué estamos hablando?”. En Spideralex (ed.) *Dossier Ritimo. Soberanía tecnológica vol. 2*. Recuperado de: <https://www.ritimo.org/La-Souverainete-Technologique-Volume2>

Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.

Peruzzotti, E. (2006). “La política de accountability social en América Latina” [Politics of social accountability in Latin America]. In: Vera, E. I. and Olvera, A. J. (eds.). *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social*, pp. 245-264. Veracruz: Universidad de Veracruz.

Pfaller, R. (2017). *Interpassivity: The Aesthetics of Delegated Enjoyment*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Phillips, A. (1995). *The politics of presence*. Oxford: Oxford University Press.

Ramonet, I. (2016). *El imperio de la vigilancia*. Madrid: Clave Intelectual.

Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.

Reguera, M. (2017). *El triunfo de Trump. Claves sobre la nueva extrema derecha norteamericana*. Madrid: Postmetrópolis Editorial.

- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- Riemens, P. (2014). “La Soberanía Tecnológica, una necesidad, un desafío”. En Alex Haché (ed.). *Dossier Ritimo. Soberanía tecnológica vol. 1*. Recuperado de: <https://www.ritimo.org/La-Souverainete-technologique>
- Rodríguez Prieto, R. y Martínez Cabezudo, F. (2016). *Poder e Internet. Un análisis crítico de la red*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Rodríguez, C. (2011). “Citizens' Media”. En Downing, J. D. H. (ed.). *The Encyclopedia of Social Movement Media*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Rosanvallon, P. (2007). *La contrademocracia. Política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de internet*. Barcelona: Icaria.
- Sádaba, I. (2012). “Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y metodológicos”. *ARBOR. Ciencia, pensamiento y cultura*. 188(756): 781-794.
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.
- Sampedro, V. (2009). “Conspiración y pseudocracia. O la esfera pública a cinco años del colapso del 11-M”. *Viento Sur*. nº103: 60-68.
- Sampedro, V. (2014). *El Cuarto Poder en Red: por un periodismo de (código) libre*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. (2018). *Dietética Digital. Para adelgazar al Gran Hermano*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. (ed.) (2017). *Filtraciones ciudadanas. Periodismo de investigación mancomunado*. Recuperado de:

http://cccd.es/wp/wp-content/uploads/2017/02/Prototipos_II.pdf Madrid: Ediciones CCCD.

- Sampedro, V. y Martínez Avidad, M. (2018). "The Digital Public Sphere: an Alternative and Counterhegemonic Space. The case of Spain". *International Journal of Communication*. 12: 23-44.
- Sánchez-Duarte, J.M., Bolaños, M.V., Magallón, R., y Anderica, V. (2015): "El papel de las tecnologías cívicas en la redefinición de la esfera pública". *Historia y Comunicación Social*. 20(2): 193-209.
- Serrano, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid: Ediciones Foca.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive Surplus: Creativity and generosity in a connected age*. New York: Penguin Press.
- Shiva, V. (2001). *Biopiratería: el saqueo de la naturaleza y del conocimiento*. Barcelona: Icaria.
- Smith, M. (2008). "International non-governmental development organizations and their Northern constituencies: development education, dialogue and democracy". *Journal of Global Ethics*. 4(1): 5-18.
- Striphas, T. (2015). "Algorithmic culture". *European Journal of Cultural Studies*. 18(4-5): 395-412.
- Terranova, T. (2000). "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy". *Social Text*. 18(2): 33-58.
- Tocqueville, A. de (1994). *Democracy in America*. London: David Campbell.
- Toret, J. et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. IN3 Working Paper Series*. Barcelona: UOC.

- Tormey, S. (2015). *The end of representative politics*. New York: Wiley.
- Treré, E. (2012). "Social movements as information ecologies: Exploring the coevolution of multiple internet technologies for activism". *International Journal of Communication*. 6: 2359-2377.
- Treré, E. y Mattoni, A. (2015). "Media ecologies and protest movements: main perspectives and key lessons". *Information, Communication & Society*. 19(3). 290-306.
- Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Barcelona: Icaria.
- Van Dalen, A.; De Vreese, C. H. y Albæk, E. (2012). "Different roles, different content? A four-country comparison of the role conceptions and reporting style of political journalists". *Journalism*. 13(7): 903-922.
- Villasante, T. (2012). "Nuevas metodologías participativas en acción". En Villasante, T. R. et al. (ed.). *Construyendo democracias y metodologías participativas desde el Sur*, pp. 261-278. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Vliegenthart, R. and Mena, M. N. (2014). "How political and media system characteristics moderate interactions between newspapers and parliaments: Economic crisis attention in Spain and the Netherlands". *International Journal of Press/Politics*. 19(3): 318-339.
- Wilkins, K. G. (2014). "Advocacy communication". En Wilkins, K. G., Th. Tufte y Obregon, R. (Eds). *The Handbook of Development Communication and Social Change*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Williams, R. (1976). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.

- Winner, L. (2008). *La ballena y el reactor. Una búsqueda de los límites en la era de la alta tecnología*. Barcelona: Gedisa.
- Wu, T. (2003). "Network Neutrality, Broadband Discrimination". *Journal of Telecommunications and High Technology Law*. 2: 141-179.
- Žižek, S. (2009). *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Esta tesis analiza el estado actual de la comunicación para el cambio social en los sistemas mediáticos híbridos. Especialmente se centra en el caso español, donde el 15M aparece como punto de inflexión para el sistema político y mediático, generando un proceso de innovación y experimentación en las prácticas comunicativas de cambio social.

Concretamente, se han realizado cuatro estudios de caso. Dos centrados en las propuestas comunicativas surgidas desde la sociedad civil movilizadora, y otras dos que analizan las vías de colaboración abiertas entre ciudadanía y periodismo profesionalizado. De esta forma, analizamos el informativo *Sí se puede* –realizado por *Toma la tele*–, la campaña Fiesta Cierra-Bankia –del colectivo Enmedio–, el impacto de las filtraciones ciudadanas en la esfera pública central española –con el análisis de la cobertura recibida por la Lista Falciani y los casos Monedero y Pujol–, y la propuesta de *El Salto* como medio de comunicación distribuido y colaborativo.

Nos centramos en analizar el papel que las tecnologías digitales están jugando en estas propuestas comunicativas, pero teniendo en cuenta el contexto político y cultural en el que se desarrollan. De esta forma, tratamos de operacionalizar el universo complejo de las prácticas comunicativas de cambio social con el objetivo de comprobar el potencial transformador de los sistemas mediáticos híbridos, así como sus principales límites.

En las conclusiones se discuten las oportunidades, los límites, las contradicciones y los retos que encuentran estas prácticas comunicativas de cambio social en su defensa de la soberanía tecnológica y de la autonomía de la esfera pública digital.