



«TE QUEDAN DOS TELEDIARIOS»

MOVIMIENTOS CIUDADANOS, REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA ACCIÓN POLÍTICA

Antoni Gutiérrez-Rubí

Asesor de comunicación y consultor político

Resumen

En este artículo se reflexiona sobre los profundos cambios que se están produciendo en el protagonismo político en la sociedad digital. Tres crisis simultáneas: la económica y social, con sus consecuencias desgarradoras. La política institucional, con el descrédito de la política formal y representativa, agudizada por la devastadora corrupción. Y, finalmente, la crisis mediática, con la alteración profunda de las reglas del juego entre espectadores y productores, lectores y emisores, audiencias y protagonistas. Tres crisis simultáneas (la crisis de la producción, de la representación y de la intermediación) que se ven desbordadas por la globalización analógica y la revolución digital. Por los nuevos mapas y las nuevas redes. Todo ello está provocando una transformación del protagonismo político y de su acción transformadora o gestora.

Abstract

This article reflects on the far-reaching changes that are occurring in the role played by politics in the digital society. Three simultaneous crises: an economic and social one, with its heartrending consequences. An institutional political one, with the discrediting of formal and representative politics, made more acute by catastrophic corruption. And, finally, a media crisis, with a profound alteration of the rules of the game between viewers and producers, readers and broadcasters, audiences and leading figures. Three simultaneous crises (the production, representation and mediation crises) that are being overwhelmed by analogue globalisation and the digital revolution; by the new maps and networks. All this is causing a transformation of the role of politics and its transforming or management activity.

«The Washington Post vale menos que la cláusula de rescisión de contrato de Leonel Messi... ¿Qué pasa?».
Rosa María Calaf, periodista

«Incluso aunque el Titanic en 1912 hubiera llegado al puerto de Nueva York, estaba condenado. Nueve años antes los hermanos Wright patentaron su invento: el avión».
Artur Sulzberger, editor de The New York Times (Yuan, 2009)

1. Introducción

«Te quedan dos telediarios» fue una expresión totémica, muy utilizada durante la larga Transición (y que hoy sería extraña o rarísima para la mayoría de la población joven española), que era sinónimo de un urgente desenlace definitivo, ilustrado con las relaciones entre poder y *mass media*. Era la expresión de lo inevitable y breve, una versión mediática del «a vivir que son dos días». Lo reflejaba todo: el tiempo político era el tiempo mediático. El poder era catódico.

El resto era el desierto. O lo que era peor: la no existencia como actor político.

Esta aportación pretende reflexionar sobre los profundos cambios que se están produciendo en el protagonismo político en la sociedad digital. Tres crisis simultáneas: la económica y social, con sus consecuencias desgarradoras. La política institucional, con el descrédito de la política formal y representativa, agudizada por la devastadora corrupción. Y, finalmente, la crisis mediática, con la alteración profunda de las reglas del juego entre espectadores y productores, lectores y emisores, audiencias y protagonistas. Tres crisis simultáneas (la crisis de la producción, de la representación y de la intermediación) que se ven desbordadas por la globalización analógica y la revolución digital. Por los nuevos mapas y las nuevas redes. Todo ello está provocando una transformación del protagonismo político y de su acción transformadora o gestora.

2. El poder de los sin poder

La socióloga y profesora Saskia Sassen, Premio Príncipe de Asturias en Ciencias Sociales (2013), y una de las teóricas más importantes sobre el impacto de la globalización en la vida cotidiana y en las transformaciones urbanas, afirmaba en una entrevista¹ en ese mismo año:

«Es fundamental que los sin poder adquieran complejidad en su falta de poder. Yo digo que es allí donde está la posibilidad de hacer historia. La ciudad tiene la capacidad de generar redes entre los sin poder porque cuando hay una transformación urbana, el individuo pobre se vuelve multitud y se hace presente. Y la policía no puede saber quién integra la multitud. Puede haber obreros y profesionales, políticos, periodistas, inmigrantes y ciudadanos. En ese contexto, los inmigrantes irregulares y pobres no son 'pobrecitos' sino actores que participan en un proceso de transformación. No se trata del viejo modelo de protestar frente al poder y caer en la dialéctica de dueño y esclavo. Los indignados no buscaban únicamente que el poder los viera. Ellos hicieron una red».

Sassen intuye y elabora el advenimiento de un nuevo protagonismo político de los sin poder. Anteriormente residenciado, fundamentalmente, en la conquista legal de derechos («El cumplimiento de la Ley es el poder de los que no tienen poder», Paolo Flores d'Arcais) y en el protagonismo de sus instrumentos políticos de referencia: partidos y sindicatos. Pero el desgaste de la cultura representativa, así como el deterioro de prácticas y formas, asociado a la incapacidad política para embridar el desorden económico global e internacional (disfunción de escalas de actuación y escalas de los problemas) ha creado las condiciones, junto a la disrupción digital, de un nuevo fenómeno de protagonismo. El empoderamiento político activo frente a la delegación de representación pasiva. De las sedes a las redes. De los partidos a las mareas. De los militantes a los activistas.

¹ NAVARRETE (2013).

3. El poder de las redes

El pasado mes de mayo de 2014, en el ciclo de debate *Comunicació, Xarxes Digitals i Democràcia* de la Universitat Pompeu Fabra, en la sesión *Mitjans de comunicació i democràcia: més enllà de la videopolítica*, Gala Pin (@galapita) una de las portavoces de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) afirmó: «Existe una connivencia entre el poder político, el económico y el mediático». Y remató: «Ya no hay mecanismos formales para intervenir, para participar; hay una notable falta de mecanismos de control democrático». Su crítica era sistémica y al corazón.

Esta opinión, muy extendida entre los liderazgos políticos y sociales que han crecido en el activismo junto a (y con) sectores de la población que han padecido –especialmente– la cara más dura (y cruel) de la crisis, se ha consolidado. La crítica y denuncia a este modelo («hablan de sus temas, para ellos y en sus medios») ha enmarcado la perspectiva constituyente de muchos de los nuevos movimientos que, tras el 15-M, han aflorado en la sociedad española. La prensa sería, en este contexto, cómplice –y culpable– de una endogamia política e institucional incapaz de reformarse y relegitimarse. La seguridad de que las nuevas políticas (radicalmente diferentes, constituyentes, afirman sus principales voces) solo serán posibles con nueva política (prácticas, modelos y estilos) y nuevos medios de comunicación (alternativos, horizontales, en red) se ha convertido en convicción profunda. No hay dudas. No hay margen para la reforma desde dentro, piensan.

Otras voces de referencia, como Javier Toret (@toret), investigador en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y miembro de DatAnalysis15M², sostiene que la tecnopolítica «se basa en el uso de identidades colectivas para la organización en red». En este sentido, los movimientos red son una nueva dinámica de autoorganización, suponen nuevos patrones de comportamiento, difieren de los tradicionales movimientos sociales. Cuando explota un movimiento red, «se sincroniza la mente colectiva». Estos particulares movimientos tienen un liderazgo que es temporal y distribuido y podrían ser las semillas de experiencias de una democracia de red más colaborativa.

Los movimientos red combinan red y plaza, y es esa retroalimentación la que los llevó al *mainstream*. Según algunas encuestas, ya no son marginales: el 17,9 % confiesa haber utilizado las redes para salir a la calle alguna vez y, por otro lado, el 15M en España contó con el apoyo o respaldo (que no participación) del 75 % de los encuestados. Algunas de las conclusiones del estudio que realiza DatAnalysis15M sobre el 15M, y en particular sobre las emociones en la conversación que existió en Twitter durante esos días, concluyeron que el *empoderamiento* y la *indignación* fueron las emociones dominantes. El tránsito sentir-pensar-hablar-actuar fue rápido y viral. Creando un ecosistema de emoción y acción compartida.

Joan Subirats (@subirats9), catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Barcelona y responsable del Programa de Doctorado en Políticas Públicas y, actualmente,

² <http://datanalysis15m.wordpress.com>.

una de las voces más consistentes de la iniciativa política *Guanyem* afirma que existe un factor transversal en esta nueva era digital: la desintermediación. Y la política no está exenta de este fenómeno. Según Subirats, los intermediarios han capturado las instituciones y representan solo a sus propios intereses. Así, la política institucional pasó a ser parte del problema, «si antes las instituciones eran instrumentos de transformación, ahora se han convertido en mecanismos de bloqueo».

Subirats explora tres dimensiones para pensar el papel de las redes en la política: la política *as usual* que simplemente incorpora las redes como un mero instrumento de comunicación. La política *de* Internet, los conflictos que surgen por las redes, siendo ejemplos la Ley Sinde, SOPA, etc. La política que se hace *desde* las redes y que busca cambiar las reglas del juego. Por ejemplo, el Partido X.

4. Crisis de la prensa (¿y del periodismo crítico?)

Francesc Pallarés, catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Pompeu Fabra, señala que los medios de comunicación tienen la función de erigirse como intermediarios entre la política y la ciudadanía. Asegura que nuestro capital cognitivo sobre la política está enormemente influenciado por los medios de comunicación, que condicionan los procesos políticos y configuran la agenda. Pero sus crisis de modelo de negocio (cautivo, pasivo, consumidor) rompe el monopolio de la intermediación y de su rol privilegiado en la construcción de la agenda pública. Pallarés lo sintetiza con simplicidad y profundidad a la vez:

«Las redes son revolucionarias y favorecen la articulación de procesos políticos [...] La revolución digital nos da la posibilidad de romper con los monopolios de la comunicación». En este nuevo escenario, la ciudadanía es la «garante de la democracia».

Una ciudadanía organizada que *cocrea* información y análisis. Consume y crea. Y que está resquebrajando las paredes impermeables del negocio de la información debido al compromiso de muchos periodistas, influenciados por el auge del periodismo ciudadano, las posibilidades del periodismo de datos, y por las nuevas voces alternativas. Como explica Víctor Sampedro en *El Cuarto Poder en red* (2014), los *hackers* que lideraron la innovación tecnológica están ahora liderando la transformación informativa. Aprenden haciendo y actúan como prototipo para otras iniciativas, situando *hackers* y periodistas trabajando en un mismo objetivo: democratizar y explicar la información. Se posibilita así el retorno a la esencia del periodismo:

«El viaje que proponen los hacktivistas es de ida y vuelta: el periodismo que viene es el que vuelve a sus orígenes. Hay que refundar los medios para que recobren sus fines. Porque se trata de eso: que retomen objetivos que dieron legitimidad democrática a esta profesión. Nada de lo aquí expuesto resulta fácil. La propuesta de WikiLeaks ofrece aristas criticables, pero, en su conjunto, representa el mayor prototipo de periodismo postindustrial desarrollado hasta el momento. La Prensa se integrará en el Cuarto Poder en

Red en la medida que cuente con actores como WikiLeaks, deudores de su legado. Ya existen experiencias e iniciativas que, a menor escala, han dado frutos importantes. Sus valores y prácticas, como veremos, aprovechan las vías que abrió el rompehielos australiano [...]. El periodismo ha de refundarse como bien común, con código abierto y libre. El resultado será un flujo de contrapoder mancomunado y colaborativo; mantenido por muchos actores, no todos periodistas».

5. Algunos retos (y dudas)

Hay voces que alertan, también, sobre las nuevas fracturas sociales, ya que el uso intensivo de las TIC en los procesos de producción genera oportunidades para emprendedores y capitales, pero también posibles debilidades para los sectores más vulnerables:

«En sus casi 30 años de existencia, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, han demostrado sobradamente su capacidad de descomponer y separar procesos productivos que antes solo se concebían si se desarrollaban en una misma planta, bajo una misma jerarquía y arropados en un mismo convenio colectivo. Y también, la capacidad de unir e integrar operaciones desarrolladas en la distancia. Lo que antes se concebía unido hoy se separa, las transacciones que eran internas son ya externas sin que, aparentemente, se pierda calidad o un sentido de la unidad de los procesos. Por eso, es imprescindible asumir que tanto la externalización como la deslocalización son consecuencia directa de esas TIC y su capacidad para anular los efectos de las distancias geográficas y revolucionar los procesos productivos».

Esta visión negativa (externalización y deslocalización) de la actividad productiva provocada por la revolución digital generaría, para esta corriente de pensamiento, un debilitamiento de los sectores más vulnerables y de sus instrumentos de defensa tradicional de actuación (partidos y sindicatos), que aparecerían como contrarios al desarrollo y la modernidad, en la defensa de un modelo de producción más regulado y local.

Por otra parte, otras voces autorizadas, como Evgeny Morozov (2014), nos alertan del incremento de las posiciones extremas en la Red y, también, de la paradoja de una equívoca percepción: ¿más libertad digital es más libertad de elección?:

«Es verdad que nuestro mundo se muestra mucho más plástico, interactivo e individualizado de como lo era hace cuatro décadas: hoy día esperamos un tratamiento personalizado, publicidad personalizada, entretenimiento personalizado. Y hay ahí mucho que celebrar. Pero hay también razones para preocuparse: si tuviéramos unas preferencias bien definidas y eternas, ese ajuste a nuestros deseos en tiempo real sería bienvenido. Pero no se trata de cómo somos, ni probablemente de cómo queremos ser: queremos preservar un espacio puramente experimental en el que podamos hacer nuestros propios planes de vida, reconsiderar nuestros valores, abandonar viejos proyectos y embarcarnos en otros nuevos».

Peligros a los que deberíamos añadir la privatización o dualidad de la realidad digital que amenazan, también, la neutralidad en la Red. En este sentido, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (FCC) de Estados Unidos aprobaba hace unos meses un plan que supondría

cobrar a las compañías para que, a cambio, estas puedan tener un acceso a la Red de más velocidad, priorizando sus datos. La decisión definitiva sobre su implementación probablemente se tome en las próximas semanas, aunque el debate sobre el concepto *neutralidad de la Red* hace tiempo que está activo. En Internet, en principio, todos los datos deberían ser tratados del mismo modo para que no haya discriminaciones y la petición de las empresas de telecomunicaciones para que se hagan algunas excepciones, por ejemplo para ofrecer una mayor rapidez y garantizar un nivel de calidad de transmisión de servicios médicos o de vídeos a cambio de una retribución, ha alimentado las discusiones al respecto.

6. Seis escenarios de futuro

1. Los medios de comunicación actúan, incluso sin querer, como forma de empoderamiento de los movimientos sociales y las redes sociales actúan como instrumento de contrapoder.

Bernardo Gutiérrez explica³ cómo el movimiento social de Brasil en 2013 no contó con el soporte inicial de los medios de comunicación y, finalmente, se produjo un efecto *boomerang* para los propios medios de comunicación y el Gobierno, porque, a través de las redes sociales, se propició una corriente de empoderamiento espectacular.

«Muchos medios, liderados por el *lobby* más conservador, intentaron definir los mensajes como anti-gobierno [...].

»Los medios de comunicación brasileños usaban hasta entonces la palabra ‘vándalo’ sistemáticamente para definir a los manifestantes [...]. Millones de ciudadanos comenzaron, todos a una, a autocalificarse como vándalos. Los vándalos empoderados se veían reflejados en el canal de YouTube *VândalosNews* [...]. El proceso fue muy similar al ocurrido en el surgimiento del *#DireniGezi* de Estambul. La represión policial en la plaza Taksim hizo brotar la indignación. Y cuando los medios llamaron a los manifestantes *chapullers* (vándalos), la indignación se transformó en empoderamiento».

2. Las TIC se convierten en el instrumento imprescindible para que las identidades colectivas se organicen en red.
3. Los medios de comunicación dejan de hacer su función y desvían la información sin escuchar qué se dice o se reclama en los movimientos sociales desde las redes sociales.

Rosa María Calaf, antigua corresponsal de RTVE, afirma en este sentido «que aunque se dice que los ciudadanos estamos informados, es justamente lo contrario». La sociedad, según ella, no se hace preguntas. Y, en gran parte, el periodismo actual no hace su función: «El periodismo es cada vez menos analítico; no se contextualiza, no se buscan causas, ni consecuencias». Según su opinión, el periodismo se centra en acontecimientos y no en procesos; los periodistas no profundizan, no contrastan y

³ GUTIÉRREZ (2013).

no explican, se han convertido en simples «lectores de comunicados». El periodismo hace que informa, pero lo que realmente hace es desviar la información.

Calaf, analizando las causas, cree que la vocación mercantilista de los medios y su relación con el poder económico son la clave: toda la prensa está en manos de los bancos. En esta misma línea, Vincenç Navarro, considera que el periodismo que debería erigirse como la *policía intelectual del sistema* democrático hoy se ha convertido en parte del problema: ya no tenemos medios de comunicación, sino «medios de persuasión».

4. El periodismo reacciona y construye nuevos medios, nuevos instrumentos. Modelos basados en la comunidad de lectores, a través de las redes sociales. Acuerdo⁴, por ejemplo, es un proyecto que nos aproxima a un nuevo concepto de periodismo. El lema de la iniciativa lo deja claro: «periodismo de calidad para lectores cabreados». Esta propuesta periodística ya destaca en su modelo de financiación: microfinanciación, a través de la plataforma Kickstarter. El modo de financiarse ya obliga a tener una conexión indispensable con sus lectores. En realidad, el nuevo periodismo debe articular una comunidad en torno a cada uno de los formatos que genere, porque, a través de ella, formulará sus contenidos, se financiará... Esta es la base de credibilidad: la comunidad de lectores.
5. Las redes sociales ofrecen una desintermediación entre los agentes y un estímulo para el interés general y la cultura del *bien común*. Los *nuevos* medios y ecosistemas de comunicación se erigen como intermediarios creíbles entre política y ciudadanía.
6. Las redes sociales son un espacio idóneo, con el apoyo de los medios de comunicación, para movilizar a los ciudadanos y legitimar la acción política y la democracia. Las TIC son el vehículo para la organización en red de las peticiones ciudadanas. También para buscar nuevas audiencias.

Según Luis Aguado, organizador de campañas en Change.org:

«Plataformas como Upworthy, Change.org o Nation-Builder también pueden contribuir a politizar a públicos que hasta ahora no habían estado interesados en la política. Ciudadanos que a lo mejor no podían participar en movimientos sociales por cuestiones geográficas, jóvenes cansados del bipartidismo, voluntarios dispuestos a trabajar en favor de una determinada causa... Todos ellos están ahora a un *clic* de convertirse en líderes e influir en sus comunidades y en la opinión pública a nivel local, nacional o incluso internacional».

En estas plataformas tecnológicas la comunidad de miembros es el epicentro. Puede que hasta la conceptualización de una nueva política participativa se conciba de la misma forma: como plataforma para la deliberación, con la participación de todos los agentes implicados (en el sentido más amplio).

⁴ <http://acuerdo.us>.

6. El ACTivismo y el ARTivismo como parte de la expresión de una nueva política (y de nuevas narrativas)

Los modelos y los actores tradicionales anclados en viejas fórmulas para la acción política no parecen encajar en la demanda de una ciudadanía organizada en red. Por un lado, Internet favorece la organización de la acción política desde la base ciudadana –a menudo– desde su vertiente más crítica. La creatividad, en este contexto, juega un factor decisivo para empoderar a los afines al movimiento. Por otro lado, las TIC desarrollan un papel clave en la forma de comunicarse de estos movimientos, utilizando recursos gráficos, visuales... con gran riqueza expresiva, y que se difunden con gran rapidez.

En definitiva, el uso de un lenguaje más rico permite un diálogo distinto entre ciudadanos que representan una nueva forma de entender el compromiso político y social, más allá de la oferta que incentivan los partidos políticos tradicionales.

La nueva y creativa plasticidad de recientes protestas sociales reclama más reflexión y atención. Hemos visto la renovada emergencia de la poesía política, la irrupción de los coros para la denuncia, el uso inteligente de datos y visualizaciones, o el simple uso del silbato o del grito como nuevas armas democráticas para la respuesta cívica y la denominada neopolítica. Nuevos registros visuales y presenciales a los que hay que añadir la ebullición del activismo en la Red. Cuando las calles hierven, las redes queman. En Turquía, una nueva forma de protesta, quedarse inmóvil, de pie, durante horas, encontró rápidamente ejemplos en otras partes del mundo. No es algo nuevo, en realidad, pero la Red, a través de su difusión exponencial, y de las imágenes e iconografías compartidas millones de veces, hace que esa acción sea hoy repetida como forma visual de protesta. La presión a los gobiernos y a los políticos no se hace «solo» en los Parlamentos, por parte de la oposición, sino a través de acciones de pequeños grupos e individuos en solitario, uno a uno, que consiguen presionar al Gobierno a través de la fuerza de la opinión pública. Sus acciones, grabadas en vídeo y difundidas en la Red, permiten su rápida viralización.

Una sociedad cansada de contenidos políticos triviales, como discursos o aburridos actos, encuentra en el ARTivismo una fuente de expresión distinta, rica en matices, que llama su atención y que consigue que ese acontecimiento o iniciativa –por muy minoritario que sea–, si es innovador, divertido o impactante... sea difundido exponencialmente.

El ARTivismo se basa muchas veces en el factor sorpresa para enfatizar su mensaje. Es el caso del bombardeo de ositos de peluche lanzados en el cielo de Minsk, en Bielorusia, con críticas al Gobierno; el de las grandes estatuas de hielo que se derretían, como forma de protestar por el cambio climático en diferentes cumbres internacionales de los últimos años; o el de las personas encerradas en grandes burbujas transparentes por las calles de Copenhague, para llamar la atención sobre la estigmatización de los enfermos de SIDA en Dinamarca.

Las protestas y manifestaciones sobre estos temas (cambio climático, críticas al Gobierno de turno, etc.) se han llevado a cabo durante años y en distintos países. Es ahora, con una gran creatividad y plasticidad, como han conseguido hacerse eco en la Red, lo que las ha llevado a ser mostradas por los grandes medios de comunicación. Una acción, que, vista y repetida miles de veces, hace que ese mensaje nos llegue con toda su fuerza.

La nueva política no se puede entender sin alguna de estas acciones, que se manifiestan a favor o en contra de un determinado gobierno y/o políticas. Es un elemento de reivindicación, pero también puede ser impulsado como una iniciativa de Gobierno (como la promovida por el alcalde de Tirana cuando se pintó todo un barrio de colores, haciendo de este un lugar más amigable, habitable y recorrido por los turistas).

La creatividad y la innovación son la base de la buena comunicación política. Estas son algunas hipótesis sobre el ARTivismo para la acción política:

1. El ARTivismo forma parte de la expresión de una nueva política que supera los actores y anclajes políticos tradicionales.
2. El ARTivismo busca sensibilizar a través del arte y la creatividad.
3. El ARTivismo debe vehicular una nueva mirada para la acción política a través del lenguaje plástico.
4. El ARTivismo sitúa al ciudadano «anónimo» como protagonista de la reivindicación.
5. El ARTivismo se beneficia de la sorpresa para enfatizar su mensaje.
6. El ARTivismo refuerza la acción conjunta intergeneracional.
7. El ARTivismo es un instrumento esencial para la reivindicación por parte de colectivos que se sienten marginados.
8. El ARTivismo crea su propio lenguaje como instrumento para la acción.
9. El ARTivismo tiene en el micromecenazgo una fórmula para su viabilidad económica porque ensalza el espíritu colaborativo que promueve la Sociedad Red.
10. El ARTivista utiliza el propio cuerpo como elemento para la reivindicación. A menudo, la colectivización del gesto refuerza el mensaje que conlleva.
11. El ARTivismo puede ser un instrumento de contrapoder político o en beneficio de la acción de gobierno.
12. El Artivismo es, también, una forma de recuperar el espacio público y de empoderar a los ciudadanos.

7. Un esbozo de conclusión

Las herramientas tecnológicas, como instrumento de la Sociedad Red, posibilitan a los ciudadanos⁵ una organización ágil y eficaz más allá de las fórmulas tradicionales. Sin duda, el actual escenario de crisis política ha acentuado la aceleración de estos movimientos sociales, que reorganizan la estructura de poder. Los ciudadanos organizados son capaces de influir en la agenda política y obligan a los medios de comunicación de masas a escuchar la voz de las calles. Hablamos de una nueva ciudadanía digital, de nuevos actores sociales que irrumpen en el panorama mediático y en la construcción de esta agenda pública con una inusitada fuerza, legitimidad y visibilidad... del fenómeno creciente de la política vigilada⁶.

La reconfiguración del conocimiento, la capacidad de empoderamiento de las multitudes y la superación del miedo gracias a la colectividad dotan a los movimientos sociales de una fuerza especial y mágica. Como afirmaba Manuel Castells, el sentido utópico de una democracia directa en red no es una tontería, tiene una fuerza transformadora y que hay que valorar con seriedad. Los movimientos sociales no son exclusivos de la Sociedad Red. Pero la Sociedad Red permite a estos movimientos configurarse desde lo local a lo global. En el caso del 15-M⁷, este sirvió para amplificar la energía de movimientos sociales existentes en torno a la necesidad de cambiar los procesos democráticos, la ley de la vivienda, mantener la neutralidad de la red, etc. De las casas a las causas. Del telediario, al «ahora nosotros damos las noticias». Del «sí se puede» al «Podemos» o «Ganemos» han pasado solo tres años. Un corto espacio de tiempo que parece una eternidad.

Referencias bibliográficas

CARABAÑA, C. (2013): «100 acciones urbanas en un día»; *Revista Yorokobu*. Disponible en <http://www.yorokobu.es/una-jornada-por-la-ciudadania>.

CASERO-RIPOLLÉS, A. (2010): «¿El despertar del público? comunicación política, ciudadanía y web 2.0»; en MARTÍN VICENTE, M. y ROTHBERG, D., eds.: *Meios de comunicação e cidadania*. Sao Paulo, Cultura Académica.

CASTELLS, M. (2012): *Redes de indignación y de esperanza*. Madrid, Alianza Editorial.

FERNÁNDEZ-SAVATER, A. (2013): Entrevista a Margarita Padilla: «Internet puede inspirar una nueva política a la altura de la complejidad de nuestro mundo»; *ElDiario.es* http://www.eldiario.es/interferencias/Internet-politica-complejidad_6_88951108.html.

⁵ GUTIÉRREZ-RUBÍ (2010).

⁶ GUTIÉRREZ-RUBÍ (2011).

⁷ Espacio 15M <http://www.gutierrez-rubi.es/espacio-15m>

- GUTIÉRREZ, B. (2013): «#BRevolução: La revolución simbólica de Brasil»; en *Revista El Molinillo de ACOF* (20 de junio). Disponible en http://elpais.com/elpais/2014/04/09/opinion/1397051613_416850.html.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2013): «La política móvil»; *El Periódico de Catalunya* (5 de octubre). Disponible en <http://www.gutierrez-rubi.es/2010/07/05/la-politica-movil>.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2011): *La política vigilada. La comunicación política en la era de WikiLeaks*. Barcelona, Editorial UOC.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2013): «Nuevos actores políticos para una nueva política»; *Revista Más Poder Local* (17: 'Comunicación política en procesos de cambio'). Disponible en <http://www.gutierrez-rubi.es/2013/07/26/nuevos-actores-politicos-para-una-nueva-politica>.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2013): «iPancartas y transpolítica»; en *El País. Blog Micropolítica*. Disponible en <http://www.gutierrez-rubi.es/2013/04/01/ipancartas-y-transpolitica>.
- KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2003): *Los elementos del periodismo*. Madrid, Aguilar.
- LIEVROUW, L. (2011): *Alternative and activist new media*. Cambridge, Polity Press.
- MICÓ, J. L. y CASERO-RIPOLLÉS, A. (2013): «Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain»; *Information, Communication and Society*; pp. 1-16.
- MOROZOV, E. (2014): «No vendamos nuestra auténtica humanidad»; en *El País* (2 de mayo). Disponible en http://elpais.com/elpais/2014/04/09/opinion/1397051613_416850.html.
- NAVARRETE, S. (2013): «El momento de los sin poder»; *Revista Arcadia* (18 de julio).
- PC WORLD (2012): «10 casos de activismo social en la que el Internet tuvo un papel clave»; Disponible en <http://www.pcworld.com.mx/Articulos/20942.htm>.
- SAMPEDRO, V. (2014): *El Cuarto Poder en red*. Barcelona, Icaria Editorial.
- SAMPEDRO, V. y SÁNCHEZ DUARTE, J. (2011): *Cibercampaña. Cauces y Diques para la Participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su Proyección Tecnopolítica*. Madrid, UCM.
- SUBIRATS, J. (2013): «Apuntes de nueva política»; en *El País*. Disponible en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/03/09/catalunya/1362852676_853066.html.
- TASCÓN, M. y QUINTANA, Y. (2012): *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid, Catarata.
- TORET, J., coord. (2013): *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona, Editorial UOC.