

LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN EL MOVIMIENTO 15-M. NOTAS SOBRE UN ESTUDIO ETNOGRÁFICO EN PROCESO

EDUCATIONAL COMMUNICATION IN THE 15-M MOVEMENT. NOTES ABOUT AN ETHNOGRAPHIC STUDY IN PROCESS

Ángel Barbas Coslado

abarbas@edu.uned.es

Universidad Nacional de Educación a Distancia - UNED

Resumen

En este artículo presentamos el proceso de investigación etnográfica que estamos desarrollando sobre la Comunicación Educativa en el Movimiento 15-M. Detallamos la revisión bibliográfica realizada para justificar la urgencia de analizar las dimensiones mediático-comunicacional y pedagógica del movimiento así como para mostrar la necesidad de enriquecer los estudios en Comunicación Educativa. Asimismo, abordamos nuestro objeto de estudio desde la noción de 'cultura política' y exponemos el proceso etnográfico llevado a cabo hasta el momento. Para finalizar, esbozamos una serie de reflexiones preliminares.

Palabras claves

Comunicación educativa, movimiento 15-M, marcos de interpretación, cultura política, etnografía

Abstract

In this paper we present the process of ethnographic research that we are developing on Educational Communication in the 15M Movement. We detail the literature review made to justify the urgency to analyze the media-communicational and pedagogical dimensions of the movement, as well as to showcase the need to enrich the studies on Educational Communication. Furthermore, we address our object of study from the notion of "political culture" and we expose the ethnographical process conducted so far. Finally, we outline a series of preliminary reflections.

Keywords

Educational communication, 15-M Movement, frames, political culture, ethnography



MOVE.NET

Congreso sobre Movimientos Sociales y TIC

1. Introducción.

El 15 de mayo de 2011, varios colectivos organizados entorno a la Plataforma de coordinación de grupos pro-movilización ciudadana convocan una serie de manifestaciones en diferentes ciudades españolas con el objetivo de reivindicar transformaciones en nuestro modelo social y político. Lo que en apariencia iba a ser otra manifestación más, como tantas otras que son olvidadas poco tiempo después, en días sucesivos se convierte en un conjunto de acciones que transforman las calles y las redes en laboratorios de pensamiento ciudadano, en espacios de interacción donde se discuten y construyen soluciones alternativas ante los casos de corrupción política, ante las diversas situaciones de desigualdad social y ante lo que se percibe como un sistema obsoleto y carente de garantías democráticas. Durante varias semanas, el Movimiento 15-M es noticia destacada en la prensa nacional e internacional consiguiendo un importante apoyo popular¹.

Numerosos autores coinciden en destacar el impacto social del movimiento (Adell, 2011; Barranquero, 2014; Candón, 2014; Domènec, 2011 y 2014; Errejón, 2011; Fernández-Savater, 2013; Laraña y Díez, 2012; Marí, 2012; Pastor, 2011a y 2011b). Javier Toret llega a afirmar que se trata de «el acontecimiento político transformador más importante ocurrido en España desde 1936» (Toret, 2013, p. 9). En el mismo sentido se expresan autores como Laraña y Díez (2012) cuando definen al 15-M como «uno de los movimientos más interesantes que han surgido en España en los últimos cuarenta años» y Domènech (2014) cuando señala que nos encontramos ante «el movimiento de protestas autoorganizado, sin ninguna organización tradicional detrás, más grande desde la transición». Sanz y Mateos (2011), por su parte, hablan de «un cambio de época, un punto de inflexión histórico» marcado por el debate político de «largo recorrido» que el 15-M está abriendo, algo que José Luis Sampedro también manifestó durante los primeros días de las protestas en Madrid cuando en una entrevista radiofónica definió al 15-M como "Excelente, revulsivo, importante".²

El Movimiento 15-M se ha convertido en un gran fenómeno académico a tenor de la numerosa y variada producción bibliográfica que se ha generado desde su aparición. Por poner algunos ejemplos, si escribimos el término 'Movimiento 15-M' en el buscador académico Google Scholar el resultado ofrece más de 15.000 referencias, si tecleamos 'Indignados Movement' –como se conoce al movimiento en el contexto anglosajón– el resultado son más de 8.000 y si hacemos la misma operación en la base de datos Dialnet el resultado ofrece 129 documentos específicos sobre el 15-M, escritos en español, sumando artículos publicados en revistas científicas, capítulos aparecidos en obras colectivas y libros completos. Del mismo modo, el Movimiento 15-M está siendo estudiado en el contexto

1 El 15-M mantiene su apoyo ciudadano: http://elpais.com/diario/2011/06/26/espana/1309039209_850215.html

2 Entrevista a José Luis Sampedro: http://cadenaser.com/programa/2012/07/07/a_vivir_que_son_dos_dias/1341627206_850215.html



académico internacional; autores como Bennett y Segerberg (2012); Flesher (2014) Hughes (2011); Juris (2012); Lawrence (2013) y Treré (2013), entre otros, analizan algún aspecto del movimiento o lo toman como referencia para estudiar otros como Occupy Wall Street en Estados Unidos o #YoSoy132 en México.

Asimismo, a la hora de abordar el estudio del Movimiento 15-M, encontramos trabajos desde la perspectiva de la Comunicación, de la Antropología, del Derecho, de la Educación, de la Filosofía, de la Sociología y de la Política, algo que también nos ayuda a comprender el alcance y la complejidad del fenómeno.

En suma, la importante producción bibliográfica en torno al 15-M así como su dimensión internacional y la diversidad de planteamientos a través de los que el movimiento está siendo estudiado, nos permiten afirmar que nos encontramos ante un acontecimiento de máximo interés para el ámbito de las Ciencias Sociales; un acontecimiento que, según los estudios consultados, podría constituirse en elemento catalizador de las transformaciones sociales y políticas de los próximos años.

La investigación que aquí presentamos se inscribe dentro del ámbito académico de la Comunicación Educativa y pretende contribuir al conocimiento de los marcos de interpretación 'de' y acción 'sobre' la realidad social y política de los participantes en los procesos de producción de los medios de comunicación surgidos a raíz del Movimiento 15-M. Se trata de una investigación en pleno proceso de realización en el momento de escribir estas líneas; por este motivo, este trabajo pretende dar cuenta de las actividades llevadas a cabo hasta el momento. En primer lugar, expondremos la revisión bibliográfica realizada con el objetivo de conocer el estado de la cuestión; en segundo lugar, argumentaremos la relevancia de esta investigación; en tercer lugar, abordaremos nuestro objeto de estudio desde la noción de 'cultura política'; en cuarto lugar, presentaremos el trabajo de campo que estamos realizando desde el enfoque etnográfico; y, en el último apartado, expondremos algunas reflexiones preliminares.

2. La comunicación educativa y el movimiento 15-M: revisión de la literatura.

La Comunicación Educativa es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda la dimensión pedagógica implícita en los procesos y las prácticas comunicacionales. Habitualmente, es equiparada a nociones como "comunicación/educación", 'educomunicación' y 'educación mediática', entre otras (Barbas 2012); sin embargo, aunque todas expresan la relación interdependiente de los fenómenos comunicativos y educativos, cada una de ellas pone el énfasis en una dimensión específica. En el caso de 'comunicación/educación' y 'educomunicación' el énfasis está puesto en la articulación de la dimensión educativa y de la dimensión comunicacional en una misma herramienta



conceptual. Por su parte, en el caso de la noción de 'educación mediática', el énfasis está puesto en los procesos de enseñanza-aprendizaje 'de', 'con' y 'a través' de los medios de comunicación y las TIC.

En esta investigación utilizamos la noción de 'comunicación educativa' pues pretendemos analizar la construcción de los marcos de interpretación 'de' y acción 'sobre' la realidad social y política en los participantes en los procesos de producción de los medios de comunicación surgidos a raíz del Movimiento 15-M. Como veremos más adelante, nuestro objeto de estudio está basado en el trabajo de William Gamson sobre los 'marcos para la acción colectiva' y sobre el concepto de 'cultura política' pero, en este momento, nos interesa resaltar que nos referimos a un aspecto específico de la dimensión pedagógica implícita en las prácticas y en los procesos comunicacionales del Movimiento 15-M.

Para conocer el estado de la cuestión hemos realizado una revisión bibliográfica dividida en dos enfoques: por un lado, se ha revisado la literatura sobre Comunicación Educativa para conocer de qué manera se está abordando el estudio de este movimiento y, por otro, se ha revisado la literatura del 15-M desde la perspectiva de la Comunicación Educativa.

En cuanto a la primera, observamos una clara tendencia a enfocar estos estudios al ámbito específico de la Educación Mediática en contextos institucionalizados (Barbas, 2014); dicho de otro modo, la mayoría de las publicaciones que abordan el análisis de alguna de las dimensiones implícitas en el binomio Comunicación/Educación se centra en aspectos vinculados a la introducción de los medios de comunicación o las TIC en las aulas de educación formal en sus diferentes etapas, ya sea a nivel curricular, tecnológico o didáctico, y/o algún aspecto relativo a la conveniencia de aplicar determinadas políticas educativas encaminadas a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje a través de las TIC. En síntesis, tanto los movimientos sociales, en general, como el Movimiento 15-M, en particular, han pasado prácticamente inadvertidos para los académicos y estudiosos del ámbito de la Comunicación Educativa que han publicado trabajos en los últimos años; algo que, a tenor del carácter comunicacional y transformador del 15-M, supone una importante laguna para este campo de estudios (Barbas, 2013).

En cuanto a la segunda, se ha revisado la literatura sobre el Movimiento 15-M prestando especial atención al tratamiento de la dimensión mediático-comunicacional, por un lado, y a la dimensión pedagógica, por otro. En este sentido, cuando hablamos del 'estado de la cuestión' no nos referimos únicamente al Movimiento 15-M como campo de estudios específico sino al estudio de la literatura sobre dicho movimiento desde la perspectiva de la Comunicación Educativa; por ello, no sólo hemos realizado una revisión descriptiva sino que de forma paralela a ésta se han elaborado una serie de reflexiones analíticas de cara a argumentar la pertinencia de abordar el estudio del 15-M desde la Comunicación Educativa.



2.1. La dimensión mediático-comunicacional.

Se ha comprobado que la dimensión mediática y comunicacional del Movimiento 15-M está presente en la mayoría de los trabajos consultados. La transversalidad de la comunicación digital en cuanto a la identificación, la organización interna y el impacto de los mensajes del movimiento es algo que todos los autores destacan como uno de sus rasgos distintivos. La comunicación es considerada factor clave para la configuración del sentido identitario del movimiento y para vehicular las prácticas y acciones que han llevado a cabo para el logro de sus objetivos.

A partir de este marco de interpretación, los trabajos que tratan la dimensión mediática y comunicacional del 15-M hacen hincapié en aspectos como la creación de espacios para el debate y el uso de la comunicación para la puesta en práctica de dinámicas de democracia deliberativa (Barranquero y Calvo, 2013; Casero-Ripollés y Feenstra, 2012; Candón, 2013 y 2014; Ganuza y Robles, 2011; Sanz y Mateos, 2011); la organización reticular e interactiva que posibilita la articulación de la inteligencia colectiva (Haro y Sampedro, 2011; Muñoz, 2011); la ruptura del monopolio mediático a través de la incorporación de los mensajes del movimiento en la agenda de los grandes medios (Candón, 2013 y 2014; Casero-Ripollés y Feenstra, 2012; Ganuza y Robles, 2011; Haro y Sampedro, 2011; Serrano, 2014; Sanz y Mateos, 2011); la relevancia de la comunicación digital y de las campañas virales para la difusión masiva de convocatorias y para la movilización de la opinión pública (García y Muñoz, 2011; Quintana, 2014; Postill, 2014a) o las nuevas formas de ciberactivismo y la democratización de la producción mediática (Gil y Pérez, 2014; Pérez, 2014; Vila, 2014).

En cada uno de estos trabajos la comunicación es entendida como un factor clave que, al posibilitar las prácticas sociales, permite articular los mecanismos de acción colectiva. Se trata de aportaciones importantes para la comprensión de la dimensión mediática y comunicacional del Movimiento 15-M; sin embargo, como señala Marí (2012), «un elemento decisivo en el movimiento de los indignados es la dimensión comunicativa, entendida en un sentido más amplio que la mera utilización de unas determinadas tecnologías». Por este motivo, si además de estudiar las prácticas auspiciadas por los medios digitales queremos comprender la dimensión mediática y comunicacional del 15-M más allá del uso instrumental de la comunicación digital, es necesario reubicar el foco de estudio, situar la comunicación en el centro del marco analítico para abordarla como una categoría epistemológica fuerte, es decir, como un objeto de estudio en sí misma. En palabras de Quintana (2014) «si en un ámbito ha quedado patente la capacidad innovadora y el potencial del nuevo activismo en red [del Movimiento 15-M] ha sido, más allá de sus mecanismos de auto-organización y de sus formas de acción creativas, el de la comunicación». Por lo tanto, si el 15-M está desarrollando nuevas formas de hacer comunicación cuyo impacto está siendo estudiado a través de diferentes prácticas sociales y políticas ¿Qué es lo específico del 15-M desde el punto de vista comunicacional?



A este respecto, nos parece fundamental la aportación de algunos autores que apuntan al carácter rupturista y transformador del movimiento en materia de comunicación. Para Haro y Sampredo (2011), por ejemplo, las TIC han generado un nuevo perfil de movimiento social. Para otros autores, sin embargo, este carácter rupturista y transformador va más allá del uso de las tecnologías pues «el 15M plantea un salto en varios aspectos del que no hay vuelta atrás y uno de esos aspectos es el comunicativo» (Candón, 2014). En la misma línea se expresan Sanz y Mateos cuando hablan de la ruptura de un doble monopolio: el de la forma de hacer política y el de la forma de comunicar (Sanz y Mateos, 2011). Barranquero (2014), por su parte, llega a definir al 15-M y a otros movimientos afines³ como «'nuevos movimientos comunicacionales' [...] desde un razonamiento que concierne tanto a sus usos comunicativos como a sus objetivos políticos».

Estos planteamientos nos aportan una perspectiva de la dimensión mediática y comunicacional del 15-M más allá del uso 'instrumental' de la comunicación para la puesta en práctica de determinadas acciones. En palabras de Marí (2012) «entendemos el término comunicacional estrechamente vinculado a las dimensiones política y organizativa del movimiento»; para Candón (2014), por su parte, «la comunicación será no sólo una herramienta del movimiento para hacerse visible y comprensible [...] será también uno de los temas de debate político en su propuesta de democratización de la política y la sociedad». La comunicación es, por tanto, un objetivo sociopolítico para el Movimiento 15-M; un objetivo que puede ser interpretado tanto en cuanto al uso de la comunicación entendida como una forma de apropiación de las prácticas sociales que permiten impulsar mejoras en los desequilibrios de poder y perfeccionar los cauces de participación ciudadana en asuntos públicos, como en cuanto a la producción de comunicación entendida como una forma de construcción de sentido que se materializa a través de la producción cultural.

Esta perspectiva sociopolítica de la comunicación del 15-M es fundamental para abordar el estudio del movimiento desde el enfoque de la Comunicación Educativa. Coincidimos con Marí (2012) cuando señala que un análisis comunicacional del 15-M debe ir más allá de los efectos del uso de determinadas tecnologías; es preciso también abordar los procesos de producción de sentido, los procesos culturales a través de los cuales pretenden crearse nuevos marcos de interpretación de la realidad «a partir de unos códigos alternativos dominantes» (Melucci, 1996). Pero, antes de profundizar en esta idea, nos detendremos en los trabajos que mencionan los proyectos del 15-M en materia específica de comunicación.

En la literatura se hace referencia a dos tipos de proyectos; por un lado, las comisiones que se establecieron durante los días de las protestas para gestionar la comunicación del movimiento y, por otro, los medios de comunicación propios que el 15-M ha venido creando desde entonces.

3 Barranquero (2014) hace referencia a los nuevos movimientos sociales que han aparecido a partir del ciclo de movilizaciones en 2011: Occupy Wall Street, #Yosoy132, etc.



En cuanto a los primeros, Casero-Ripollés y Feenstra (2012), De la Rubia (2011) y Vila (2014) mencionan el trabajo de las comisiones y subcomisiones de comunicación durante los días de las acampadas entre cuyas funciones se encontraba la atención a los periodistas de los diferentes medios que estaban cubriendo los acontecimientos, la emisión en directo de las actividades del movimiento, la recopilación de material audiovisual o la difusión de contenidos en las redes sociales. Tras la disolución de las acampadas y la creación de las asambleas populares⁴, estas comisiones han seguido realizando funciones de gestión de la comunicación para la organización de convocatorias, eventos o reuniones en el seno de dichas asambleas.

En cuanto a los segundos, los trabajos de Arévalo (2014), Camuñas (2014), Candón (2014), Pastor (2013), Postill (2013 y 2014b), Serrano (2014) y De la Rubia (2011) destacan la creación de proyectos como Ágora Sol Radio⁵, el periódico Madrid 15-M⁶, TomaLaTele⁷ o PeopleWitness⁸, desarrollados «para generar formas propias de comunicación y crear canales de circulación libres, no sometidos a control ni de contenidos ni de ámbitos de difusión o reproducción» (De la Rubia, 2011, p. 184); proyectos que podrían resultar fundamentales para abordar el estudio del Movimiento 15-M desde la perspectiva de la Comunicación Educativa al confluir en ellos tanto los 'usos' como la 'producción' de la comunicación desde esa perspectiva sociopolítica a la que nos referíamos anteriormente.

2.2. La dimensión pedagógica.

En la literatura sobre el Movimiento 15-M, encontramos trabajos de algunos autores que señalan el carácter pedagógico del 15-M, en general, y al carácter pedagógico de las actividades que el movimiento ha llevado a cabo, en particular.

4 El Movimiento 15-M, después de varias semanas de acampadas permanentes en la Puerta del Sol de Madrid y en otras de las plazas más emblemáticas de las principales ciudades de España, decide dispersarse en asambleas populares a través de la acción Tomalosbarrios.

5 Radio libre, autogestionada y asamblearia que nació durante las acampadas en la Puerta del Sol de Madrid en mayo de 2011: <http://agorasolradio.blogspot.com.es/>

6 Periódico libre, autogestionado y asambleario que nació cuando el Movimiento 15-M decidió levantar las acampadas para seguir trabajando desde las asambleas de barrios y pueblos de Madrid: <http://madrid15m.org/>

7 Plataforma audiovisual que nace a finales de marzo de 2012 por iniciativa de un grupo de personas provenientes de diversas asambleas populares, así como de colectivos relacionados con la información crítica y reflexiva, como Carabanchel, la Guindalera, la Conce, Arganzuela, Audivisol, TeleK, Madrid15M o Ágora Sol: <http://www.tomalatele.tv/web/>

8 Proyecto que nació en noviembre de 2011. Se definen como «RED de personas que reportamos noticias de interés político-social con las herramientas de las que disponemos: live streaming (emisión de vídeo en directo por Internet) que difundimos al mundo principalmente mediante las redes sociales»: <http://peoplewitness.net/>



Para autores como Corsín y Estalella (2011), Tascón y Quintana (2012), Quintana (2014) y Taibo (2011), el 15-M puede ser interpretado como parte de un proceso de aprendizaje colectivo que el movimiento ha venido experimentando a través de elementos de innovación tecnológica, comunicacional y sociopolítica, y cuyo referente inmediato se encuentra tanto en el movimiento altermundista como en los proyectos de cultura libre y hacktivismo que se desarrollaron en diversos Centros Sociales Okupados Autogestionados (CSOA) durante los años 90 y, más recientemente, en espacios como El Patio Maravillas⁹ y La Tabacalera¹⁰ en Madrid: «movimientos sociales críticos que maduraban sin alharacas, poco a poco, poniendo semillas» (Taibo, 2011, p. 27). En este mismo sentido, Marí (2012) señala que «el 15-M es fruto de un proceso lento pero continuo de movilizaciones, de años de trabajo a pequeña escala de las redes y movimientos alternativos. Cada ciclo de movilización ha ido dejando un poso, un aprendizaje en la ciudadanía organizada». Un lento proceso de movilizaciones y aprendizajes que tuvo uno de sus momentos álgidos a partir del año 2010, como señala Langdon Winner en una entrevista realizada por Stéphane M. Grueso: «tras mi estancia en Madrid, a finales de 2010, volví a los Estados Unidos y empecé a dar conferencias de lo que había visto en la Tabacalera, el Patio Maravillas, con los hacktivistas... Era como un volcán antes de estallar»¹¹.

Asimismo, según algunos autores, el 15-M ha impulsado un proceso de 'pedagogía política' (Haro y Sampedro, 2011; Klappenbach, 2012) que emergió junto con las acciones de protesta y de concienciación que emprendió el Movimiento por una Vivienda Digna¹², allá por el año 2006, y que podría estar influyendo en la maduración de la ciudadanía en materia de comunicación (Barranquero y Calvo, 2013). Desde esta perspectiva, el carácter pedagógico del Movimiento 15-M está vinculado a lo que expresan Laraña y Díez (2012) cuando definen a estos movimientos como agentes de reflexividad social que impulsan la capacidad de la sociedad para reflexionar sobre sí misma.

Para Sanz y Mateos (2011), por su parte, «las acampadas y el movimiento 15-M se han convertido en una escuela de aprendizaje político [...] Un aprendizaje que es un 'aprender haciendo'». En este mismo sentido, es fundamental destacar el trabajo de Hernández, Robles y Martínez (2013) pues aporta elementos clave a la hora de entender la dimensión

9 Espacio polivalente y autogestionado situado en el barrio de Malasaña (Madrid). Nace el 1 de julio de 2007 como «un espacio desde el que construir democracia, desde el que generar otra política»: <http://patiomaravillas.net/>

10 Centro Social Autogestionado situado en la antigua fábrica de tabacos en Lavapiés (Madrid): <http://latabacalera.net/>

11 Conversaciones 15Mcc: <http://madrid.15m.cc/2012/01/conversaciones-15mcc-langdon-winner.html>

12 Movimientos sociales surgidos en España con el fin de reclamar el derecho a una vivienda digna, recogido en el artículo 47 de la Constitución española: http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_por_una_vivienda_digna_en_Espa%C3%B1a



pedagógica del movimiento. Los autores realizan un estudio del 15-M en Granada y hacen referencia a la creación de una «escuela de ciudadanía abierta [donde] se negocian y (re) construyen conceptos como los de justicia social, legalidad, ética, violencia [...], libertad, derechos y deberes de la ciudadanía, y soberanía popular». Los autores nos hablan de una 'escuela sin paredes' y de una 'escuela conectada' pero nos hablan sobre todo del sentido pedagógico y de la creación de una 'nueva cultura política' en la ciudadanía.

3. Justificación de esta investigación.

Tras la revisión bibliográfica realizada en torno a las dimensiones mediático-comunicacional y pedagógica del 15-M, podemos llegar a concluir que no existen trabajos que aborden el estudio del movimiento desde la perspectiva de la Comunicación Educativa. En la mayoría de los casos la comunicación se plantea como una herramienta que posibilita determinadas prácticas sociales, ya sea la transmisión de mensajes, la creación de espacios para el debate o la coordinación de actos de protesta. Desde esta perspectiva, los procesos comunicacionales que el 15-M ha llevado cabo a través de las redes de comunicación digital son entendidos como la causa de determinadas acciones cuyo efecto está siendo analizado desde múltiples enfoques, como señalábamos anteriormente. Este tipo de análisis nos permiten comprender cómo los usos activistas de la comunicación podrían estar generando nuevas prácticas sociales y nuevos espacios de interacción donde desarrollar dinámicas de democracia deliberativa en el marco de otras formas de organización social más horizontales y democráticas.

Sin embargo, pese a la relevancia de estos planteamientos, en ningún caso se ha realizado un análisis comunicativo-educativo del Movimiento 15-M; es decir, un análisis que aborde el estudio de la comunicación como un proceso de construcción de sentido, como una dinámica de producción cultural a través de la que se generan nuevos marcos de interpretación de la realidad. Marí (2012) señala al respecto que «la comunicación, entendida en el plano cultural, remite a la construcción de nuevas visiones de la realidad y al establecimiento de un combate cultural. Pero también apunta a la dimensión relacional de la comunicación, a su capacidad para establecer vínculos, de construir sentido». Se trataría, por tanto, de volver a pensar la comunicación como el epicentro de ese 'combate cultural' de construcción de sentido; como un proceso dinámico-relacional, implícitamente educativo; un proceso siempre en movimiento desde el que emergen nuevos símbolos, nuevos esquemas de pensamiento, nuevas formas de interpretar y actuar sobre la realidad social y política.

En este sentido, destacamos tres ideas fundamentales tomadas de la revisión bibliográfica sobre las dimensiones mediático-comunicacional y pedagógica del Movimiento 15-M, pues nos han resultado claves para configurar nuestro objeto de estudio: 1) el 15-M como un 'nuevo movimiento comunicacional' (Barranquero, 2014), 2) la comunicación como



un objetivo sociopolítico en sí misma (Marí, 2012; Candón, 2014) y 3) el 15-M como una escuela de 'aprendizaje político' (Sanz y Mateos, 2011; Hernández, Robles y Martínez, 2013) que podría estar impulsando procesos de 'maduración comunicacional' (Barranquero y Calvo, 2013) y de formación sociopolítica (Haro y Sampedro, 2011; Laraña y Díez, 2012; Klappenbach, 2012) y, en última instancia, una 'nueva cultura política' de la ciudadanía (Hernández, Robles y Martínez, 2013).

Estos planteamientos nos permiten abordar el estudio del Movimiento 15-M desde una perspectiva que aún no ha sido tratada en la literatura. Nos referimos a la confluencia de procesos comunicacionales y procesos de formación sociopolítica. Para emprender esta tarea, hemos acotado nuestro universo de estudio al contexto específico de los medios de comunicación surgidos a raíz de la aparición del Movimiento 15-M; concretamente, llevaremos a cabo el trabajo de campo en los siguientes proyectos de comunicación: la radio Ágora Sol, la plataforma audiovisual TomalaTele y el periódico Madrid 15-M. Asimismo, hemos definido nuestro objeto de análisis a partir de los conceptos de 'marcos para la acción colectiva' y 'cultura política' propuestos por William Gamson (1992); nuestro propósito es conocer de qué manera la participación en los procesos de producción de dichos medios de comunicación contribuye a la formación de la 'cultura política' de los participantes.

En suma, hablamos de la dimensión pedagógico-política implícita en los procesos comunicacionales que se ponen en práctica a través de los medios de comunicación surgidos al calor del Movimiento 15-M. Pretendemos, por tanto, analizar esa confluencia entre los procesos comunicacionales y los procesos de formación sociopolítica que podrían estar desarrollándose en medios como Ágora Sol Radio, TomalaTele y Madrid 15-M; un aspecto que es urgente investigar para comenzar a entender el verdadero alcance de las transformaciones que el 15-M podría estar generando y que, además, enriquecería significativamente el corpus teórico-práctico tanto de los estudios en Comunicación y Movimientos Sociales como de los estudios en Comunicación Educativa.

4. La cultura política como objeto de estudio.

Para definir nuestro objeto de estudio nos hemos basado en algunas de las teorías para el análisis de los movimientos sociales. Nuestro punto de partida ha sido el enfoque interaccionista de la teoría del comportamiento colectivo, un enfoque que tiene su origen en la Escuela de Chicago y que plantea los movimientos sociales como fuente de nuevas ideas y nuevos significados de los acontecimientos sociales y políticos (Laraña, 1996). En este sentido, la perspectiva interaccionista del comportamiento colectivo surge como respuesta a los planteamientos funcionalistas-estructuralistas y se aleja de teorías como la movilización de recursos o las oportunidades políticas, más centradas en interpretar las causas que motivan la aparición de un movimiento social y/o en explicar las estructuras



organizativas a través de las que se configura su identidad y su repertorio de acción que en comprender los procesos de producción cultural y de construcción de significados que estos colectivos llevan a cabo a través de sus acciones.

Desde la perspectiva interaccionista el tema central para el estudio de los movimientos sociales «es la aparición de nuevas construcciones de significados, procesos, normas y creencias [...]. La importancia de un movimiento [desde esta perspectiva] radica en su incidencia en los procesos de cambio social» (Gusfield, 1994, p. 96); es decir, se centra en el proceso a través del cual un movimiento social específico genera nuevos marcos para interpretar la realidad social y política. De este modo, este enfoque microsociológico sitúa la dimensión cultural y la dimensión cognitiva de los movimientos sociales en el centro del marco analítico. A partir de estas ideas e inspirado por la teoría de los frames de Gregory Bateson –desde la perspectiva cognitiva– y de Erving Goffman –desde la perspectiva cultural–, Gamson (1992) teoriza sobre los ‘marcos para la acción colectiva’ y sobre la noción de ‘cultura política’ para explicar la forma en la que los miembros de un movimiento social piensan y actúan sobre asuntos políticos.

Para este autor la ‘cultura política’ hace referencia al «conjunto de sistemas culturales disponibles para hablar, pensar, escribir y actuar en la política» (Gamson, 1992, p. 220). La ‘cultura política’ de los participantes en un movimiento social posee una estructura que Gamson denomina ‘paquete cultural’, una estructura conformada por un conjunto de dispositivos simbólicos en cuyo núcleo se encuentra una idea central o ‘marco’ que permite dar sentido a los elementos que conforman el ‘paquete’ así como organizar la experiencia y orientar la acción.

En este trabajo de investigación, nos hemos servido de la noción de ‘cultura política’ para definir nuestro objeto de estudio. Pretendemos identificar los marcos de interpretación y acción de las personas que participan en los procesos de producción de los medios de comunicación del Movimiento 15-M. Para ello, centraremos nuestro análisis en los ‘paquetes culturales’ de los participantes y, más concretamente, en los dispositivos simbólicos aprendidos a través de su participación en el medio. Cuando hablamos de ‘dispositivos simbólicos’ nos referimos tanto a los aspectos conceptuales (conocimiento de experiencias, aprendizaje de ideas, teorías, palabras, etc.), a través de los que los participantes interpretan la realidad social y política, como a los aspectos procedimentales (manejo de tecnologías, aprendizaje de medios, formas de organización, dimensión relacional, etc.), a través de los que los participantes actúan sobre dicha realidad social y política.

Los marcos de interpretación ‘de’ y acción ‘sobre’ la realidad social y política, nos permite centrar el análisis en los procesos comunicacionales mismos, en las dinámicas de producción cultural y en las prácticas sociales de construcción de significados. El objetivo es analizar la cultura política de los participantes y, a partir de este análisis, determinar



la influencia que ha tenido su participación en el medio, ya sea para reforzar su 'cultura política previa' o para transformarla. En este sentido, un aspecto fundamental de nuestro trabajo será observar las dinámicas de continuación/refuerzo y las dinámicas de ruptura/transformación entre la 'cultura política previa' y la 'cultura política aprendida' a través de la participación en los procesos de producción mediática. Asimismo, será fundamental observar las tensiones entre la 'cultura política grupal' y las 'culturas políticas individuales'.

5. El proceso etnográfico considerado para la metodología.

Para llevar a cabo nuestro proceso de investigación, hemos adoptado un enfoque etnográfico. El trabajo de campo comenzó a realizarse en el mes de diciembre de 2014 y la previsión es desarrollarlo hasta el mes de mayo de 2015. A continuación, exponemos las actividades realizadas durante este periodo divididas en tres fases principales; no obstante, estas actividades se están solapando y desarrollando simultáneamente en el momento de escribir estas líneas.

La primera fase, estuvo destinada a la revisión de materiales sobre el Movimiento 15-M. Se revisaron páginas web; grupos de Facebook; cuentas en Twitter; listas de distribución de los diferentes grupos, comisiones y asambleas; artículos de prensa; entrevistas en diferentes formatos, etc. Asimismo, se realizaron búsquedas en la web de los proyectos de comunicación que han surgido a partir del 15-M y se establecieron los criterios para seleccionar una muestra representativa de los mismos: medios de comunicación surgidos a raíz del Movimiento 15-M con plena actividad en la actualidad (difusión de contenidos, actividad en redes sociales, etc.).

En la segunda fase llevamos a cabo la inmersión en el campo. La etnografía requiere de la inmersión del investigador en el entorno objeto de estudio para conocer las interacciones cotidianas, las dinámicas organizativas y los códigos culturales de los participantes. Esta inmersión debe ser lo más natural posible con el fin de no entorpecer las actividades habituales del grupo; en este sentido, existen factores, como la distancia cultural o el origen social del investigador, que podrían causar rechazo entre los participantes hacia la actividad investigadora o, por el contrario, facilitar la inmersión en el campo. Por este motivo, ha sido fundamental poner de manifiesto tanto la cultura política como el origen social del investigador: contamos con una cultura política vinculada al activismo social y crecimos en un barrio obrero del extrarradio madrileño cuyas señas de identidad a nivel político se constituyeron a través de las luchas populares de los años 70 y 80.

Nos pusimos en contacto con tres de los participantes en cada uno de los medios de comunicación seleccionados. No teníamos referencias o conocimiento directo de ninguno de ellos por lo que la elección de las personas para esta primera toma de contacto no respondió a ningún criterio estratégico; sin embargo, esta primera toma de contacto



con nuestros 'informantes clave' ha sido fundamental para llevar a cabo el proceso etnográfico. Tuvimos un primer encuentro, de carácter informal, con el fin de presentarnos, mostrar la identidad del investigador y explicar los objetivos de esta investigación. Tras estos encuentros, realizamos una primera inmersión con cada uno de los grupos objeto de estudio: en el caso de TomalaTele, asistimos a una sesión de producción y a una asamblea general; en el caso de Ágora Sol Radio, a un programa en directo; y, en el caso de Madrid 15-M, a una reunión grupal por videoconferencia.

A partir de esta primera inmersión en el campo, pedimos acceso a los sistemas de comunicación internos de cada grupo. Comenzamos entonces un proceso diario de observación sobre las actividades, dinámicas informales y asambleas realizadas por los participantes en los tres medios de comunicación, tanto en entornos virtuales como en los espacios de interacción y producción presenciales. En cuanto a los entornos virtuales, estamos siguiendo las dinámicas de organización llevadas a cabo, sobre todo, a través de listas de correo y grupos de mensajería instantánea. En cuanto a los espacios presenciales, estamos realizando observación participante de los programas en directo de Ágora Sol Radio y participando activamente en las interacciones informales que llevan a cabo los participantes en contextos fuera de campo.

La tercera fase está dedicada a la realización de entrevistas en profundidad. Para ello, hemos elaborado un guión con el objetivo de conocer la 'cultura política' de los participantes. La estructura de la entrevista tiene dos partes; por un lado, se pretenden conocer los 'dispositivos simbólicos' que formaban el 'paquete cultural' del entrevistado antes de su participación en el medio; por otro lado, pretendemos conocer de qué manera ha cambiado su 'paquete cultural' a partir de dicha participación, es decir, qué nuevos dispositivos simbólicos se han aprendido y de qué forma los están usando para su actividad social y política.

6. Reflexiones preliminares.

Tras haber realizado varias sesiones de observación participante así como varias entrevistas a diferentes miembros de Ágora Sol Radio, podemos esbozar algunas reflexiones de carácter preliminar.

En primer lugar, destacamos la importancia de manifestar la identidad y la cultura política del investigador; en este sentido, la inmersión en el campo se ha realizado de una forma natural y sin entorpecer la dinámica habitual del grupo. Asimismo, el hecho de manifestar la identidad y la cultura política del investigador ha posibilitado una interacción activa con los participantes, tanto en procesos de producción mediática como en encuentros informales. En cuanto a los procesos de producción, los participantes en los diferentes programas de Ágora Sol Radio han sugerido la contribución del investigador en la



propuesta de contenidos y en el tratamiento informativo sobre algunos temas; asimismo, el investigador ha participado como locutor en varios programas en directo. En cuanto a las interacciones informales, hemos podido acceder a determinadas dinámicas fuera de campo que están resultando fundamentales para analizar la 'cultura política' de los participantes.

En segundo lugar, destacamos algunos aspectos observados en dichas interacciones informales. Concretamente, nos referimos a la constatación de la presencia de asuntos políticos y sociales en la mayoría de las conversaciones informales de los miembros del grupo así como a los códigos utilizados en estas conversaciones. Los participantes expresan su identidad política y manifiestan una continuidad/refuerzo entre su 'cultura política previa' y la 'cultura política adquirida' a través de su participación en el medio. Sin embargo, teniendo en cuenta la diversidad de influencias y la variedad de experiencias de vida en los miembros del grupo, podemos hablar del carácter heterogéneo y complejo de las 'culturas políticas' de este colectivo así como de posibles conflictos latentes entre las 'culturas políticas individuales' y la 'cultura política grupal'. Asimismo, hemos encontrado 'culturas políticas' que podríamos denominar defensivas y cerradas sobre sí mismas, en algunos casos, y 'culturas políticas' más flexibles y abiertas, en otros. No obstante, la mayoría de los participantes manifiesta la necesidad de seguir formándose a nivel social y político y, en este sentido, expresan la importancia que tiene para ellos la participación en un medio de comunicación con las características de Ágora Sol Radio.

En tercer lugar, destacamos las relaciones entre los grupos que conforman este medio de comunicación y grupos pertenecientes a otros medios y colectivos afines. Existen una serie de dinámicas y redes de colaboración de carácter mediático y social entre grupos y medios que aparentemente actúan sin conexión entre sí. Estas redes y estas dinámicas relacionales contribuyen también a la configuración de la 'cultura política' de los participantes. No sólo se intercambian materiales y recursos sino que también refuerzan la actividad de unos y otros a través de la redifusión de contenidos, de la colaboración directa de personas que participan en varios medios o grupos simultáneamente y mediante el apoyo mutuo en situaciones de reivindicación o de organización de actos de protesta. En este sentido, podemos empezar a pensar en una 'cultura política' que se ha ido conformando con el paso de los años a través de redes de colaboración tejidas entre multitud de proyectos de comunicación alternativa, autogestionada y asamblearia.

Bibliografía.

Adell, R. (2011). La movilización de los indignados del 15-M. Aportaciones desde la sociología de la protesta. *Sociedad y utopía. Revista de ciencias sociales*, 38, 141-170.



Arévalo, A. (2014): El movimiento social 15-M de España y la promoción de la protesta a través de sus vídeos en Youtube. *Historia y Comunicación Social*, 19, 153-163.

Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. Foro de Educación. *Pensamiento, cultura y sociedad*, 14, 157-175.

Barbas, Á. (2013). Volver a pensar la educomunicación. En Aranda, D. Creus, A. y Sánchez-Navarro, J. (Eds.). *Educación, medios digitales y cultura de la participación* (págs. 119-135). Barcelona: UOCPress

Barbas, Á. (2014). *La Educomunicación: Estado de la cuestión*. (Inédito).

Barranquero, A. (2014). Comunicación, cambio social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunicacionales. El caso del 15M. *COMMONS. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(1), 6-28.

Barranquero, A. y Calvo, B. (2013). Claves para comprender el 15-M: Comunicación, redes sociales y democracia deliberativa. *Diálogos de la Comunicación*, 86. Disponible en: http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2013/01/86_Revista_Dialogos_Claves_para_comprender_el_15-M.pdf

Bennett, L. y Segerberg, A. (2012). The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. DOI:10.1080/1369118X.2012.670661

Camuñas, M. (2014). Videoactivismo. La acción política cámara en mano. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/22696/>

Candón, J. (2013). Movimientos por la democratización de la comunicación: los casos del 15-M y #yosoy132. *Razón y Palabra*, 82. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/32_Candon_V82.pdf

Candón, J. (2014). Comunicación, internet y democracia deliberativa en el 15M. En Calleja-López, A., Monterde, A. Serrano, E. y Toret, J. (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 107-119). DOI: 10.7238/in3.2014.1

Casero-Ripollés, A. y Feenstra, R. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M. *Revista Comunicación y Hombre*, 8, 129-140.

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

Corsín, A. y Estalella, A. (2011). #spanishrevolution. *Anthropology Today*, 27(4), 19-23.

De la Rubia, R. (Ed.) (2011). *Hacia una revolución mundial no violenta. Del 15M al 15O*. Madrid: Editorial Manuscritos.



Domènech, X. (2011). Crisis de hegemonía y movimientos de resistencia. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 116, 63-74.

Domènech, X. (2014). *Asaltando muros. De movimientos sociales a movimientos sociopolíticos (2011-2014)*. ASPA, Asociación Andaluza por la Solidaridad y la Paz. Disponible en: <http://aspa-andalucia.org/asaltando-muros-de-movimientos-sociales-a-movimientos-sociopoliticos-2011-2014/>

Errejón, I. (2011). El 15-M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 2, 120-145.

Fernández-Savater, A. (2013). Política literal y política literaria: sobre ficciones políticas y 15-M. *Mediterráneo económico*, 23, 125-137

Flesher, C. (2014). *Social Movements and globalization. How protests, occupations and uprisings are changing the world*. London: Palgrave Macmillan.

Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge, USA: Cambridge University Press.

Ganuzá, E. y Robles, J. (2011). Internet y Deliberación: Dos ideas para comprender cómo afrontan los Indignados la participación política. *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, 38, 243-262.

García, P. y Muñoz, M. (2011). El 15M ante su encrucijada. *Filosofía, política y economía en el Laberinto*, 34, 39-50.

Gil, J. y Pérez, B. (2014). ¿Mercantilización o Revolución? Reflexiones en torno a la figura del streamer como nuevo sujeto prosumidor. En Calleja-López, A., Monterde, A. Serrano, E. y Toret, J. (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 16-36). DOI: 10.7238/in3.2014.1

Gusfield, J. (1994). La reflexividad de los movimientos sociales: una revisión de las teorías sobre la sociedad de masas y el comportamiento colectivo. En Laraña, E. y Gusfield, J., *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 93-117). Madrid: CIS.

Haro, C. y Sampedro, V. (2011). Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 8(2), 167-185.

Hernández, E., Robles, M.C. y Martínez, J.B. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M. *Comunicar*, 40, 59-67. DOI: 10.3916/C40-2013-02-06.

Hughes, N. (2011). 'Young People Took to the Streets and all of a Sudden all of the Political Parties Got Old': The 15M Movement in Spain. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 10(4), 407-413.



Juris, J. (2012). Reflections on #Occupy Everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American Ethnologist*, 39(2), 259-279.

Klappenbach, A. (10 de mayo de 2012). La pedagogía del 15-M. *Público.es*. Disponible en: <http://www.publico.es/espana/432512/la-pedagogia-del-15-m>

Laraña, E. (1996). La actualidad de los clásicos y las teorías del comportamiento colectivo. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, 74, 15-44.

Laraña, E. y Díez, R. (2012). Las raíces del Movimiento 15-M. Orden social e indignación moral. *Revista Española del Tercer Sector*, 20, 105-144.

Lawrence, J. (14 de mayo de 2013). El papel del movimiento 15-M en los orígenes de Occupy Wall Street. *Eldiario.es*. Disponible en: <http://www.eldiario.es/interferencias/15-M-Occupy-Wall-Street-6-132346774.html>

Marí, V. (2012). *Conectados, endeudados, indignados. Un análisis comunicacional del Movimiento 15-M*. Murcia: Foro Ignacio Ellacuría.

Melucci, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Pastor, J. (2011a). El movimiento 15-M: Un nuevo actor sociopolítico frente a la «dictadura de los mercados». *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, 38, 109-124.

Pastor, J. (2011b). (3 de julio de 2011). Indignación, legitimidad y desobediencia civil. *Cuarto Poder*. Disponible en: <http://www.cuartopoder.es/tribuna/indignacion-legitimidad-y-desobediencia-civil/1529>

Pastor, J. (2013). El Movimiento 15M en Madrid, 2012. En Aguilar, S. (Ed.), *Anuario del conflicto social 2012* (pp. 205-214). Barcelona: Observatorio del conflicto social.

Pérez, B. (2014). El streamer, entre el periodismo ciudadano y ciberactivismo. En Calleja-López, A., Monterde, A. Serrano, E. y Toret, J. (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 64-75). DOI: 10.7238/in3.2014.1

Postill, J. (2013). *The uneven convergence of digital freedom activism and popular protest: a global theory of the new protest movements*. Melbourne: RMIT University. Disponible en: <http://rmit.academia.edu/JohnPostill>

Postill, J. (2014a). Democracy in the age of viral reality: a media epidemiography of Spain's indignados movement. *Ethnography*, 15(1), 51-69. DOI: 10.1177/1466138113502513

Postill, J. (2014b). Freedom technologists and the new protest movements. A theory of protest formulas. *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*, 20(4), 402-418. DOI: 10.1177/1354856514541350



Quintana, Y. (2014). La batalla de las historias. Análisis de las prácticas de comunicación del 15M. En Calleja-López, A., Monterde, A. Serrano, E. y Toret, J. (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 76-106). DOI: 10.7238/in3.2014.1

Sanz, J. y Mateos, Ó. (2011). 15-M: Apuntes para el análisis de un movimiento en construcción. *Revista de Fomento Social*, 263(66), 517-544.

Serrano, E. (2014). El 15M como medio: autoorganización y comunicación distribuida. En Calleja-López, A., Monterde, A. Serrano, E. y Toret, J. (Eds.) (2014). *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 120-133). DOI: 10.7238/in3.2014.1

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

Tascón, M. y Quintana, Y. (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Los libros de La Catarata.

Toret, J. (Coord.) (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Disponible en: <http://in3wps.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878>

Treré, E. (2013). #YoSoy132: la experiencia de los nuevos movimientos sociales en México y el papel de las redes sociales desde una perspectiva crítica. *Educación Social. Revista de Intervención Socioeducativa*, 55, 112-121.

Tufte, T. (2012). Hacia un renacimiento de la comunicación para el cambio social. Redefiniendo la disciplina y la práctica en la era post-«Primavera Árabe». En Martínez, M. y Sierra, F., *Comunicación y desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 85-109). Barcelona: Gedisa.

Vila, N. (2014). Producción audiovisual en torno al 15M y cultura libre: revueltas 2.0. En Calleja-López, A., Monterde, A. Serrano, E. y Toret, J. (Eds.), *15MP2P. Una mirada transdisciplinar del 15M* (pp. 54-63). DOI: 10.7238/in3.2014.1

