

LAS REDES SOCIALES Y LOS INDIGNADOS EN ESPAÑA

Dra. Noemí Morejón

noemimorejon@gmail.com

(Departamento Periodismo II, Universidad de Sevilla).

Resumen:

Durante los movimientos ciudadanos de 2011 las redes sociales jugaron un papel fundamental en la difusión y expansión de Los Indignados. A través de la Tecnopolítica denunciaron las injusticias económicas, políticas y sociales derivadas de la crisis. De ahí que este mecanismo informador y dinamizador se convierta en una seña de identidad para estos movimientos sociales y políticos que buscan el cambio global desde una aplicación local de sus demandas.

El objetivo de este trabajo de investigación es mostrar y analizar el recorrido que por las redes sociales llevaron a cabo los partícipes de dichos movimientos a escala nacional, para así entender el origen y desarrollo del 15M.

La metodología empleada se fundamenta en un estudio de sus páginas webs y redes sociales que, siguiendo el Análisis Crítico del Discurso (ACD) como escuela metodológica, pretenden clarificar cuáles fueron las estrategias comunicativas llevadas a cabo para conseguir la cohesión en un panorama globalizado, pero al mismo tiempo, muy heterogéneo.

Palabras claves: 15M, Indignados, redes sociales, comunicación.

1. Introducción:

El nacimiento de la web 2.0, que dará origen a la proliferación de las redes sociales, data del 11-S, momento en el que el ciudadano, condicionado por los atentados terroristas estadounidenses, pasó de ser un sujeto pasivo a un sujeto activo en la red. El término web 2.0 se utilizó por primera vez en el año 2004 cuando Tim O'Reilly, de O'Reilly Media Web, lo usó en una conferencia en la que hablaba del renacimiento y evolución de la web.

En aquel momento era constante la aparición de nuevas aplicaciones y sitios con sorprendentes funcionalidades, como explica Reig (2010: 275):

Es la red como plataforma, comprendidos todos los equipos conectados; las aplicaciones Web 2.0 son aquellas que hacen lo mejor con las ventajas intrínsecas de esa plataforma: entrega de software como un servicio de actualización continua que se mejora cuanto más gente lo usa, consume y mezcla datos de múltiples fuentes, incluidas las de usuarios individuales cuando ofrecen sus propios datos y servicios en una forma que permite sea mezclada.

En la web 2.0 podemos leer y escribir, crear blogs, hacer una búsqueda optimizada, crear tags, hacer una web colaborativa, favorecer el costo por clic e incorporar redes sociales como Google AdSense, Flickr, Napster y Wikipedia.

Las redes sociales, por su parte, han supuesto un cambio en el paradigma comunicativo: el internauta participa en la construcción y elaboración de los contenidos y, además, se presenta como una alternativa a los medios tradicionales. Ante todo, las redes sociales fomentan una comunicación participativa, cuyo reflejo hemos podido observar al calor de los movimientos sociales de 2011, que han supuesto la inmersión ciudadana en la esfera política y social, y por ende, en los asuntos de Estado tras la crisis económica.

2. Ciberturba y Tecnopolítica en tiempos de crisis.

La Política, consciente del potencial de la web 2.0, de los blogs y de las redes sociales, ha hecho de ellas un elemento imprescindible en las campañas electorales, quedando de manifiesto en las elecciones estadounidenses de 2008 con la campaña de Obama y en las elecciones generales de 2011 y las autonómicas de este 2012 en España.

Corrado y Firestone (1997) preveían cuatro posibles consecuencias de los nuevos medios en el proceso electoral: el fortalecimiento del vínculo de los ciudadanos con los candidatos, la mejora en la información política de los electores, la mayor accesibilidad y visibilidad de los candidatos con menos recursos en el proceso político y el incremento de las alternativas de los votantes y de la participación cívica; unas premisas que con los años parecen haberse hecho realidad.

Actualmente son muchos los mecanismos de comunicación estratégica que siguen los partidos políticos y ciudadanos ciberactivistas. Entre ellos es de vital importancia destacar la website del partido –recoge noticias multimedia con fotografía, vídeo y audio–, los foros, los mecanismos de descargas de documentos –programa electoral y sala de prensa, el acceso a otros blogs, redes sociales y foros, los links recomendados y los canales creados ex profeso para la campaña, la web personal o blog del candidato, los nanoblogs

como Twitter, las redes sociales como Facebook, Tuenti, LinkedIn y Ntevibes, los canales de televisión propios, el crowdsourcing, el ciberactivismo –plataformas para acercar a los simpatizantes a las acciones políticas-, las E- Campañas personales –campañas personales específicas sobre temas de actualidad por parte de simpatizantes y de militantes- y las aplicaciones en móviles y sms –adaptación de las webs a los dispositivos, la realización de campañas específicas para este soporte e incluso la elaboración de software que permita integrar de una manera más eficaz el crowdsourcing y el ciberactivismo-.

A través de todos estos mecanismos, que han despuntado en las últimas elecciones y que ya se supieron fomentar durante las elecciones catalanas del 28-N de 2010, los políticos tienen las herramientas adecuadas para acercarse de una manera más ágil a los ciudadanos, y en concreto, a los jóvenes. Pero a esta ventaja que ofrece la utilización de la web 2.0 y las redes sociales hay que añadir el descontento y la falta de credibilidad que tiene la Política desde el estallido de la crisis y que resta potencial a las redes sociales como canal de campaña electoral.

Pero lo que caracteriza fundamentalmente a Internet y a las herramientas que pone a disposición de los usuarios es su capacidad de sociabilidad, que permite la reagrupación online y que consideraremos base de las movilizaciones del 15 de mayo. Estamos ante lo que Castells (2001) denomina “sociabilidad online” y que define a continuación:

Lo más interesante es la idea de que son comunidades personales, comunidades de personas basadas en los intereses individuales y en las afinidades y valores de las personas. Es decir, en la medida en que se desarrollan en nuestras sociedades proyectos individuales, proyectos de dar sentido a la vida a partir de lo que yo soy y quiero ser, Internet permite esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano, tanto en el lugar de residencia como en el lugar de trabajo y genera, por tanto, redes de afinidades [...] La otra serie de estudios, como los realizados por Marcia Lipman, en Berkeley, que ha estudiado cientos de comunidades virtuales, señalan otro dato fundamental, y es que las comunidades virtuales son tanto más exitosas, cuanto más están ligadas a tareas, a hacer cosas o a perseguir intereses comunes juntos.

Ese poder que tiene Internet para motivar a las masas y perseguir intereses colectivos permite y explica el ciberactivismo y la proliferación de movimientos sociales online. Por un lado, tenemos la desconfianza en las instituciones y, sobre todo, en los sindicatos, y por otro, los valores y el carácter glocal –pensar global, actuar local-. La amplitud y difusión que puede ofrecer Internet y las redes sociales terminó por internacionalizar las protestas de Indignados el 15 de octubre de 2011. De Ugarte (2012) coincide en esta idea y puntualiza que dicha dimensión es consecuencia de la globalización también de las ideas a nivel mundial:

La importancia y amplitud de todos estos movimientos, que tienen además consecuencias no sólo locales, sino que modifican los equilibrios internacionales entre potencias cambiando el mapa del mundo, no pueden ser desdeñadas. Desde 2000 estamos viviendo una verdadera Primavera de las Redes, desde Serbia hasta Ucrania, desde Kirguistán hasta Bielorrusia, Kuwait, Egipto y el Mabreb. Se trata de un movimiento global en el que países con contextos muy diferentes, con trasfondos culturales y religiosos de todo tipo, desarrollan movimientos ciudadanos en red que convierten directamente a la ciudadanía en fiscalizadora de los procesos democráticos, denunciando fraudes electorales, corrupciones y excesos autoritarios de los gobernantes. La Primavera de las Redes es la materialización histórica concreta de la globalización de la democracia y las libertades.

Nuestro objetivo principal es presentar algunos datos y consideraciones que nos permitan comprender mejor el papel de las redes sociales en la conformación del Movimiento, así como explicar la difusión y el salto a la esfera pública offline.

Urrutia (2003) denominaba ciberturba a “las movilizaciones y encuentros callejeros masivos producto de un proceso deliberativo desarrollado previamente en la red virtual”. Según esta definición podríamos considerar al movimiento de Los Indignados como una ciberturba, aunque no la primera de nuestra historia reciente, ya que en 2001 en Filipinas, tuvo lugar el movimiento EDSAIL, también en el 2004 España inició una serie de manifestaciones espontáneas de protesta a raíz de los atentados del 11-M y en 2005 y 2007-2008 tuvieron lugar las revueltas francesas y el swarming griego, respectivamente. En definitiva, podríamos definir una ciberturba como la culminación en movilización en la calle de un número relevante de personas de un proceso de discusión social llevado a cabo por medios electrónicos de comunicación y publicación personales en el que se rompe la división entre ciberactivistas y movilizados.

Por todo esto podemos considerar el Movimiento 15-M como una ciberturba, como un caso de ciberactivismo político en el que las TIC's, y más concretamente las redes sociales, han sido imprescindibles a la hora de organizar y materializar físicamente sus protestas. Este Movimiento ha aprovechado Internet y las redes sociales para difuminar la brecha entre lo online y lo offline.

Sampedro Blanco y Sánchez Duarte (2011) afirman que todo el movimiento de Indignados es un movimiento organizado y orquestado desde un primer momento a través de las redes sociales:

El 15-M no es un suceso espontáneo, no está liderado por jóvenes ingenuos, ni manejado por nostálgicos. Los referentes de los acampados no eran las batallas en la clandestinidad, ni los héroes oficiales de la transición. El 15-M llegó a las plazas por la confluencia de redes de activistas sociales muy movilizados (al menos, el núcleo inicial) y otras redes más difusas (y extensas) generadas en ámbitos digitales.

Ferreras Rodríguez (2011) recalca también que el movimiento de Indignados es un claro caso de ciberactivismo político:

Podemos considerar el movimiento 15-M como un caso de ciberactivismo político en el que las TIC, y más concretamente las redes sociales, han sido fundamentales para organizar sus protestas y también para difundirlas. Sin embargo, al menos en España, su visibilidad nunca había estado tan presente fuera de Internet.

Otros autores como Alcazan, Arnaumontu, Axebra, Quodlibetar, Simona Levi, Sunotissima, Takethesquare y Toret (2012: 6) no explican el Movimiento 15-M como una ciberturba o un caso de ciberactivismo, por el contrario, hablan de “Tecnopolítica” como “capacidad colectiva de apropiación de herramientas digitales para la acción colectiva”.

Alcazan et al. (2012: 34) vuelven a profundizar en el asunto:

La tecnopolítica se fundamenta en los principios de la ética hacker y del movimiento por la cultura libre —basada en el libre acceso a la información, el derecho a compartir y la descentralización— aplicados a la acción colectiva. También se caracteriza por los principios de meritocracia positiva y colaboración, y la cultura OpenSource —de carácter abierto, recombinable, apropiable y que se pueda difundir libremente. Prácticas que constituyen parte de la esencia, metodología, y procedimientos del 15-M.

Por su parte, Toret (2013: 20) completa la definición y considera que

desde la perspectiva del sistema red, la tecnopolítica puede redesccribirse como la capacidad de las multitudes conectadas, de los cerebros y cuerpos conectados en red, para crear y automodular la acción colectiva. La tecnopolítica puede abarcar el ciberactivismo en tanto la acción colectiva se limita a la esfera digital, sin embargo, en un sentido pleno, la tecnopolítica es una capacidad colectiva de utilización de la red para inventar formas de acción que pueden darse o partir en la red pero que no acaban en ella. La tecnopolítica del 15M se ha manifestado como toma del espacio público físico, digital y mediático, capaz de orientar la acción distribuida en la ciudad tanto como en las redes.

En definitiva, la tecnopolítica, puede ser entendida como nuevas formas de:

- Organización y estructuración tecnológica del trabajo en común y distribuido del general intellect.
- Comunicación y difusión posmediática, en tanto que atraviesa los dispositivos del poder político y económico-financiero. En este sentido estaríamos hablando de la autocomunicación de masas en tiempo real, permitiendo así la autonarración colectiva del relato que estamos viviendo, y en definitiva la construcción de un imaginario común a partir de la velocidad infinita del afecto.
- Acción: smart swarming. A través del acceso a la red gracias a dispositivos móviles como los Smartphones, se potencia la capacidad de autoorganización de un enjambre móvil e inteligente para el lanzamiento de ataques coordinados, siendo los tiempos de preparación y reacción reducidos a su mínima expresión.

Como estos autores señalan, partiendo de una reapropiación de la política a la altura de los tiempos, el Movimiento 15-M ha demostrado la potencia de la cooperación en red como marco de apertura a nuevos horizontes políticos y colaborativos, desafiando los actuales sistemas de representación y apuntando a una posible revolución de la democracia de nuestros días. Laraña y Díez (2013) hablan de un empoderamiento de los ciudadanos a través de las redes sociales y las TICs, y Fabre Platas y Egea Jiménez (2013: 54) concretan aún más y confirman que el mayor logro del 15-M ha sido ese empoderamiento de las personas y su capacidad de creer que otro mundo es posible, ahí radica el éxito de Los Indignados.

La red se desenvuelve como un espacio común, un espacio cohabitado y compartido que permite la construcción de un imaginario, además de la autoorganización ciudadana. Al mismo tiempo, gracias a su carácter abierto, la red contribuye a fomentar la comunicación intersubjetiva entre singularidades hasta ahora aisladas y atomizadas, otorgando a cada individuo la capacidad de tener voz y voto. Esto, al mismo tiempo, otorga autonomía al ciudadano, gracias a la propia autonomía ofertada por Internet. Como explica Castells (2012: 218)

hay una conexión fundamental, más profunda, entre Internet y los movimientos sociales en red: comparten una cultura específica, la cultura de la autonomía, la matriz cultural fundamental de las sociedades contemporáneas.

Alcazan et al. (2012: 30) señalan también que las conexiones que permite la red, abiertas y entre iguales (p2p), generan nuevas capacidades de cooperación:

La inteligencia colectiva se multiplica en la medida que se multiplican las conexiones, y se mejora su uso. Todos estos aprendizajes producen nueva subjetividad, y en la medida que se producen como elementos de desafío, de insubordinación al orden establecido de las cosas, de construcción de nuevos espacios comunes, se incorporan como una actitud ético-analítico-política, sostenida por la propia red.

Rodríguez (2012: 276), por su parte, añade que tras la experiencia demostrada con el 15-M la organización en red no se centra solamente en el intercambio de experiencias, gustos o socialidad, sino también en “la construcción de un común que arranca de la indignación y de que «algo pasa». En esa mutación el intercambio privado se convierte de repente en discusión política”.

Toret (2013: 19) señala, además, que las redes no han servido únicamente para construir o coordinar la acción colectiva sino, sobre todo, “para tejer el sentido de la propia acción y para crear un impulso constituyente en un marco de acción, pensamiento y estructuración social”.

Por ende, tanto la tecnopolítica –la capacidad que tenemos con Internet de hacer política online- como la ciberturba –la materialización de esas movilizaciones online de manera offline- nos dejan de manifiesto que la red no sólo sirve como nexo de unión por afinidades, sino que también crea estados de ánimo. Los datos que circulan por la red a máxima velocidad no solo se dedican a comunicar la información que transportan, sino también transmiten afectos y sensaciones.

Castells (2012: 211-218) encuentra una serie de características que coinciden en los movimientos sociales en red, y a su vez, con el 15-M:

- Están conectados en red de diversas formas.
- Se convierten en movimiento al ocupar el espacio urbano.
- Son movimientos globales y locales a la vez.
- Han generado su propia forma de tiempo: el tiempo atemporal –viven el momento en cuanto a su experiencia y el futuro en cuanto a sus expectativas.
- Son espontáneos en su origen, desencadenados por lo general por una chispa de indignación.
- Son movimientos virales.
- Carecen de líderes.
- Son movimientos altamente autorreflexivos.
- Crean sentimiento de unidad, gracias a la horizontalidad de la red.
- Son movimientos no violentos.
- Son raramente programáticos,
- Tienen como objetivo cambiar los valores de la sociedad.
- Son muy políticos en un sentido fundamental.

Alba Muñoz (VV.AA., 2011b) incide en el libro Las voces del 15-M sobre la relación entre el Movimiento y las redes sociales. Afirma en su capítulo que los jóvenes estaban sumergidos en una especie de “síndrome Wikileaks” en el que lo saben todo y no puede hacer nada frente al sistema y a través de las redes sociales pudieron canalizar esa energía. Fueron muchos los mecanismos que Los Indignados pusieron en funcionamiento: la página web <http://madrilonia.org/> que contaba todo lo que ocurría en Sol, el canal Sol Tv, que retransmitía en imágenes lo acontecido en la plaza, y otras webs como:

- www.democraciarealya.es
- www.tomalaplaza.net
- www.spanishrevolution.es
- www.movimiento15M.org
- www.tomalosbarrios.net
- www.juventudsinfuturo.net
- www.nolesvotes.com
- [www.wikipedia.org/wiki/Movimiento de ndignados 15-M](http://www.wikipedia.org/wiki/Movimiento_de_indignados_15-M)
- www.bookcamp.cc

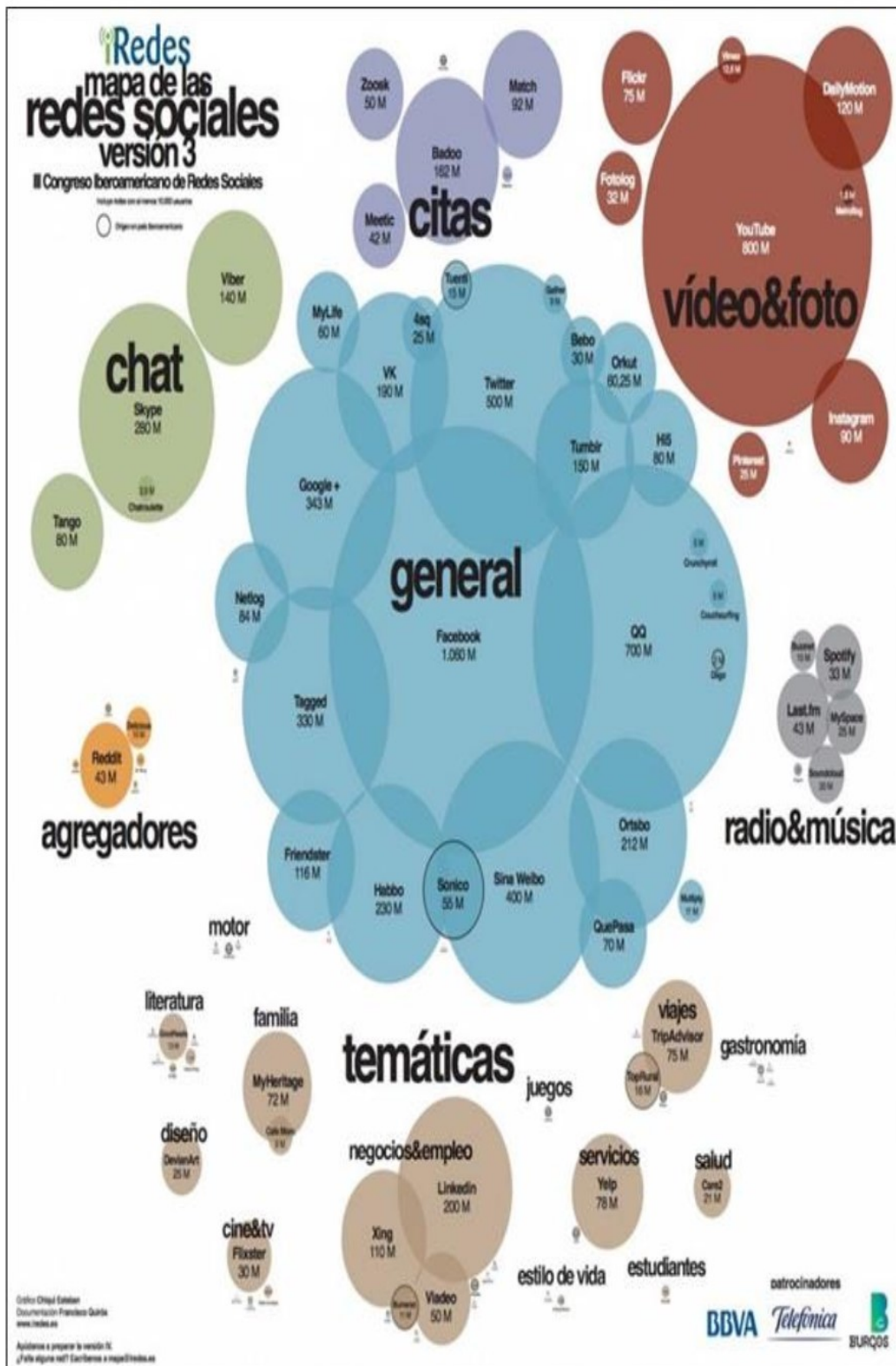
Las redes sociales y la web 2.0. iban un paso por delante de los medios de comunicación tradicionales, cuyos intereses empresariales impedían dar una información realista de la situación, como explica Muñoz en VV.AA (2011b: 20):

Al desprestigio de los grandes medios, que hace mucho que dejaron morir su función social y de contrapoder para rendirse a la rentabilidad y fichar como titulares en la apasionante liga de la política nacional, se respondió desde las plazas: se multiplicaron los canales de difusión, se perfeccionaron las herramientas de participación online y se reivindicaron los medios alternativos.

Aunque en el inicio de las movilizaciones apreciábamos una especie de competición entre los medios tradicionales y las redes sociales, lo cierto es que con el transcurso de los días la movilización online permitió influir en el contenido de los grandes medios de comunicación mediante campañas virales en red de las que éstos terminaron por hacerse eco. Un buen ejemplo de esto fue la campaña de #Aritmética20n para las elecciones del 20 de noviembre, que, tan solo 45 minutos después de su lanzamiento en Twitter, consiguió ser Trending Topic (TT) en España y que, a la hora y media, ya era portada en las ediciones digitales de El País, El Mundo y Público, (Alcazan et al., 2012: 17).

De manera similar a la dicotomía que existe entre medios de comunicación tradicionales y redes sociales informativas, también existe una diferenciación significativa entre Redes Sociales Corporativas (RSC) y Redes Sociales Abiertas y Autónomas (RSAA). Desde el punto de vista ético-político, el propio Movimiento 15-M reclama la utilización y la preferencia de las RSAA frente a las RSC, puesto que éstas últimas son privadas y privativas, es decir, se basan en el concepto de propiedad. Son privadas porque no comparten su código y, por tanto, limitan el acceso al conocimiento libre y compartido, y privativas, porque el acceso a ellas está condicionado a la aceptación de unas condiciones y términos de uso que suponen la cesión impuesta y la expropiación de toda nuestra productividad inmaterial en la red, hasta el punto de no tener ningún derecho sobre ésta, como ocurre con nuestra información que circula por Twitter o Facebook, incluso también en la utilización de herramientas como Whatsaap.

Figura 1: tipología de las redes sociales y nube gráfica de su clasificación.



Fuente: <http://www.internetmeetingpoint.net/2013/03/el-nuevo-mapa-de-las-redes-sociales-en-espana/> Consultada el 6 de febrero de 2013.

3. El nacimiento del 15M en la web: www.nolesvotes.com y www.juventudsinfuturo.net

Aunque Los Indignados comenzaron las movilizaciones utilizando las RSC y no las RSAA en un primer momento, con el trascurso de los acontecimientos la migración de unas a otras fue solicitada por los propios colectivos pro-movilización, ya que se aferraban a que las RSC buscaban el lucro y recurrían a la censura. Nosotros analizaremos específicamente la utilización que Los Indignados hicieron de las webs en su nacimiento y de las RSC en sus primeros días de evolución.

Toret (2013: 38) y Rodríguez (2013: 275) coronan al movimiento online No Les Votes como el detonante del 15-M, de ahí que lo situemos cronológicamente como el primer movimiento en hacerse eco en nuestro país, utilizando la plataforma digital a través de la web www.nolesvotes.com y de Twitter –mediante el hashtag #nolesvotes, trending topic en España el mismo día de su nacimiento-, de la delicada situación del sistema y de sus posibles alternativas para el cambio.

Con esta iniciativa digital se motivó la participación de la ciudadanía en una denuncia ante la Ley Sinde, eje central del colectivismo. El 9 de febrero, día en el que se aprobó la Ley Sinde en el Senado, este movimiento ciberactivista español comenzó con la denuncia a determinadas decisiones tomadas y apoyadas por el PP, PSOE y CiU en contra del libre comercio y la libertad en Internet. Seguidamente el colectivo tendría otros objetivos como perseguir y condenar la corrupción y difundir las consecuencias de la actual Ley de Partidos y la LOREG (Ley Orgánica del Régimen Electoral General).

A través de su página web podemos extraer nuevas propuestas de cambio, entre las que destaca un incremento de la participación ciudadana en la política, fomentando así el voto para las entonces elecciones municipales del 22 de mayo de 2011. Una vez que entramos en www.nolesvotes.com presenciamos un mapa nacional que recoge los casos de corrupción en nuestro país, especificados por partidos políticos. Adjunto tenemos un texto que habla de la corrupción en el propio sistema, de falta de regeneración democrática, de escasez de pluralismo político y de partitocracia. En el mismo artículo se desprende la idea de repensar el voto, estudiar las posibles alternativas y el derecho a la representación social. A continuación reflejamos un extracto del documento en cuestión:

En las próximas elecciones estamos convocados para ejercer nuestro principal derecho democrático: el voto. Durante la campaña electoral, en un marco de brutal crisis económica, se apelará al miedo más que nunca. Puedes rendirte una vez más, hacerles caso. Pero también puedes tomar conciencia de tu poder como ciudadano:

abrir los ojos e implicarte personalmente en la red de ciudadanos hastiados que consideran que está en nuestras manos mejorar la situación (...) Un voto -el tuyo- no puede ser un cheque en blanco para que un partido pueda despreocuparse durante cuatro años de la voluntad popular. La toma de decisiones políticas a la medida de grupos de presión financieros o mediáticos son el síntoma de que algo va muy mal en nuestra democracia: el resultado del divorcio entre la ciudadanía y los partidos mayoritarios que se alternan en el poder.

En el presente documento, encontrado conforme abrimos la web, tenemos la existencia de una serie de hipervínculos que nos llevan a informaciones complementarias, que detallamos seguidamente.

En primer lugar, hallamos una que hace referencia a “La corrupción en España” y que nos lleva a una Wiki, <http://wiki.nolesvotes.org/wiki/Portada>, en la que localizamos información acerca del movimiento de manera escrita y también audiovisual. Entre ella destacan una recopilación de frases magistrales que bien fueron utilizadas como eslóganes o engendradas como tweets de denuncia en las redes sociales a través de Twitter. De estos eslóganes y tweets se desprenden varios conceptos, en ocasiones abstractos, pero que en el contexto en el que se pronuncian producen un compendio de ideas que llevan a una sola: la democracia directa y participativa basada en el respeto al ciudadano. Algunas de las ideas que se desprenden son las siguientes:

- Necesidad de una democracia real, alejada de los poderes económicos, y cercana en la relación político-ciudadano.
- Voto responsable.
- Ha llegado la hora del cambio.
- Sin nosotros, los ciudadanos, los políticos no tienen legitimidad.
- Lucha contra los privilegios políticos.
- Reclamación de nuestros derechos.
- Asentamiento de valores sociales.
- No a la corrupción, al bipartidismo, al miedo y a las promesas en vano.
- Sí a la libertad y a la dignidad.
- Existen alternativas que los jóvenes pueden poner en marcha.
- Lucha por la libertad en Internet.

A través de la web www.nolesvotes.com hallamos, además, material gráfico dispuesto para la ciudadanía, ya sea en forma de avatar online, logotipos o recursos variados. En estas imágenes observamos la utilización de hashtags (etiquetas), la personificación mediante caricaturas y la alusión directa a los partidos que apoyaron la Ley Sinde –PP, PSOE y CIU-.

En segundo lugar, continuando en el texto inicial de la web, presenciamos otro nuevo hipervínculo, “tercer problema del país” que nos conduce a una información aparecida en el canal del grupo Mediaset, Cuatro, y que hace referencia a una encuesta del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) en el que los políticos están considerados el tercer problema de los españoles.

En tercera posición encontramos el hipervínculo “a la medida” que nos redirecciona a un spot publicitario del colectivo y al propio manifiesto. De éste podemos extraer algunas ideas que se repetirán a lo largo de su existencia y que quedarán reflejadas en cada uno de los textos emitidos a la ciudadanía:

- Por un lado, nos encontramos con una clara denuncia a tres partidos políticos, PP, PSOE y CiU, como consecuencia del visto bueno de éstos en la aprobación de la Ley Sinde.

- También, localizamos la intención de motivar al voto y evitar la abstención de la sociedad, pues consideran que ésta es una lacra social que lleva a corruptos a dominar el país.

- Por último, proponen nuevas alternativas de cambio en el voto, de cualquier espectro ideológico, que apoyen la libertad digital y que se muestren en contra de la Ley Sinde.

En la web nos topamos, para finalizar, con un hipervínculo, “que te informes” en el que nos redireccionan a una plataforma especialmente relevante llamada #AritmEtica20N, <http://aritmética20n.wordpress.com/>, cuyo objetivo es informar al usuario de los cálculos políticos en las votaciones electorales y de la propia LOREG.

Con esta información se cierran las posibilidades de la web de No Les Votes y sus estrategias comunicativas cibernéticas. De ellas podemos decir a grosso modo que persiguen, como objetivo fundamental, explicar de manera pausada y contundente cada uno de sus fundamentos y naturaleza, así como llamar a la movilización del pueblo a través de un nexo de unión: la oposición a una ley que intenta limitar el uso efectivo de Internet, la Ley Sinde.

El origen de Juventud Sin Futuro (JSF) se remonta, por un lado, al movimiento anti-Bolonia y los encierros y asambleas en las universidades e institutos españoles que tuvieron lugar como protesta al nuevo plan educativo, y por otro, al movimiento V de Vivienda, que ya existía a mediados de 2006, con el objetivo de reclamar el derecho a una vivienda digna en pleno estallido de la burbuja inmobiliaria, Castells (2012: 115-116).

Los problemas en el ámbito educativo se instalaron poco a poco en la agenda política y en la propia sociedad y prueba de ello es el nacimiento de este movimiento que ha intentado combatir los recortes en Educación desde 2011.

Los encargados de iniciar el movimiento JSF no previeron la magnitud que podía alcanzar el mismo, y menos aún, la explosión que supondría la manifestación posterior al 15 de mayo promovida por Democracia Real ¡Ya! Como recogen Raboso y Merino en el libro *Juventud Sin Futuro*, VV.AA. (2011a: 32): “Por primera vez se logró una coordinación a nivel estatal, algo que en otros países europeos es casi una norma, pero que en el nuestro, hasta entonces, no había sucedido”.

Ante el descontento de la población con las decisiones políticas tomadas para salir de la crisis, JSF se postula en su libro de 2011 como la única salida posible ante un clima de crispación europeo:

Afortunadamente nos dimos cuenta: los sindicatos mayoritarios no se iban a movilizar ante el pacto, los minoritarios, por desgracia, no tenían fuerza para ello y, por último, los partidos tradicionales estaban más que desprestigiados. Los únicos con la legitimidad suficiente como para intentar iniciar un ciclo de movilizaciones éramos nosotras: la juventud.

El contexto a tener en cuenta para analizar el nacimiento y desarrollo de *Juventud Sin Futuro* debe retrotraernos a las revueltas en los países árabes y el Magreb en 2010, además de a la acentuación de la crisis en Grecia y su impacto en la Unión Europea el mismo año. Alba, Serra y Menéndez explican esta cuestión en la publicación elaborada por el movimiento, VV.AA. (2011a: 13):

Un ciclo de movilizaciones que ha sido una fuente de inspiración y un referente subjetivo sin el que sería muy complicado comprender las movilizaciones que se están sucediendo en el conjunto del Estado español en estos momentos.

Francia, Inglaterra, Portugal e Islandia iniciaron una serie de movimientos sociales en sus respectivos países, que reclamaban nuevas propuestas de cambio para afrontar la crisis económica y que también sirvieron de empuje para colectivos como los de JSF a la hora de encaminar la situación en España. Los propios artífices de la puesta en marcha de JSF sostienen en VV.AA. (2011a: 28) que este Movimiento ha sido un impulso para que la ciudadanía saliera a la calle a reclamar sus derechos:

Tal vez, nuestro movimiento, heredero de luchas y resistencias anteriores, haya sido precisamente eso: un primer aldabonazo para canalizar la rabia y el descontento que ha terminado por configurar un movimiento imprevisible.

Además, *Juventud Sin Futuro* incorporó algunas estrategias comunicativas del movimiento V de Vivienda a la hora de comenzar con las movilizaciones. De hecho, JSF se involucró con el movimiento V de Vivienda y Democracia Real ¡Ya! con el objetivo

de aunar fuerzas y hacer más visible las reivindicaciones, sin caer en la dispersión de ideas, aunque con un ideario fijo propio de cada movimiento.

JSF fue consciente de la potencia que tenía la utilización de redes sociales para ampliar el fenómeno y rápidamente se hicieron con plataformas a través de Facebook, Twitter y Youtube en las que anunciar y reflexionar sobre los encuentros del colectivo. También convocaron, de manera novedosa, una rueda de prensa con el objetivo de presentar el manifiesto que elaboraron en marzo a los medios de comunicación, una iniciativa que según los autores del libro *Juventud Sin Futuro*, VV.AA. (2011a: 26), fue clave a la hora de expandir su razón de ser:

Los medios nos brindaron una amplia cobertura. En primer lugar porque estaban deseosos de noticias de este estilo en el Estado español y en segundo lugar porque el discurso que vertimos en ellos resultó muy cercano y comprensible. Un discurso que, rápidamente, creó empatías y cuajó en sectores muy amplios de la sociedad. En cuanto a la identidad política del movimiento Juventud Sin Futuro, ellos mismos se definen en VV.AA. (2011a: 73) como un “movimiento en contraposición a las élites políticas y económicas responsabilizadas de la privación de futuro a la juventud”. Explican el interés por la movilización, después de una indiscutible desmovilización y apatía política previa a la crisis, a través de su ideario y su llamamiento a la reunión y a la manifestación. Sentían necesario crear un modelo de sujeto que reflejara las dificultades de los “precarios” ante dicha situación de crisis, recogiendo a los insatisfechos y creando una identidad colectiva contundente.

Atendiendo a la cronología de JSF tenemos que resaltar que, aunque el movimiento sale por primera vez organizado a la calle el 7 de abril de 2011, ya lo había hecho el 29 de septiembre con motivo de una manifestación contra la Reforma laboral. Desde este preciso instante y en torno a octubre y noviembre comienzan a organizarse y coordinarse desde Madrid, utilizando un blog y un calendario en el que dos veces al mes se reúnen para elaborar su manifiesto e ideario. En enero vuelven a ser visibles en una nueva manifestación a la que acuden en contra de los recortes al sistema de pensiones, aunque todavía no están configurados como JSF. Será en el mes de marzo de 2011 cuando este colectivo adquiera su nombre, elabore su manifiesto y empiece a actuar unidos bajo el nombre de Juventud Sin Futuro. Para ello fijaron el lema “Juventud Sin Futuro, Juventud Sin Miedo”. De su manifiesto se pueden desprender algunas ideas que nos permiten entender la esencia del movimiento y su ideario colectivo:

- Denuncia de los recortes sociales.
- Reducción de la tasa de paro juvenil.

- Denuncian la Reforma Laboral, Educativa y de las Pensiones acontecidas tras la crisis.
- Falta de vivienda y acceso a la educación.
- Acabar con la privatización en educación.
- Convertirse en actores activos y no en agentes pasivos.
- Tienen esperanza tras el éxito en los países árabes o Islandia.
- Feminismo, manifiesto escrito en femenino plural.

Volviendo a la cronología del movimiento JSF, el 31 marzo tuvo lugar una rueda de prensa con los medios para hacerse visibles y difundir sus mensajes por las cabeceras, televisiones y radios de nuestro país. El 3 de abril y tras una difusión viral a través de la red, JSF desfiló hasta la sucursal del Banco Santander en la Universidad Complutense de Madrid para hacer una denuncia a la banca. El aviso de la manifestación por Internet a través de Youtube propició la dimensión del encuentro, pues había tenido un total de 10.000 visitas en un único día. Las actividades de difusión de la próxima manifestación que anunciaban para el 7 de abril, en la que ya se presentaban como colectivo constituido bajo el nombre de JSF, se llevaron a cabo en Facebook, Twitter y Youtube, aprovechando la tirada que había tenido en la anterior convocatoria del 3 de abril.

Juventud Sin Futuro también participó en el Foro Social de Madrid del 6 de mayo y en el encierro académico que tuvo lugar entre los días 9 y 13 de octubre en la Universidad Complutense de Madrid. El 11 de mayo ofrecieron una rueda de prensa e hicieron una performance en contra de la democracia de los mercados y los recortes antisociales.

Con la llamada a la manifestación del 15 de mayo por parte del movimiento Democracia Real ¡Ya! (DRY), Juventud Sin Futuro presentó su adherencia a DRY, introduciéndose dentro de este colectivo, aunque siempre manteniendo sus particularidades para atender y mantener a aquellos ciudadanos que los apoyaban. En vista a la magnitud que preveían que alcanzara la manifestación del 15-M, JSF comenzó con la elaboración de sus reivindicaciones punto por punto, dejando claro siempre su propósito de enmienda. Con la adherencia al colectivo DRY tendrá lugar lo que los medios han denominado la “marea amarilla” en referencia al color que utiliza Juventud Sin Futuro en sus camisetas –que les sirvieron de medio de financiación- y su cartelería.

Una vez explicado su origen, su desarrollo cronológico y sus reivindicaciones, procedemos al análisis de la plataforma online en la que se apoyó el movimiento durante sus diferentes etapas. La web del colectivo, www.juventudsinfuturo.net, abre con una cabecera en la que encontramos los hashtag #sincasa, #sincurro, #sinmiedo, que hacen referencia a la utilización de las redes sociales como principal medio de difusión y apoyo.

En la parte superior de la web nos topamos con varias secciones –pestañas digitales- entre las que se encuentra la opción de “Mantente indignado en”, sobre la que al pulsar se nos abre un desplegable con la redirección a Facebook y Twitter. Otra de ellas será el desplegable que nos conducirá al Canal Youtube, en el que el movimiento JSF se encargará de subir sus spots, vídeos promocionales, vídeos denuncia y reportajes.

La tercera pestaña que localizamos recibe el nombre de “Reforma laboral”. Esta sección merece una especial atención, pues en ella se encuentra todo lo referido a los orígenes del movimiento, la manifestación del 7 de abril, del 15-M, del 15-O y posteriores. El principal problema que hallamos es la falta de organización, el laberinto que hay que recorrer para encontrar la información y su mala ubicación. En este apartado se encuentra un gran volumen de noticias, reportajes o convocatorias de huelga, en las que no hay un orden y una ubicación precisa para cada una de ellas, y en las que la navegación se hace complicada para el usuario que busca una forma rápida de acceder a los documentos.

Por último, localizamos las secciones “#Tomalahuelga 29-M”, que atiende a la información referente a lo que su propio nombre indica, y “Por qué el femenino plural” en la que los organizadores explican los motivos que han llevado al movimiento a configurar todos sus comunicados e informaciones en femenino plural como denuncia al sistema de patriarcado.

Al navegar por la pestaña “materiales” tenemos acceso a todos los carteles que han elaborado desde la coordinación para que los usuarios los utilicen y saquen a la calle durante las manifestaciones.

Una vez culminamos las explicaciones anteriores, procedemos a enumerar características comunes a los dos movimientos analizados, No Les Votes y Juventud Sin Futuro, y su presencia en Internet:

1. Actualización: la plataforma digital de No Les Votes se actualiza escasamente desde que el movimiento se adhiriera a Democracia Real ¡Ya!, JSF, por su parte, tiene mayor dinamismo en sus publicaciones.
2. Transversalidad: estos movimientos sociales se han convertido en plataformas de denuncias generalizadas. Lo que en un primer momento se dirigía al ámbito educativo – JSF- o a la libertad en Internet –No Les Votes- terminó adoptando una temática más variada, que daba cabida a numerosos asuntos de la actualidad social española.
3. Multimedia: las webs de estos movimientos ofrecen recursos electrónicos, audiovisuales y multimedia. Los organizadores y coordinadores son conscientes de que la sociedad actual necesita ver, oír e interactuar.

4. Bidireccionalidad: estos movimientos se basan en una comunicación bidireccional, basada en ofrecer un foro de debate al usuario y al lector a través de sus perfiles de Twitter, Facebook y sus canales en Youtube.
5. Despersonalización: las páginas webs de JSF y No Les Votes no están personalizadas, sino que atienden a un sentido de colectividad propio de estos movimientos sociales.
6. Vitalidad: son páginas webs que siguen en activo actualmente, aunque haya bajado el nivel de actualización. Cada tema que concierne a los derechos sociales, económicos y políticos es tratado en sus plataformas digitales.
7. Desorganización: son páginas desorganizadas, que impiden el dinamismo típico de Internet. La ubicación de algunos documentos hace imposible acceder a cierta información interesante, sin antes detenerse en su búsqueda.

4. Los Indignados y su evolución por las Redes Sociales Corporativas (RSC).

Al margen de las anteriores herramientas comunicativas, Los Indignados utilizaron como soporte principal y de masas Facebook y Twitter desde la gestación del Movimiento, como recoge Toret (2013: 45):

De hecho y según un estudio, el 89% de las participantes en las movilizaciones del 15M tienen cuentas en Facebook, el 53% en Twitter y el 38% en Tuenti, al mismo tiempo que el 82% reconoce haberse enterado de las convocatorias del 15M y posteriores por redes sociales, el 36% por amigos y conocidos, 33% por televisión y 21% por los periódicos.

A continuación explicaremos el uso de estas redes sociales y su función como retratista del 15-M. Pero antes, queremos recalcar algunas de las características de Facebook y Twitter que han condicionado el acontecer de los hechos.

Por un lado, la RSC Facebook, gracias a su carácter de asociacionismo, fue la encargada de agrupar y organizar a los grupos pro-movilización a través de las fanpage –página corporativa que permite establecer relaciones a largo plazo con los usuarios y crear comunidad interactiva entre los mismos para que éstos puedan participar, aportar y compartir ideas-. Por otro, Twitter, que destaca por su carácter viral e inmediatez, fue la herramienta idónea para retransmitir la información que acontecía en las plazas, así como opiniones de los participantes en el 15-M. El tipo de comunicación que permite una y otra red social es diferente, pues la corta extensión de Twitter, 140 caracteres, no permite profundizar en los contenidos como lo hace Facebook. Sin embargo, para participar en Facebook es necesario tener un vínculo de amistad con la página o grupo en cuestión,

mientras que Twitter abre sus miras y se ofrece como posibilidad a todos los usuarios online. De ahí que podamos afirmar que Facebook adquirió gran importancia en la gestación y organización del Movimiento, mientras que Twitter fue de gran utilidad en el momento candente del 15M.

El 15 de mayo el hashtag #nonosvamos llena las redes sociales y Twitter se convierte en una herramienta fundamental para el Movimiento. Durante esos días encontraremos otras etiquetas como #15m, #15mani, #spanishrevolution #acampadabcn y #acampadasol, que llegaron a ser Trending Topics mundiales y que demuestran a través de esta medición, afirmar la importancia que tuvieron las redes sociales en la gestación y desarrollo de Los Indignados.

Después de todo lo analizado es obvio que las acampadas nacieron primero en Internet y luego se asentaron en la plaza, lugar desde el que también se continuó con las estrategias de difusión. De hecho, también hubo acampadas virtuales en las que más de 60.000 personas mostraron su apoyo a Los Indignados. Muñoz (VV.AA, 2011b) incide en esta línea: “es un movimiento que nació en la red y se ha ido desarrollando a través de ésta, la presencia física en las plazas era necesaria para multiplicar y dotar de más realismo al movimiento”.

Después de esta aproximación a la utilización de las redes sociales por el Movimiento, pasamos a enumerar las estrategias llevadas a cabo en Internet desde su nacimiento y hasta su desarrollo posterior:

1. En primer lugar, los diferentes grupos pro-movilización empezaron creando en Facebook grupos cerrados, que una vez asentados en la red, se abrirían rápidamente para favorecer la difusión online. Aquí podemos resaltar los perfiles y las fanpage de JSF y DRY, entre otros.
2. Además de los perfiles nacionales de estos grupos pro-movilización, crearon perfiles locales que atendían a ese carácter glocal del que hemos hablado anteriormente. De esta manera cada grupo local podía atender mejor las situaciones particulares de sus integrantes, todo ello en torno a las ideas generales.
3. Una vez instalados en las redes, comenzaron con la interconexión entre dichos grupos locales y para ello abrieron blogs delimitados geográficamente y páginas de Facebook locales para ser entrelazadas entre ellas. El 25 abril es la fecha en la que comienza en la red las interacciones entre los usuarios de nolesvotes, democraciarealya, spanishrevolution, acampadasol, nonosvamos, yeswecamp y también es el día en el que

se convoca la manifestación para el 15 de mayo. En los cinco días posteriores al 15-M se crearon más de 200 páginas en Facebook con 200.000 seguidores.

4. En cuarto lugar, trabajaron una agenda de comunicación a la que accedían para difundir todo el material y las convocatorias de manifestaciones, una iniciativa que fomentó el éxito al conseguir que la información social saliera en la prensa y se hiciera eco de sus intenciones. Prueba de ello es la sala de prensa que contiene cada web de los grupos participantes en el 15-M.

5. Por último, iniciaron temas de debates y recogidas de firmas para proponer nuevas iniciativas que fueron abordadas en la red de microblogging Twitter y que hizo explotar con sus mensajes a un sinnúmero de usuarios, democratizando de esta manera el mensaje y la idea pseudorrevolucionaria del 15-M y ocupando un puesto principal en la agenda setting de los medios tradicionales y alternativos.

Las ciudades de Madrid, Sevilla, Barcelona y Granada son las que mayor afluencia de mensajes generaron en Twitter. En cuanto a la temática, es variada, por ejemplo el 28 de abril ya se debate sobre la convocatoria de manifestación, el 6 de mayo se habla de la prohibición de esa manifestación en algunas ciudades, el 9 de mayo se comenta el encierro de estudiantes en la UCM para protestar por las reformas en educación y el 10 de mayo de la presencia de Democracia Real ¡Ya! en un mitin del PP en Lavapiés (Madrid).

La afluencia de mensajes online y la presencia offline va aumentando conforme llega el 15 de mayo, pero no será hasta el día de la manifestación cuando se vean esos mensajes incrementados exponencialmente. Entre el 13 y el 22 de mayo se registraron más usuarios de lo habitual y, además, éstos generaban más mensajes conforme transcurrían los días, a excepción de la jornada de reflexión electoral de los días 21 y 22 de mayo en los que se produjo una disminución de los mismos. El 17 de mayo los temas que imperaron en Twitter fueron el enfrentamiento policial y el desalojo en Sol, el 18 de mayo la prohibición de la Junta Electoral Provincial de Madrid de la concentración de las 20.00 h. de ese día y el 19 de mayo la nueva prohibición de la Junta Electoral Central de la manifestación del próximo sábado 21 de mayo.

Los hashtags más concurridos fueron: #acampadasol, #spanishrevolution, #15m, #nolesvotes, #democraciarealya, #notenemosmiedo #nonosvamos, #yeswecan, #acampadabcn y #estoereflection.

Twitter se convirtió en esos días en un espacio intenso de debate que aceleró la participación de los usuarios. Las redes sociales y, en concreto, esta red de microblogging

estimularon la participación ciudadana a través de la comunicación, de ahí que el número de tweets por hora se viera incrementado en los días sucesivos al 15 de mayo.

5. Conclusiones:

El Movimiento 15-M no es un movimiento espontáneo, pues nace de manera pausada en las redes sociales, aunque sí inesperado en cuanto a su magnitud. Los primeros en invitar a la movilización serán los miembros de No Les Votes y Juventud Sin Futuro y en última instancia Democracia Real ¡Ya! (DRY) –encargada de coordinar al resto de movimientos pro-movilización para reagruparlos e invitarlos a la convocatoria de manifestación del 15 de mayo que sentará las bases del Movimiento, y posteriormente, para la coordinación del 15-O. La interrelación que permite Internet actúa como detonante de una “revolución ética”, que supone la emancipación del ser humano del resto de poderes y el encaminamiento hacia una sociedad que beba de valores sociales solidarios, ya expuestos en la utopía platónica, pero también desarrollados por el cristianismo y el anarquismo.

Estos mecanismos comunicativos, las RRSS, y su carácter virulento permiten a Los Indignados propagarse eficazmente en los días posteriores al 15 de mayo, actuando como una especie de ágora virtual, de hecho se hacen manifestaciones virtuales. Las redes sociales han sido el único vehículo de transmisión de información que ha sido efectivo junto al cartel, aunque también existen otros como: asambleas participativas, debates y comisiones offline y online, correo interno a través de Googlegroups, buzones de sugerencias online y en las plazas, canales de televisión y radio online propia, webs especializadas en crowdfunding, plataforma de peticiones y recogidas de firmas (charge.org), entrevistas concedidas a los medios de comunicación tradicionales, spots audiovisuales a través de Youtube, creación de hashtags en redes sociales para fomentar el mensaje, libros digitales y en papel elaborados por el propio Movimiento, artículos en prensa y revistas especializadas y conferencias en Congresos y Seminarios nacionales e internacionales.

Los Indignados necesitaron de estas herramientas para romper las barreras que los medios de comunicación tradicionales les ponían a su discurso. Pero la importancia en las redes sociales reside en que éstas fueron el centro de debate que permitió despegar y organizar el 15M.

6. Bibliografía:

- Alcazan et al. (2012): *Tecnopolítica, Internet y r-evoluciones sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icaria.
- Bericat, E. (2006): *El cambio social en España*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Bustamante, E. (coord.) (2002): *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Cabal et al. (2011): *Indignados 15-M*. Madrid: Mandala ediciones. Disponible online en <http://www.tercerainformacion.es/IMG/pdf/indignados---e-book--20110529095635.pdf>.
- Castells, M. (1997): *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2000): *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza.
- _____ (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Areté.
- _____ (2001): *Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC)*.
- _____ (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- _____ (2012): *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Traducción de María Hernández. Madrid: Alianza editorial.
- Corrado, A. y Firestone, C. M. (1997): *Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics*. Washington DC.: The Aspen Institute.
- De Ben Oliver, J. M. (2011): *Activaos: Soplando las brasas del 15 M*. Creative Commons.
- De Ugarte, D. (2012): *El poder de las redes*. Argentina: Ediciones Aurelia Rivera.
- Fabre Platas, D. A., Egea Jiménez, C. (coords.) (2013): *La indignación: un desencanto en lo privado y un descontento en lo público*. Granada: Universidad de Granada.
- Ferreras Rodríguez, E. M. (2011): "Redes sociales y cambio social: El movimiento 15-M y su evolución en Twitter". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (89), pp. 61-73.
- Fiorile, E. (2011): *¡El mensaje de los Indignados! (15 M – Democracia real YA)*. Madrid: Versus.
- Fairclough, N. y Wodak, R. (2000): "El Análisis Crítico del Discurso". En Teun van Dijk ed.: *El discurso con interacción social*, pp. 367-404. Barcelona: Gedisa.
- Herrero Curiel, E. (2013): *Periodistas y redes sociales en España. Del 11M al 15M (2004-2011)*. Tesis Doctoral. Getafe: Universidad Carlos III de Madrid.
- Laraña, E. y Díez, R. (2010): "La transformación de una sociedad estatista. Organizaciones voluntarias y cambio social en España". X Congreso Español de Sociología (Ponencia del Grupo Movimientos Sociales, Acción Colectiva y Cambio Social). Pamplona (UPNA), Julio 2010.
- _____ (2012): "El aniversario de un movimiento internacional. Continuidad y poder de persuasión colectiva del 15-M", en Cáceres, M. D. y Lucas, A.o (eds.); *Crisis y cambios en la sociedad contemporánea: Comunicación y problemas sociales*, Fragua: Madrid.
- Londoño Zapata, O. I. (2007): "El análisis crítico del discurso (ACD), una actitud de resistencia. Entrevista a Teun A. van Dijk". *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 6 (1), pp. 129-135. Disponible online en <http://www.discursos.org/Entrevista%20ALED.pdf>
- Mato, M. (2011): *La Indignación en la encrucijada. Alegato contra la impotencia después de la batalla*. Colección Alegatos. Madrid: Espantapájaros.

- Martín Corvillo (2013): 15M: análisis de la entropía comunicativa. Tesis Doctoral. Valencia: Universidad de Valencia.
- Monzón, C. (2006): Opinión pública, comunicación y política. Madrid: Tecnos.
- Morin, E. (1994): Introducción al pensamiento complejo. Barcelona: Gedisa.
- _____ (2011): La Vía para el futuro de la humanidad. Barcelona: Paidós. Disponible online en <http://www.edgarmorin.org/descarga-la-via-para-el-futuro-de-la-humanidad.html>
- Nimmo, D. (1978): Political Communication and Public Opinion in America. Santa Mónica: Goodyear Publishing Company, Inc.
- Recarte, A. (2010): Informe Recarte 2: El Desmoronamiento de España, poder de las autonomías, pensiones y seguridad social. Madrid: La esfera de los libros.
- Reig, R. (2010): La dinámica periodística. Perspectiva, contexto, métodos y técnicas. Sevilla: Universidad de Sevilla, AUCC.
- Rheingold, H. (2004): Multitudes inteligentes: la próxima revolución social. Madrid: Gedisa.
- Roca Cuberes, C. (2011): "Cuando la información se viraliza: Nuevas perspectivas para el periodismo: Estudio de caso en torno al movimiento 15-M en España". En La información audiovisual en la sociedad digital (1ª ed.), pp. 215-229. Madrid: Fragua.
- Rodríguez, E. (2013): Hipótesis democracia. Quince tesis para la revolución anunciada. Madrid: Traficantes de sueños.
- Roitman Rosenmann, M. (2012): Los indignados: El rescate de la política. Madrid: Akal.
- Sampedro Blanco, V. F., y Sánchez Duarte, J. M. (2011). "Del 13-M al 15-M". Razón y fe: Revista hispanoamericana de cultura, 264(1353), 99-105.
- Stevens, J. D. (1975): "Historical research on political communication", en Chaffe, S. H. (ed.): Political communication. Issues and strategies for research. Londres: Sage.
- Taibo, C. (2009): En defensa del decrecimiento: sobre capitalismo, crisis y barbarie. Madrid: La Catarata.
- _____ (2011): Nada será como antes: sobre el Movimiento 15-M. Madrid: La Catarata.
- _____ (2011b): La rebelión de los indignados: Movimiento 15 M: Democracia real, ¡ya! Madrid: Popular.
- Tascon, M. y Quintana, Y. (2012): Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas. Madrid: Libros la Catarata.
- Toret (2013): Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Urrutia, J. (2003): Aburrimiento, rebeldía y ciberturbas. Una aproximación a la Economía Desmercada. Madrid: El Correo de las indias.
- Van Dijk, T.A. (1996): La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós.
- Velasco, P. (2011): No nos representan: el manifiesto de los indignados en 25 propuestas. Barcelona: Temas de hoy.
- VV.AA. (2011a): Juventud Sin Futuro: sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo. Barcelona: Icaria.
- VV.AA. (2011b): Las voces del 15M. Barcelona: Los libros del lince.
- VV.AA. (2011c): Nosotros, los indignados: Las voces comprometidas del #15-M. Barcelona: Destino
- Wodak, R. y Meyer, M. (2003) Métodos del análisis crítico del discurso, Barcelona: Gedisa.

7. Recursos online:

- <http://madrid.tomalaplaza.net/>. Web del movimiento Toma la plaza.
- <http://madrid.tomalosbarrios.net/>. Web del Movimiento 15-M en los barrios españoles.
- <http://takethesquare.net/>. Web relativa a la internacionalización del Movimiento 15-M.
- <http://www.democraciarealya.es/>. Página web del colectivo Democracia Real ¡Ya! (DRY).
- <http://spanish-revolution.es/>. Página web surgida tras el 15-M, que recoge información sobre el trascurso de las acampadas.
- <http://www.juventudsinfuturo.net/>. Web del movimiento Juventud Sin Futuro (JSF).
- <http://www.nolesvotes.com/>. Web del movimiento No Les Votes
- <http://15october.net/>. Página del movimiento 15-O.
- <http://wiki.15m.cc/wiki/Portada> Wikipedia del 15-M.
- <http://www.ulepicc.es/>. Página web de la asociación de docentes e investigadores en comunicación, Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura.
- <http://www.juanlusanchez.com/> Página personal de Juanlu Sánchez.
- <http://bibliosol.wordpress.com/>. Blog de la biblioteca del Sol tras el 15-M.
- <http://hartugetxo.wordpress.com/2012/02/17/biblioteca-15m/>. Biblioteca sobre el 15-M.
- <http://bookcamping.cc/>. Bookcamping: biblioteca del movimiento 15M.
- <http://www.periodismohumano.com/>. Periódico online alternativo.
- <http://www.escolar.net/>. Página personal de Ignacio Escolar.