

# Un medio y un fin: La trascendencia de internet para el movimiento 15M

José Candón Mena  
Universidad de Sevilla

## 1. Introducción

Internet y las TIC recorren transversalmente al movimiento 15M. Más allá del uso de las herramientas tecnológicas por parte del movimiento, asuntos relacionados con las TIC se encuentran desde las causas del descontento hasta las propuestas políticas del movimiento.

A los diferentes niveles de uso de las TIC para la difusión de la convocatoria del 15 de mayo y de las protestas posteriores, para la organización del movimiento en el plano virtual y como complemento a la organización física en las acampadas y asambleas de barrio, para el debate y toma de decisiones o para la protesta virtual en forma de ciberactivismo, hay que añadir la influencia de las TIC en la configuración de los marcos simbólicos y la identidad colectiva del movimiento, las aportaciones del 15M a la innovación tecnológica, la identificación cultural de los activistas con el medio o las propuestas políticas inspiradas en la red y las posibles aplicaciones de las TIC para llevarlas a cabo.

Postulamos por tanto que internet no es solo una herramienta para el 15M, así como que en el plano instrumental su uso desborda el ámbito comunicativo para abarcar también el plano organizativo o incluso el de la acción colectiva en sí misma. El 15M reclama “Democracia Real Ya” y, como afirma una activista, “internet es la democracia”. La red está en el corazón de un movimiento que no solo la usa; la aprecia, la defiende, la mejora, se identifica con ella y se inspira en la misma para sus propuestas políticas e ideológicas.

En resumen, postulamos que existe una relación entre el movimiento y la tecnología no solo instrumental, sino también cultural. En las siguientes líneas trataremos de analizar la relación entre el 15M y las TIC en ambos planos, tratando de perfilar e ilustrar con ejemplos concretos la complejidad de estas relaciones.

## 2. Internet como causa de la indignación

No cabe duda de que la situación económica, política y social –la crisis, el paro, la precariedad, la vivienda o la corrupción– fueron, *grosso modo*, las causas que motivaron el sentimiento de indignación que provocaría el surgimiento del movimiento<sup>21</sup>. El lema de la convocatoria, “¡Democracia Real Ya! No somos mercancías en manos de políticos y banqueros”, apunta directamente a la crisis política y económica como causantes de la situación.

Sin embargo, otros temas concretos como la Ley Sinde y las luchas por la libertad en internet son también causantes del descontento. Aunque menos relevantes para el grueso de los activistas, buena parte del grupo más activo percibe la libertad y neutralidad de la Red como un asunto de primer orden. Que la campaña #nolesvotes contra la Ley Sinde fuera uno de los antecedentes del 15M y la red de activistas y blogueros creada en torno a ella una de las promotoras agrupadas en la Plataforma convocante es buena prueba de ello.

La Ley Sinde o las revelaciones de Wikileaks acrecientan la indignación de los sectores que posteriormente se movilizarán en el 15M. Sin ser causas principales del descontento, estos asuntos sí que resultan relevantes y son incluso ejemplarizantes de un descontento más amplio.

Así, la lucha contra la Ley Sinde dará lugar a la campaña #nolesvotes, uno de los antecedentes destacados del 15M. Un movimiento por la libertad de información en la Red terminará politizándose respecto a temas más generales, de forma que, si al principio el lema #nolesvotes mostrará el rechazo a los partidos que aprobaron la Ley Sinde, finalmente acabará refiriéndose a los partidos mayoritarios y sus socios habituales mostrando un rechazo más general que incluye su gestión de la crisis o los casos de corrupción. Políticamente la aprobación final de la Ley Sinde pondrá en evidencia la connivencia de los dos grandes partidos para acabar pactando entre ellos medidas con un amplio rechazo social. Tras un amplio movimiento de protesta en internet que consigue éxitos concretos y, finalmente, la paralización de la ley gracias a la presión sobre los diputados que, el 22 de diciembre de 2010, dejan al PSOE en solitario y sin la mayoría necesaria para su aprobación, en febrero de 2011 el PSOE logra el apoyo del PP y CIU para su aprobación. La frustración por la votación final de la ley tras su primera paralización, así como el apoyo final de PP y CIU tras las anteriores críticas al PSOE, evidenciarán el cierre de los grandes partidos y las instituciones ante las reclamaciones ciudadanas, una idea que expresará ampliamente el 15M. Así lo expresa uno de los activistas entrevistados:

---

<sup>21</sup> En otra publicación (Candón, 2013) he resumido con algunos datos el contexto que propició el surgimiento de las protestas, páginas 11-20.

*Ley Sinde y el #nolesvotes han jugado un papel muy, muy importante en lo que era la constitución del 15M en los primeros días, pues se vio en esa ley que PP, PSOE, CIU y no sé si PNV pero bueno, que partidos políticos se unían para hacer una ley que la mayoría de la ciudadanía no quería. Y que viene de lejos todo esto.*

Un asunto relacionado con internet será por tanto uno de los detonantes inmediatos del movimiento. Pero más allá de la inclusión de este asunto entre las causas del descontento, la lucha contra la Ley Sinde creará algunas de las primeras redes de movilización que confluirán el 15 de mayo. También será importante la experiencia del activismo digital en la lucha contra la ley y, más ampliamente, de las luchas de los últimos años contra la SGAE y las entidades de gestión de derechos de autor que promueven leyes restrictivas sobre la libertad de información en internet (Padilla, 2012). El éxito, aunque fuera fugaz, de la paralización de la Ley mostrará la eficacia del ciberactivismo incorporando estas experiencias al repertorio de protesta del 15M.

### **3. Marcos simbólicos e identidades colectivas construidas en la interacción digital**

Para que surja la movilización es preciso que, previamente, el movimiento comparta una definición social de la situación, que construya socialmente la realidad (Berger y Luckmann, 1986). Que genere unos marcos simbólicos compartidos para definir el problema y a los adversarios (marco de diagnóstico o de injusticia) y la estrategia para solucionarlo (marco de acción o de pronóstico) a través de la acción colectiva (Gamson, 1988; Hirschman, 1991; Snow y Benford, 1988; Klandermans, 1988). Por último, el movimiento debe compartir una identidad colectiva que refuerce su sentimiento de pertenencia y solidaridad (Melucci, 1999).

La injusticia por sí misma no genera la movilización. A las condiciones objetivas deben unirse unas condiciones subjetivas que impulsen a la acción. Hay que pasar, en términos marxistas, de la condición de clase (Marx) a la conciencia de clase (Gramsci) y la movilización (Lenin). La injusticia debe ser percibida en una primera fase de “formación del consenso” previa a la acción que se daría en una etapa posterior de “movilización del consenso” (Klandermans, 1988). De esta forma el movimiento pasa del estado “latente” al estado de “actividad” (Melucci, 1999).

La construcción colectiva de los marcos simbólicos y la identidad colectiva del movimiento requiere del diálogo y la negociación de los códigos culturales (construccionismo social) en el seno del grupo, en las “redes sumergidas” del movimiento (Melucci, 1999).

En este proceso de diálogo y negociación las redes digitales adquieren un papel protagonista que desborda al jugado por los medios tradicionales. Mientras que en éstos la recepción de los mensajes es básicamente pasiva, la interactividad de la red permite no solo la difusión de las causas de indignación antes descritas, sino la negociación de una interpretación común sobre las mismas y posteriormente de una propuesta de acción conjunta para solucionar los problemas planteados.

Las ideas y propuestas son debatidas y socialmente construidas en el seno de las “comunidades virtuales” (Rheingold, 1996) donde los actores se socializan, construyen un discurso común e interpretan la realidad. En esta etapa de “formación del consenso” y de construcción de “marcos interpretativos” comunes juegan un papel destacado las Redes Sociales en Internet (RSI), los foros o los agregadores de noticias. **En ellos podemos identificar auténticas “comunidades virtuales” con cierta estabilidad y marcos comunes de significados, así como una cierta identidad colectiva. En estos espacios virtuales se establecen “agendas periféricas” (Sampedro, 2005) construidas socialmente en contraste con la noción de *agenda-setting* de los medios tradicionales (McCombs, 2006), por lo que contribuyen a la formación del consenso y la indignación. Una agenda mediática más permeable por tanto a la agenda ciudadana en la que se manifiesta la interpretación socialmente construida de las informaciones mediáticas preconizada por la Escuela de Chicago (Park y Burgess, 1921; Blumer, 1969), se observa la influencia de nuevos “líderes de opinión” (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944) que actúan como mediadores intermedios entre los medios y el público, las mediaciones del receptor y el papel activo de la audiencia estudiadas por los *Cultural Studies* (Williams, 1958; Thompson, 1963; Martín-Barbero, 1987; García Canclini, 1990) o el papel de los medios alternativos desde la perspectiva de la Comunicación Popular (Freire, 1973; Pasquali, 1972).**

Por tanto, en internet se refuerza el sentimiento de indignación, pero sobre todo se construyen estos marcos simbólicos que impulsan a la acción. El movimiento 15M señala a los “políticos y banqueros” como responsables de la crisis (marco de injusticia), llama a la movilización con el lema “toma la calle” (marco de acción) y, por último, se define a sí mismo como “los indignados” (marco de identidad) **adquiriendo por tanto una identidad colectiva como grupo.**

Respecto al papel de internet en este sentido podemos señalar, en primer lugar, su contribución al ecosistema mediático como canal de difusión de informaciones causantes del descontento, pero, sobre todo, su papel para la negociación de las interpretaciones comunes sobre la información recibida que generarán marcos simbólicos e identidades compartidas que, en último término, configurarán al movimiento y lo impulsarán a la acción.

Respecto al primer punto, es preciso matizar que la percepción de la situación calificada como injusta (paro, precariedad, desahucios, corrupción, etc.) no depende ni mucho menos de internet como medio particular. Los medios tradicionales difunden ampliamente información relacionada con estos temas y además las personas los viven de forma cotidiana. La red no es sino un medio más en un ecosistema mediático complejo que junto a la realidad vivida de la ciudadanía configura el relato de la crisis política, económica y social que perciben los ciudadanos. Así que en este ámbito solo podemos señalar la contribución particular de las redes digitales. El papel de la red se basa en que muchos de los temas causantes de la indignación alcanzan una mayor relevancia en la misma e incluso es a través de ella que llegan a publicarse en los medios tradicionales.

El caso más destacado serían los escándalos destapados por Wikileaks. Es a través de las redes digitales que se conocen algunas actuaciones censurables de la clase política que luego son recogidas por los medios tradicionales. A través de Wikileaks se conocerá por ejemplo la presión del gobierno estadounidense sobre el sistema político y judicial español, entre otras cosas respecto a la aprobación de la Ley Sinde antes citada, que por el desvelado papel del embajador norteamericano Joe Biden, pasará a ser denominada Ley Biden-Sinde por los activistas contrarios a la misma. Las filtraciones de un medio digital como Wikileaks reforzarán por tanto la indignación de los activistas sobre un tema también relacionado con el mundo digital como la Ley Sinde. Pero también revelarán otros asuntos que motivarán el descontento social, como la injerencia política en la justicia en el caso Couso o incluso el papel de los medios tradicionales **a los que Wikileaks arrebató el protagonismo en su supuesta labor de cuarto poder que desvela al público las intrigas inconfesables del poder político.**

Aparte de Wikileaks, las redes digitales en general desvelarán otras causas de descontento. Un ejemplo sería la votación en el Parlamento Europeo en contra de que los eurodiputados volaran en clase turista. Esta información es desvelada a través de las redes y mediante ellas la crítica a los eurodiputados que vuelan en primera clase salta a la agenda de los medios tradicionales<sup>22</sup>. **Podemos**

---

<sup>22</sup> El periódico el País titula “Los eurodiputados quieren seguir volando en primera” y subtítulo “La medida causa indignación en la red y el PSOE rectifica su voto”. En el texto de la noticia se puede leer que “la noticia ha corrido como la pólvora por internet, y la indignación de los usuarios de la red social Twitter contra unos políticos que no se quieren apretar

**afirmar, por tanto, que aunque los motivos de descontento son difundidos por todo el ecosistema mediático, la red aporta su granito de arena difundiendo asuntos obviados por los medios tradicionales pero percibidos como importantes por buena parte de la ciudadanía.**

No obstante, respecto al segundo punto apuntado arriba, la contribución más evidente de las redes digitales estará en las posibilidades para interpretar y debatir colectivamente el conjunto de informaciones difundidas por los medios, incluidos los convencionales.

Un ejemplo interesante sería el del agregador de noticias meneame.net. Como indicamos anteriormente esta web constituye una auténtica “comunidad virtual” en la que los usuarios habituales establecen verdaderas relaciones sociales. Aunque no comparten el mismo espacio físico, sí que comparten un espacio virtual o ciberespacio. Según Rheingold (1996) las comunidades virtuales emergen cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio.

En este sentido, Colle (2000) distingue dos tipos de comunidades virtuales: la pseudocomunidad formada por todas las personas que usan con cierta frecuencia un mismo canal, comparable con la comunidad de los suscriptores de una revista en su nivel mínimo de interacción; y la comunidad digital formal con muchos de los componentes que caracterizan una verdadera comunidad social; objetivos, valores, lenguaje y experiencias comunes, así como un cierto espacio, aunque éste es la red y no un espacio físico limitado. Este tipo de comunidades formales cumpliría la necesidad de que la interrelación sea mantenida y genere la confianza y empatía propias de los espacios realmente comunitarios.

Algunos autores (Wellman, 2001) prefieren el concepto de “ciberlugar” para subrayar la corporeidad y la continuidad entre espacios físicos y virtuales. El ciberlugar, como el ciberespacio, estaría definido por la interacción, pero una interacción explícitamente corpórea y percibida como tal en el espacio y en el tiempo. Una interacción que no se limita al uso compartido de un mismo medio sino a una verdadera relación mantenida entre un cierto grupo de personas que se comunican asiduamente.

El ciberespacio o ciberlugar, con las posibilidades de interacción, la horizontalidad o la bidireccionalidad de las TIC, se configura como un verdadero espacio de comunidad, una “comunidad sin proximidad” según Webber (1963), en contraste con los medios masivos

---

el cinturón ha convertido en Trending Topic en España (es decir, el tema más comentado) la etiqueta #eurodiputadoscaraduras”.

tradicionales en los que la unidireccionalidad establece relaciones mediadas y no directas entre los individuos que conforman un público atomizado y masivo<sup>23</sup>.

En definitiva, el “espacio de los flujos” de internet no sustituye al “espacio de los lugares” (Castells, 2005) sino que el ciberespacio y los lugares físicos de encuentro constituyen hoy un ámbito complementario para la generación de comunidades y solidaridades compartidas que pueden impulsar la acción colectiva.

La existencia de una verdadera comunidad de usuarios en meneame.net se manifiesta tanto en el uso de un lenguaje propio (como por ejemplo el término “karmawhore” que designa a los usuarios ansiosos por mejorar su “karma”<sup>24</sup>, así como frases hechas utilizadas en los comentarios como “disfruten lo votado” o “es su cultura y hay que respetarla”) como en los diálogos entre participantes que se conocen por su historial en la página. Mediante los votos (meneos) a las noticias enviadas a la web, un *gatekeeper* (Lewin, 1935) colectivo construye una agenda alternativa o “periférica” (Sampedro, 2005), seleccionando noticias publicadas tanto en los medios convencionales digitales como en blogs y medios alternativos. Más importante aún son los comentarios a las noticias en las que los “líderes de opinión” con un elevado “karma” reinterpretan la información, a veces desmintiendo o modificando sustancialmente el sentido de la información publicada. En el caso del 15M, meneame.net fue una de las comunidades de internet más activas en la promoción de las protestas hasta el punto de que los administradores del sitio crearon una nueva etiqueta, #15m, para categorizar las noticias del movimiento. Pero es destacable especialmente el papel de esta comunidad antes de las movilizaciones como espacio de debate, filtrado y reinterpretación de la información mediática que alimentará el sentimiento de indignación en la etapa de formación del consenso previa a la protesta del 15 de mayo.

Un proceso similar al de menéame u otros agregadores de noticias se da en las RSI como Feccebook o Twitter. En la primera, la agenda de informaciones que compone la actividad de la página viene definida por lo que publican y comparten los contactos, por tanto la información es filtrada por el contexto social de los usuarios. La segunda sería más abierta al debate especialmente mediante el uso de etiquetas (*hashtag*) que enmarcan conversaciones colectivas sobre determinados temas.

Así, mientras que el *twitteo* es visible para todos los usuarios, la información en Facebook está circunscrita a los contactos personales y por tanto mucho más fragmentada en relación a las redes de

---

<sup>23</sup> Sobre la importancia de estos nuevos espacios de socialización tras la crisis de los espacios tradicionales (la fábrica, el barrio) derivada del postfordismo, ver el artículo Díaz y Candón (2014).

<sup>24</sup> Karma es el sistema de puntuación del prestigio social obtenido en meneame.net

contactos de cada usuario. Por otra parte en Facebook la interacción se sitúa en un bajo nivel de coste y compromiso, como es la simple adhesión.

Algunos autores (Putnam, 2002) advierten de la posible “balcanización” de la opinión pública, debido a la creación de guetos informativos en los que las personas solo escuchan lo que quieren oír, lo que podría reforzar las opiniones propias y **crear un fuerte antagonismo hacia el exterior. No hay que olvidar sin embargo que los usuarios actúan en un ecosistema mediático complejo en el que, además de la información filtrada que reciben en las redes sociales, consumen información de los medios tradicionales. Además en éstos también se da un proceso de reforzamiento de opiniones propias debido a que, en general, la gente elige los medios que concuerdan con sus opiniones previas, a la vez que el consumo de éstos refuerza dichas opiniones. Es más, en la red es posible una mayor permeabilidad a informaciones no buscadas debido a la amplia disposición de fuentes así como a las posibilidades de interacción.**

En la red se genera así tanto capital social inclusivo como exclusivo (Putnam, 2002), pero **dejando al margen el debate sobre las posibles consecuencias negativas podemos afirmar que la esfera pública periférica formada por las TIC como internet y la telefonía móvil, resulta más plural, menos jerárquica y multidireccional. En ella se daría una “deliberación popular directa” en la que el público se expresa sin la mediación o al margen de los comunicadores profesionales. Una “deliberación de enclave” (Sunstein, 2003) que constituiría el “núcleo duro” capaz de romper la “espiral del silencio” (Noelle-Neumann, 2003). Esta esfera pública periférica ha mostrado ya su capacidad de imponerse a la esfera pública central, especialmente en momentos de crisis en los que los medios han fracasado en su misión de guardianes de la agenda pública, por ejemplo en el 13M (Sampedro, 2005).**

El descontento disperso es compartido, debatido e interpretado colectivamente en el entorno digital. Frente al aislamiento experimentado en la recepción de los medios tradicionales, la interactividad de los nuevos medios permite la construcción de experiencias comunes que animan a la acción, a superar el “umbral de rebeldía” (Watts, 2006) cuando un grupo suficiente de personas sienten que no están solas y que por ello se reducirán los costes de la acción colectiva. Como resume un activista:

*Este movimiento sucede porque varias personas aisladas pensando que están locas en sus casas porque ya no están conformes con nada, de repente gracias a la Red se dan cuenta de que no están solas.*

#### **4. La preparación y difusión de la convocatoria a la acción**



La recepción de informaciones desde el ecosistema mediático y especialmente el proceso de debate e interpretación colectiva en los medios digitales es el caldo de cultivo para la movilización. Las redes sociales jugaron un papel determinante en la generación de un sentimiento común. El marco de injusticia o el diagnóstico compartido de la situación estaba bien definido, pero era necesario un grupo que lo hiciera explícito, que dotara al grupo de una identidad colectiva más definida que impulsara a la acción. En este punto pasamos de la generación más o menos espontánea de un consenso difuso sobre los problemas plantados y sus culpables, a la creación consciente de un grupo dispuesto a actuar sobre ellos, de la latencia a la actividad.

Erróneamente podría considerarse que el 15M pasa a su etapa activa justo el 15 de mayo cuando por primera vez toma las calles en una masiva movilización. Sin embargo, el verdadero paso a la acción sucede mucho antes cuando un grupo reducido de activistas comienza a perfilar la convocatoria y difundirla. El 15 de mayo se activará el grueso del movimiento, pero su germen llevaba meses trabajando. De acuerdo con Melucci, considerar el 15 de mayo como origen del movimiento es caer en la **“miopía de lo visible”, en ver solo el desarrollo y la acción pública del movimiento sin atender a las fases previas de construcción cultural y acción soterrada que explica el surgimiento de la movilización.**

**El paso a la acción es por tanto obra de un grupo reducido de activistas organizados por una causa común, los “madrugadores” descritos por Tarrow (1994).** El sentimiento de injusticia y la conciencia de grupo debe organizarse en un grupo real que lleve a cabo la acción colectiva y por ello la importancia de la organización es tan destacada por los teóricos de la teoría de movilización de recursos (McCarthy y Zald, 1979), aunque ya en el movimiento obrero autores como Lenin insistieron en la necesidad de la organización para llevar a cabo la movilización.

No obstante, a diferencia de las organizaciones formales como las descritas por McCarthy y Zald o las propias del movimiento obrero clásico (partidos y sindicatos), los nuevos movimientos como el 15M están más bien protagonizados por redes o áreas de movimiento, como una red de grupos que comparten una cultura de movilización y una identidad colectiva. **Son “redes sumergidas” (Melucci, 1999) que se mantienen en estado latente y que adquieren visibilidad en los episodios de movilización.**

Para este tipo de organización horizontal, reticular y participativa, internet se convierte en una infraestructura comunicacional idónea ya que comparte los mismos principios constitutivos. En este sentido, Castells (2006) define la era de la información como “un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red”.

Howard Rheingold (2004) acuñó el término “smart mobs” para definir las acciones colectivas organizadas a través de móviles e internet. Urrutia (2003) habla de las “ciberturbas” como “la culminación en la movilización en la calle 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”. Los promotores de la movilización son lo que Lasén y Martínez denominan las “masas híbridas politizadas” (2008). Surgen así “multitudes” (Negri y Hardt, 2004) capaces de “organizarse sin organización”, movilizaciones autoorganizadas y fenómenos de “emergencia” (Johnson, 2008) que reclaman su papel en la movilización social.

En el inicio de la actividad del 15M, **unos tres meses antes del 15 de Mayo (20 de febrero), se crea en la red social de Facebook el grupo “Plataforma de coordinación de grupos pro-movilización ciudadana” en el que comienzan a coordinarse diversos grupos activistas y se decide la convocatoria del 15 de mayo. Incluso antes de ello, en diciembre de 2010, se crea el grupo de Facebook y el blog de Juventud en Acción que luego se sumará a la Plataforma. El grupo de Facebook de la Plataforma es utilizado para organizar la protesta y para redactar conjuntamente el lema, el manifiesto y los detalles de la movilización. Aunque se producen reuniones físicas entre los promotores, el contacto entre ellos y la mayoría del trabajo realizado se organiza y coordina en la red.**

Los movimientos son acumulativos, por tanto habría que matizar que en la Plataforma que luego se convertirá en “Democracia Real Ya” (DRY) se congregan también movimientos singulares que ya habían llevado a cabo procesos de movilización en el espacio público, como por ejemplo Juventud Sin Futuro. La denominación de un movimiento particular no debería llevarnos a considerar cada episodio de movilización de forma aislada. Podemos definir “olas de movilización” (Koopmans, 2004) en las que cada episodio de movilización se construye sobre la experiencia, los discursos, las prácticas e incluso las redes organizadas de los anteriores. Lo que logra el 15M es aglutinar como ningún otro precedente el sentir expresado en movimientos como el de la Vivienda Digna, Juventud Sin Futuro, Estado de Malestar, Anonymous, #nolesvotes, etc., así como el apoyo de organizaciones formales como ATTAC, la **Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), Ecologistas en Acción, colectivos estudiantiles** o asociaciones vecinales.

Teniendo en cuenta esto, en referencia al 15M como tal es la Plataforma la que traduce el sentimiento de injusticia generado en una identidad colectiva más definida y sobre todo en una llamada concreta a la acción. En cuanto a la identidad, en línea con los nuevos movimientos sociales (Calle, 2005), la Plataforma apela a una identidad abierta e inclusiva:

*No somos ni de izquierdas, ni de derechas [...] unos nos consideramos más progresistas, otros más conservadores. Unos creyentes, otros no. Unos tenemos ideologías bien definidas, otros nos consideramos apolíticos*<sup>25</sup>.

De esta forma logra aglutinar a personas de diversas sensibilidades en torno a un proyecto común. Una estrategia que se ha destacado como uno de los principales aciertos del 15M.

Si comparamos la convocatoria del 15 de mayo con otras experiencias de movilización a través de las TIC en el contexto español, podemos apreciar que a pesar de las diferencias existe un nexo común. Considerando el 13M, el movimiento por la Vivienda Digna y el 15M como ejemplos paradigmáticos, lo primero que podemos constatar es que en cada caso se usó la tecnología disponible o una de las más populares en ese momento, tecnologías que en solo una década han cambiado de forma considerable. Así, el 13M fueron determinantes los mensajes de texto SMS para convocar a la manifestación en la calle Génova mientras que el Movimiento por la Vivienda se convocó a través de cadenas de correo electrónico. El 15M sin embargo difundió su convocatoria básicamente a través de las RSI, en concreto Facebook. No sería demasiado aventurado pronosticar que, en el caso de haber estado disponible, ese podría haber sido el canal de difusión principal para la primera sentada convocada el 14 de mayo de 2006 por el movimiento por la vivienda, mientras que más probable aún hubiera sido que el 13M se convocara vía Whatsap.

Pero lo relevante en cuanto al uso de estos tres medios específicos para convocar las protestas (SMS, correo electrónico y Facebook) no es solo la adaptación de los activistas al desarrollo tecnológico acelerado, sino el contenido y la forma de convocar en cada uno de los episodios analizados, que guarda relación con apelaciones a una identidad colectiva abierta e inclusiva.

En este sentido es importante señalar que tanto el 13M como el movimiento por la Vivienda fueron convocados anónimamente y de forma individual, mientras que el 15M fue convocado de forma colectiva por una Plataforma concreta aunque desconocida para casi todos. Como ya he apuntado en otra ocasión (Candón, 2009) el anonimato de estas convocatorias resulta crucial en términos identitarios. Al desconocerse la propia identidad del convocante:

---

<sup>25</sup> Manifiesto de la Plataforma Democracia Real Ya!. Ver <http://www.democraciarealya.es/manifiesto-comun>

*Todas las identidades pueden sentirse reflejadas si lo están respecto al asunto de la movilización. No existen añadidos identitarios más allá del tema en cuestión que puedan provocar conflictos entre grupos y actores sociales diversos. Al no haber identificación, todos se sienten identificados. Cada uno enmarca la movilización según sus propios intereses, ideas e identidades grupales o individuales. Este anonimato favorece la coordinación entre redes diversas que colaboran, consciente o inconscientemente, en una movilización común. Una “nube de mosquitos” en palabras de Naomi Klein (2001). Así, la red descentralizada de Internet o los SMS, utilizada por las redes sociales, se materializa en una movilización descentralizada.*

El nexo común entre las convocatorias anónimas anteriores y la del 15M es el esfuerzo por mantener esa identidad abierta, pluralista e inclusiva que se refleja en el manifiesto de la Plataforma. A diferencia de los casos anteriores, la Plataforma realiza un trabajo previo de movilización, que ya no es espontánea como en los otros ejemplos. En el movimiento por la vivienda o el 13M los activistas se movilizaron básicamente de forma individual y la propia convocatoria se difundió entre ellos de manera personal. La primera movilización es en ambos casos el nacimiento del movimiento (y podríamos decir el final en el caso del 13M que es más bien una movilización puntual aunque sus efectos fueron determinantes para el cambio de gobierno). No sucede exactamente así en el caso del 15M en el que previamente un grupo organizado, o más bien una coordinación de colectivos y activistas individuales, había preparado la movilización (que de hecho y a diferencia de las anteriores había sido formalmente notificada a las autoridades).

En cualquier caso, la Plataforma define en primera instancia la identidad del grupo como actor social. Posteriormente el movimiento adoptará la denominación de “los indignados” que le aplicarán los medios de comunicación<sup>26</sup>. Lo relevante es que a través de la red la Plataforma construye un sujeto político que comparte la definición de la situación común construida previamente.

A la vez la Plataforma construye un marco de acción y llama a “tomar la calle” con una convocatoria concreta. La convocatoria es difundida básicamente por las redes sociales. El grupo organizado de los activistas y colectivos adheridos a la Plataforma **tuvo por tanto un papel mucho más activo en la difusión de la misma, aplicando un gran conocimiento del funcionamiento de las redes sociales para ampliar la difusión. Si bien en los referentes anteriores como el 13M o el**

---

<sup>26</sup> El libro “¡Indignaos!” (Indignez-vous! en el original en francés) escrito por Stéphane Hessel sirve a los medios para nombrar al movimiento como “los indignados” aunque la influencia de la obra es relativa y los planteamientos de Hessel —que apuesta por reforzar a los partidos socialdemócratas— tengan notables diferencias con las propuestas del movimiento quincemayista. Ver reseña en Candón, 2011a.

movimiento por la vivienda fueron diversos los canales utilizados, no fue ésta una estrategia concebida a priori sino fruto de la iniciativa de personas que colaboraron posteriormente en la replicación del mensaje, por lo que la estrategia multicanal fue más limitada. En el 15M sin embargo, a pesar del predominio de la red social de Facebook, la difusión se combinó con la de otras redes como Tuenti y especialmente Twitter, así como mediante una página web y cadenas de mensajes tanto de correo electrónico como de telefonía móvil, aunque de forma mucho más marginal. La adhesión de organizaciones preexistentes sumó además sus propios canales a la difusión de la convocatoria. Por otra parte hubo un trabajo importante de comunicación por medios ajenos a la red como la cartelería, si bien esta fue coordinada a través de internet donde podían descargarse modelos de carteles para imprimir y pegar.

Facebook y Tuenti, Twitter, YouTube y la propia web [democraciarealya.es](http://democraciarealya.es) fueron algunos de los principales medios utilizados, a los que hay que sumar las múltiples referencias en blogs personales, páginas de colectivos, agregadores de noticias como [meneame.net](http://meneame.net) e incluso la publicación de noticias en medios convencionales, donde pueden encontrarse noticias que se remontan hasta marzo<sup>27</sup>.

El resultado de todo ello fue una gran difusión de la convocatoria que incluso en prensa escrita, antes de celebrarse las manifestaciones, alcanzó 37 menciones el mismo 15 de Mayo<sup>28</sup>. La teoría de redes (Watts, 2006; Ugarte, 2007) nos enseña como la propia estructura de la red influye en el comportamiento de los actores sociales, tanto promoviendo la difusión del mensaje como creando expectativas o generando confianza para superar el “umbral de rebeldía” de los receptores, haciendo que participen en la movilización.

En el caso del 15M hay que destacar que la convocatoria parte de un “cluster” o subred activista, al contrario de otras anteriores surgidas de forma anónima. Un cluster es un agrupamiento, una subred de nodos muy conectados entre sí pero que mantienen además la conexión con el resto de la red.

El éxito de la convocatoria depende en primer lugar de factores políticos (el contenido, la oportunidad política del momento, el contexto de indignación, etc.), pero su difusión por las redes sociales es condición necesaria para el éxito de la misma. En el caso del 15M ésta surge de un núcleo activista bien conectado y conocedor de las herramientas y el uso de las redes sociales, pero a la vez suficientemente diverso, abierto e inclusivo como para llegar más allá de los grupos más politizados. Finalmente para el 15 de mayo la convocatoria ha alcanzado

---

<sup>27</sup> Ver: <http://www.democraciarealya.es/prensa/revista-de-prensa/>

<sup>28</sup> Datos de Segured publicados por Periodistas21. Ver: <http://periodistas21.blogspot.com/2011/05/el-15m-de-los-medios-2-datos-de.html>

**una gran difusión y el movimiento inicia la fase visible de la movilización, una segunda parte de la fase activa en la que se incluyen también los preparativos y el lanzamiento de la convocatoria que acabamos de tratar.**

A partir de este momento internet y las redes sociales siguen siendo utilizadas para difundir ya no la convocatoria, sino la protesta en sí, así como las ideas, denuncias y propuestas del movimiento, y también para organizar nuevas acciones colectivas, una organización en la que participaran ahora nuevos activistas tras el éxito de la primera manifestación.

## **5. La difusión y la organización de la protesta**

Si hasta el 15 de mayo el movimiento se había concebido básicamente en el espacio virtual, a partir de la primera manifestación la actividad del mismo se desarrollará tanto en las redes digitales como en el espacio físico, configurándose un movimiento “híbrido” (Candón, 2011b). La presencia en las calles y posteriormente en las plazas y los barrios no disminuirá la importancia de las redes digitales para el movimiento que seguirá haciendo uso de las mismas para difundir las propias protestas, así como las demandas y reivindicaciones, y para complementar la organización de las acampadas y asambleas físicas que se generan en el espacio urbano.

Obviando la presencia puntual en las calles del 15 de mayo, podemos incluso advertir que las redes sociales volvieron a jugar un papel determinante para reconvocar a la movilización. A pesar del éxito de la primera convocatoria, era preciso volver a las calles para dar continuidad al movimiento, para crear de hecho un verdadero movimiento social que trascendiera la protesta puntual. Obviamente el éxito de la manifestación del día 15 tuvo un efecto motivador para la continuidad de las protestas, pero de nuevo las redes jugaron un papel tanto para interpretar lo sucedido y darle transcendencia como para mantener el llamamiento a la movilización.

Así, tras la primera manifestación las redes sociales de internet cumplen el papel de difundir las protestas, testificar los hechos y subrayar su relevancia ante el escaso eco de las mismas en la agenda mediática tradicional. A pesar de la masiva movilización, los activistas entienden que la repercusión mediática es insuficiente y comienzan una labor de crítica al sistema mediático logrando, a través de las redes sociales, dar relevancia a lo acontecido.

La reprobación a los medios convencionales por parte de los activistas de los movimientos sociales está muy extendida. Lemas como “televisión, manipulación” o “luego diréis, que somos cinco o seis” son habituales en cualquier manifestación y el movimiento del 15M no es una excepción; “Los

políticos nos mienten, **los sindicatos nos venden, los medios nos engañan**" decía una de las pancartas de Sol. Esta actitud crítica la reflejan los activistas que en general consideran a los medios como parte y soporte del sistema político y económico dominante. La tensión entre movimientos y medios es expuesta también por numerosos teóricos de la movilización social. Para Sidney Tarrow "los movimientos que desean llegar a un público más amplio tienen que recurrir a los medios de comunicación para hacerlo [...] y éstos no son neutrales en lo que se refiere a los símbolos que reciben y transmiten" (1997). La atención de los medios depende de los intereses corporativos de estos como empresas con ánimo de lucro de forma que "los modos en que los medios cubren los movimientos y estos son percibidos por el público se ven afectados por la estructura de la industria de la comunicación".

Algunos ejemplos de la cobertura de la primera manifestación del 15 de mayo ilustran estas afirmaciones. En el telediario de TVE, la masiva movilización del 15 de mayo fue la última noticia política y ni siquiera fue anunciada en los titulares. La televisión pública se hizo eco de las marchas en el minuto 34:50 del informativo, después de otras 12 piezas informativas, ocupando el 15M solo 32 segundos en un total de 1 hora, 3 minutos y 46 segundos de programa. En cuanto a la prensa escrita del 16 de mayo, teniendo en cuenta siete de los principales diarios (El País, El Mundo, ABC, La Razon, Público, La Gaceta y la Vanguardia), solo tres de ellos (El País, El Mundo y Público) llevaron la manifestación a portada y ninguno como la noticia principal.

**La cobertura de TVE y otros medios fue de hecho denunciada en las redes sociales como insuficiente. En Twitter etiquetas como #noesnoticia, #silenciomediatico o #periodismorealya hacen referencia precisamente a ello. Internet es el espacio privilegiado para contrastar y combatir la información de los medios convencionales y en la red se expresa también la crítica a la cobertura mediática del 15M.**

De nuevo las redes sociales fueron determinantes para la difusión, esta vez para relatar y subrayar lo acontecido en lugar de para difundir una convocatoria futura. En este momento toma protagonismo la red social Twitter, determinante para difundir el movimiento especialmente a nivel internacional, presionando así a los medios nacionales a prestar mayor atención al mismo. Ya durante toda la tarde del domingo, el hashtag #15mani era uno de los temas más relevantes en España y a las 20:00 horas se convertiría en el tercer tema de conversación más importante del mundo. Al día siguiente, lunes 16, las etiquetas #acampadasol y #spanishrevolution fueron *trending topic* mundiales.

Esta difusión mundial fue posible gracias a que en ese momento no era ya obra de un reducido grupo promotor como la Plataforma, sino que el grueso del movimiento se encontraba activo, aunque

insistimos en que al menos parte del mismo comenzó su actividad antes de hacerse públicamente visible en el espacio urbano.

No obstante, el punto de inflexión que daría continuidad a la protesta resulta ya de una combinación “híbrida” entre la acción colectiva en el espacio físico y su difusión masiva en el espacio virtual, que a su vez reforzaría a la primera. Nos referimos al intento de un reducido número de activistas de acampar en la Puerta del Sol de Madrid<sup>29</sup>. Una iniciativa que ya no provenía de las redes digitales pero que fue documentada a través de vídeos, masivamente difundida y posteriormente apoyada y seguida por el movimiento, no solo en Madrid sino en las plazas principales de prácticamente todas las ciudades del país.

Tras la permisividad inicial de las autoridades, el reducido grupo de acampados en Sol es brutalmente desalojado y el vídeo del desalojo se difunde masivamente por internet. El resultado es una ola de solidaridad que acabará tomando la plaza y extendiendo la iniciativa a todo el país. De hecho la etiqueta en Twitter #acampadasol acabaría siendo la más difundida por el movimiento<sup>30</sup>. La iniciativa pasó por tanto del espacio digital al espacio urbano, pero su éxito se debió al apoyo y difusión de la misma en las redes digitales.

Las acampadas terminarían por ser el núcleo organizativo del movimiento, aunque en un primer momento hubiera una cierta bicefalia e incluso algunos desencuentros entre las asambleas físicas en las plazas y la Plataforma DRY que había iniciado el movimiento. No obstante, la organización primordial en el espacio físico no provocó que se abandonara el espacio digital como infraestructura organizativa, no ya para el reducido grupo promotor sino para la red de asambleas locales de todo el país. Más bien lo que se hizo fue replicar las asambleas presenciales en nodos virtuales, como muestra la multitud de plataformas web o cuentas en RSI creadas a raíz de las acampadas y que hacen referencia a lugares físicos concretos.

La nueva estructura organizativa digital va adquiriendo una clara dimensión geográfica, como el portal tomalaplaza.net y sus páginas asociadas como madrid.tomalaplaza.net, el portal tomalosbarrios.net, sus webs subalternas como lavapies.tomalosbarrios.net y páginas como madrid.tomalosbarrios.net o como spanishrevolution.net o takethesquare.net que pretenden la expansión internacional del movimiento. También se crean nuevos perfiles en redes sociales como @acampadasol y @takethesquare en Twitter, páginas en Facebook como facebook.com/acampadasol o facebook.com/SpanishRevolution o grupos en la red social alternativa N-1 (n-

---

<sup>29</sup> Ver artículo y vídeo “Los primeros 40 de Sol” <http://periodismohumano.com/temas-destacados/los-primeros-40-de-sol.html>

<sup>30</sup> Según un estudio de Chamaleon Tools desde el 15 hasta el 19 de mayo se tuiteó 342 mil veces. Según otro estudio (BIFI) de la Universidad de Zaragoza, tuvo 1.892.511 menciones entre el 1 y el 23 de mayo.



1.cc/pg/groups/129071/acampadasol) e incluso redes propias del movimiento creadas ad hoc como network.takethesquare.net. Aunque el grupo promotor de la protesta, **Democracia Real Ya**, también crea un nuevo espacio de organización tras el 15 de mayo, en concreto la red propia red.democraciarealya.es y grupos locales en N-1, la mayoría de los espacios de organización en la red creados tras la primera manifestación hacen referencia a la toma del espacio físico y sirven para completar la organización surgida en esos espacios.

Las preferencias organizativas de los nuevos movimientos –derivadas del propio contexto histórico en el que actúan– y la estructura y propiedades técnicas de la red –derivadas no sólo de factores técnicos sino también de la propia influencia de los valores de los movimientos en su desarrollo– coinciden en aspectos clave, de forma que internet es particularmente adecuada para la organización de movimientos sociales como el 15M, sin una estructura formal previa y con un claro rechazo a las formas jerárquicas y verticales de organización. El 15M se organiza de forma horizontal y fomenta la participación activa en colectivos informales como las acampadas y las asambleas barriales de cada ciudad que se coordinan en forma de red. Internet es un medio horizontal de muchos a muchos, interactivo, descentralizado y global. De ahí que la red se convierta en la infraestructura organizativa de muchos de los nuevos movimientos sociales. La red es utilizada para la gestión de tareas o el debate de ideas y propuestas, adquiriendo mayor relevancia cuando existen dificultades para reunirse físicamente. Incluso cuando existen reuniones físicas el trabajo en internet facilita su convocatoria, agiliza las asambleas y amplía la participación permitiendo el debate de ideas propuestas y debatidas previamente en internet y haciendo las reuniones más operativas. Debido al escaso tiempo disponible para los activistas en movimientos sin una estructura formalizada con personal dedicado a estas tareas y en los que la actitud activa de los participantes les lleva a involucrarse directamente en la organización y el diseño estratégico de la acción colectiva, la comunicación asincrónica en la red y la mayor eficacia de las reuniones presenciales tiene una importancia clave. Las reuniones presenciales pueden dedicarse al debate sobre temas importantes y la toma de decisiones, librando a las asambleas de las gestiones puramente administrativas.

En el ámbito organizativo internet resulta crucial ya que se adapta a las formas de organización de los nuevos movimientos. Unas formas organizativas que se definen por preferencias previas de contenido político e ideológico, pero que encuentran en la red una infraestructura acorde con tales valores y prioridades. Como resume una activista:

*Antes los movimientos tenían ideales pero no las herramientas adecuadas para llevarlos a cabo, ahora contamos con Internet y otras herramientas para llevar a la práctica nuestras ideas de horizontalidad, asamblearismo, participación...*

## 6. El movimiento 15M como actor de innovación tecnológica

Podemos decir que hasta ahora hemos visto qué es lo que ha hecho internet por el 15M, pero no qué ha hecho el 15M por internet. Los nuevos movimientos como el quicemayista no se limitan a un uso instrumental de la red, la valoran y se identifican con ella y además **asumen el papel de defenderla y toman un rol activo en su propio desarrollo. No podemos limitarnos a una mera influencia de la tecnología sobre la sociedad sin ver la otra cara de la moneda, el crucial papel de los actores sociales en el propio desarrollo tecnológico. En el mundo del software y en internet, por la moldeabilidad de los nuevos medios (Manovich, 2005), esta influencia social sobre el desarrollo tecnológico se hace especialmente evidente y puede rastrearse desde los mismos orígenes de la red.**

Según Castells (2001) “la gente, las instituciones, las empresas y la gente en general transforman la tecnología, cualquier tecnología, apropiándose, modificándola y experimentando con ella —lo cual ocurre especialmente en el caso de internet, al ser ésta una tecnología de la comunicación—”.

La apropiación de las TIC por parte de los movimientos sociales se ha producido por dos vías complementarias; el uso disruptivo de tecnologías ajenas, es decir la reconfiguración e influencia sobre el desarrollo de tecnologías externas mediante el uso social de las mismas, y la creación de proyectos propios de innovación tecnológica, es decir por la vía autónoma de la creación de proyectos de innovación libres e independientes.

**En cuanto a la primera estrategia,** el 15M se convoca y organiza inicialmente a través de las redes comerciales, principalmente Facebook. Comienza por tanto con un uso disruptivo de un servicio ajeno a los movimientos, pero la protesta inicial se desborda y desemboca en un potente movimiento social con crecientes necesidades de organización y coordinación para las que Facebook resulta insuficiente. El modelo de Facebook no es el trabajo colectivo, la organización y el debate, necesidades primarias de los movimientos sociales, por lo cual el movimiento comienza a migrar a la plataforma independiente Lorea/N-1. Como resume Spideralex, activista de Lorea/N-1, “dentro de Facebook la lógica es individualista, los intercambios y herramientas están centrados en el individuo”, en Lorea y N-1 en cambio “también se parte de la subjetividad individual, pero ésta es tan importante

como lo son los grupos” (Grasso, 2011). El movimiento 15M encontró así una alternativa en las redes creadas por y para los movimientos sociales.

Además del impulso al proyecto de Lorea/N-1, el 15M ha emprendido otros proyectos de innovación. Hacksol31, el colectivo hacktivista surgido en la acampada madrileña ha sido uno de los núcleos principales de donde han surgido iniciativas para desarrollar herramientas específicas para el 15M.

Entre ellas podemos enumerar Propongo, “aplicación basada en el software Question2Answer, que pretende ser un buzón de propuestas en la red en el contexto del movimiento 15M”. La herramienta permite que los usuarios voten las propuestas para sondear el apoyo de cada una. También podemos mencionar el proyecto Bookcamping<sup>32</sup>, una web que sirve de repositorio para libros relacionados con el movimiento. “Una biblioteca donde poder reseñar, enlazar y descargar contenidos en diversos formatos (textos, audio, vídeos). Es una biblioteca abierta y colaborativa que nace a la luz del 15M cuyo objetivo es socializar la lectura e incentivar la cultura del compartir”. El proyecto 15M.cc<sup>33</sup> recabará también la memoria del movimiento con el objetivo de “facilitar el mayor número posible de narraciones en torno al 15M: que todo el mundo pueda contar su 15M”. Todo el material se produce colaborativamente por parte de cualquier usuario que quiera aportar algo y siempre con licencia copyleft y se compone de un documental, un wikilibro, una enciclopedia on-line llamada 15Mpedia, un banco de almacenamiento de materiales (textos, fotos, audio y vídeos) y un archivo de trabajos académicos. Además dos periodistas que vivían en la Puerta del Sol y poseían una productora crearon el canal en internet SolTV<sup>34</sup> con una cámara retransmitiendo continuamente lo que ocurría en la plaza y han proliferado los medios de comunicación independientes y producidos colectivamente, tanto digitales como analógicos, que pretenden dar voz al movimiento bajo la iniciativa general “Toma los medios”, con páginas como globalrevolution.tv<sup>35</sup>, Toma la Tele<sup>36</sup>, Ágora Sol radio<sup>37</sup> o el periódico Madrid15M<sup>38</sup> entre otras iniciativas<sup>39</sup>. También podemos mencionar la plataforma Oiga.me, una utilidad para recoger apoyos a campañas y lanzar peticiones desarrollada por varios colectivos y personas a título individual. Una iniciativa que si bien es anterior al 15M es llevada a cabo

---

<sup>31</sup> <http://hacksol.tomalaplaza.net>

<sup>32</sup> <http://bookcamping.cc>

<sup>33</sup> <http://www.15m.cc>

<sup>34</sup> <http://www.soltv.tv>

<sup>35</sup> <http://globalrevolution.tv>

<sup>36</sup> <http://www.tomalatele.tv/web>

<sup>37</sup> <http://agorasolradio.blogspot.com.es>

<sup>38</sup> <http://madrid15m.org>

<sup>39</sup> <http://www.livestream.com/spanishrevolutionsol>

<http://bambuser.com/channel/Audiovisol>

<https://www.youtube.com/user/spanishrevolutionsol>

<https://peoplewitness.wordpress.com>

<http://www.livestream.com/peoplewitness>

por colectivos y personas afines al movimiento y que participarán también en proyectos comunes surgidos a raíz de la movilización quincemayista.

Este interés por desarrollar nuevas herramientas y poner la tecnología al servicio del movimiento se materializa también en la creación de grupos específicos, como 15Hack<sup>40</sup>, que pretende coordinar las tareas informáticas del movimiento. Este se define como el “Grupo Estatal de Informática del 15M” y según sus propios textos “Nos dedicamos a desarrollar herramientas de revolución digital, plataformas de comunicación y atender a las peticiones de los profanos para colaborar en la plaza de la Aldea Global Digital, y a que las personas puedan participar en las plazas, aunque no puedan estar físicamente en ellas”. Entre los proyectos que llevan a cabo, además de gestionar páginas, alojamiento, listas de correo y subdominios dentro de la estructura del portal tomalaplaza.net, podemos mencionar la Asamblea Virtual en VirtualPol, una plataforma que combina chats, foros, mensajes, autenticación DNIe, votaciones, elecciones automáticas, etc.<sup>41</sup>, la radio 15M, servicios como voIP, un sistema de telefonía IP para el movimiento<sup>42</sup>, etc.

En resumen, el propio movimiento surgido de las redes se convierte en un polo de innovación tecnológica. Más allá de subvertir los usos dominantes de las herramientas disponibles, el movimiento desarrolla sus propios servicios, adaptados a sus necesidades concretas. Se alcanza por tanto el máximo nivel de apropiación tecnológica.

## 7. Propuestas e identidades

Como apuntamos al inicio, más allá del uso instrumental, el propio movimiento 15M se identifica con la red y sus propuestas y aspiraciones políticas se inspiran en la misma como objeto simbólico.

Por ello en el 15M surgen símbolos culturales e identidades definidas por su relación con internet o las nuevas TIC, como los hackers y hacktivistas. Caretas de Anonymous, pancartas que copian el lenguaje informático (“Error 404: Democracy not found”...), manifiestos “de código abierto”, lemas en formato *hashtag*, referencias al trabajo en red y a la inteligencia colectiva, a hackear la democracia o las instituciones, a formas de trabajo inspiradas en las comunidades de desarrollo de software libre, guiños a la cultura *friki* (“La Caixa es Mordor”), estéticas inspiradas en la cultura ciberpunk o en películas como Matrix, etc. Las culturas alternativas ligadas **a la red y también la reapropiación de la cultura de masas sirven al movimiento para enmarcar su acción política.**

---

<sup>40</sup> <https://n-1.cc/pg/groups/233499/15hack/>

<sup>41</sup> [https://n-1.cc/mod/threaded\\_forums/topicposts.php?topic=772409&group\\_guid=233499](https://n-1.cc/mod/threaded_forums/topicposts.php?topic=772409&group_guid=233499)

<sup>42</sup> <https://dev.tomalaplaza.net/projects/voip>

En internet se experimentan también prácticas alternativas que, además de su finalidad concreta, representan un desafío simbólico a las prácticas dominantes. Sus propiedades técnicas encarnan algunos de los valores de los nuevos movimientos como la horizontalidad, la autonomía, la descentralización, la apertura, etc.

Pero sobre todo internet es un medio y una fuente de inspiración para los nuevos modelos de democracia propuestos por el 15M. La red llega a inspirar nuevas concepciones políticas, ilustrar discursos o simbolizar prácticas de construcción de nuevos bienes comunes. Gracias a las TIC, una juventud que se siente poco representada por las organizaciones tradicionales fue capaz de autoconvocarse y las nuevas tecnologías entroncan con las aspiraciones participativas, activas y democráticas del 15M. Se convierten en la herramienta predilecta para la movilización sobre la cual se construye incluso un imaginario y se genera un sentimiento de identificación y pertenencia. #internetestuyo decía una de las etiquetas más populares en Twitter en los días previos al 15M.

La red conecta con el discurso de la democracia como marco general del 15M, de forma que podemos establecer un paralelismo entre, por una parte, un modelo dominante de democracia representativa y autoritaria asociado a los medios convencionales de comunicación de masas y, por otra, el nuevo paradigma de democracia radical de los nuevos movimientos sociales asociado al modelo horizontal, descentralizado e interactivo de internet. La democracia formal imperante reduce los derechos ciudadanos al voto cada cuatro años, pero movimientos como el 15M reivindican el perfeccionamiento de la democracia en sus múltiples facetas, que no solo se limitan al modelo representativo, sino también a las posibilidades de participación directa, de debate y deliberación o de formas de democracia radical para la construcción de bienes comunes, políticos y materiales.

En cuanto al modelo de democracia representativa el movimiento propone medidas de transparencia y contra la corrupción encaminadas a regenerar la clase política y paralelamente experimenta con herramientas como el Corruptodromo<sup>43</sup> en el que se señalan los múltiples casos de corrupción. Las peticiones también pueden encuadrarse en el modelo de democracia representativa y plataformas como Oiga.me<sup>44</sup> hacen posible la recopilación masiva e instantánea de apoyos a peticiones y propuestas.

---

<sup>43</sup> <http://wiki.nolesvotes.org/wiki/Corrupt%C3%B3dromo>

<sup>44</sup> <https://oiga.me>

Respecto al modelo de democracia directa, la iniciativa Democracia 4.0 promovida por la red DRY<sup>45</sup> busca un equilibrio entre la legítima participación directa y la necesaria labor de representación y propone que cada ciudadano pueda intervenir, cuando lo desee, en las votaciones del Parlamento ejerciendo su voto directamente a través de internet, de forma que se restaría a los diputados la cuota de representatividad de los votantes activos. Una propuesta que ilustra a la perfección las posibilidades abiertas por las nuevas tecnologías para replantear el modelo de democracia imperante. Evidencia la interrelación entre el marco y el discurso democrático del movimiento y las posibilidades tecnológicas de internet que impregnan ese mismo imaginario.

La democracia deliberativa está directamente relacionada con internet como medio de comunicación, ya que el diálogo y la confrontación de ideas, informaciones y argumentos es el núcleo de este modelo de democracia y en grandes comunidades este diálogo es necesariamente mediado. Los manifiestos de DRY y las acampadas exigen medidas relacionadas con la libertad de prensa, el acceso a los medios, los derechos de emisión y las políticas antimonopolio, así como la atención a la deontología profesional del periodismo. En cuanto a internet, el rechazo explícito a la ley Sinde y al control de la red y el respeto por la neutralidad originaria está presente en varios textos reivindicativos. Éstas y otras medidas se inspiran en el efecto Wikileaks, las luchas contra la ley Sinde o el ejemplo Islandés como antecedentes del movimiento 15M. Medidas que posteriormente podemos encontrar en otros movimientos, como #yosoy132 en México.

**Por último, el modelo de democracia radical es quizás el más favorecido por la irrupción de las nuevas tecnologías. Aparte de las formas de organización y coordinación flexible, horizontal y descentralizada a través de internet ya comentadas, encontramos la construcción de bienes comunes como una de las ideas fuerza de los nuevos movimientos revitalizada en internet, que es ella misma un ejemplo de construcción colectiva de un bien común. El desarrollo del software libre servirá así para ilustrar las posibilidades de la cooperación frente a la competencia. Materializa la idea del control social de los medios de producción e impregnará también el discurso político.**

Estos ejemplos ilustran el papel que juega internet como sostén del marco de la democracia que haría posible mejorarla en sus diversos modelos y como ejemplo de democratización de las comunicaciones, del desarrollo técnico y la innovación, de los saberes y bienes comunes y de prácticas asamblearias, horizontales, descentralizadas y participativas características de la democracia radical.

---

<sup>45</sup> <http://demo4punto0.net/es/home>

### **Algunas activistas expresan esta identificación entre el medio digital y el movimiento:**

*El salto cualitativo del 15M ha sido el uso de internet y la asunción de los valores que le son propios de la Red. Y este cambio ya no tiene marcha atrás.*

*15M es un movimiento nativo digital. Entiende lo que es la descentralización, la meritocracia, como organizarse on-line como formarse, formar, informar y auto-informarse.*

En definitiva, la “democracia real ya” que reclama el 15M es ya experimentada por el movimiento en internet. El reto del 15M es exportar esa experiencia de la red a la calle para “reiniciar el sistema” y “hackear la democracia”. La red es un espacio de experimentación de utopías, pero un espacio real y vivido, cuyas normas y valores quisieran exportarse al sistema político y social.

Las ideas y valores del movimiento, sus formas de organización y de acción colectiva, responden sin duda a una complejidad de factores políticos, económicos, ideológicos y a la propia historia y evolución de los movimientos sociales. Internet y los medios digitales no son ni mucho menos causantes de unas formas de movilización que ya apuntaban los nuevos movimientos, quizás desde mayo del 68. De una forma u otra, parece inevitable que en el contexto de crisis económica y política actual hubiera surgido una u otra forma de movilización, aún sin la presencia y expansión de las nuevas tecnologías en la sociedad. Lo que sí podemos afirmar es que el 15M como tal, en ese momento, con ese discurso, organizado de tal modo, etc., no hubiera existido sin internet. Como reconoce un activista “Internet ha sido fundamental, sin internet no sería posible todo esto”.

### **Referencias**

BERGER, P. y LUCKMANN, T. (1986). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

BLUMER, H. (1969, 1982). El Interaccionismo simbólico, perspectiva y método. *Barcelona: Editorial Hora*.

CALLE COLLADO, A. (2005). *Nuevos Movimientos Globales. Hacia la Radicalidad Democrática*. Madrid: Popular.

CANDÓN MENA, J. (2009). "Smart mobs y mensajes en cadena. Aproximación teórica a las convocatorias «espontáneas» de movilización social mediante redes telemáticas". *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación (Redes.com)*, N° 5. *Universidad de Sevilla*. Págs.: 255-281.

(2011a). "¡Indignaos! Stéphane Hessel. Prólogo de José Luis Sampedro (Editorial Destino, Barcelona, 2011)". *Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*. N° 10. Págs.: 130-133.

(2011b). "La dimensión híbrida del movimiento del 15M: Entre lo físico y lo virtual", en Actas del V Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad "Hybrid Days", celebrado del 15 de octubre al 31 de noviembre de 2011.

(2013). *Toma la calle, toma las redes: El movimiento 15M en internet*. Sevilla: Atrapasueños.

**CASTELLS, M. (2005). *La Era de la Información. La Sociedad Red* (vol. 1). Madrid: Alianza.**

COLLE, R. (2000). *Las comunidades digitales*. TDC.

Disponible en <http://www.recinet.org/colle/publicaciones/comvir/comvir1.htm>

FREIRE, P. (1973). *¿Extensión o Comunicación?*. México: Siglo XXI.

GAMSON, W. (1988). "Political Discourse and Collective Action", en KLANDERMANS, B.; KRIESI, H. y SIDNEY T. (compiladores) *International Social Movement Research: From Structure to Action*. Greenwich, Connecticut: JAI Press.

GARCÍA CANCLINI, N. (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

GRASSO, D (2011). "N-1: Una red social no mercantilizada es posible", en *Diagonal*, 154, Págs. 22 y 23.

HIRSCHMAN, A. (1991). *Retóricas de la intransigencia*. México: Fondo de Cultura Económica.

JHONSON, S. (2008). *Sistemas emergentes*. Madrid: Turner.



KLANDERMANS, B. (1988). "The Formation and Mobilization of Consensus", en *KLANDERMANS, B.; KRIESI, H. y SIDNEY T. (compiladores) International Social Movement Research: From Structure to Action. Greenwich, Connecticut: JAI Press.*

KOOPMANS, R. (2004) "Protest in Time and Space: The Evolution of Waves of Contention", in *SNOW, D.; SOULE, S. A. and KRIESI, H. (eds) The Blackwell Companion to Social Movements. Oxford: Blackwell.*

**LASÉN, A. y MARTINEZ, I. (2008). "Movimientos, "mobidas" y móviles. Un análisis de las masas mediatizadas" en SÁDABA, I. y GORDO, Á. (Coords.) *Cultura digital y movimientos sociales. Madrid: Catarata.***

LAZARFELD, P. F.; BERELSON, B. y GAUDET, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Columbia University Press.*

LEWIN, K. (1935). *A Dynamic Theory of Personality. New York: McGraw-Hill.*

MANOVICH, L. (2005). El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación. La Imagen en la Era Digital. *Barcelona: Paidós.*

MARTÍN BARBERO, J. (1987, 2010). *De los medios a las mediaciones. Barcelona: Anthropos.*

MCCARTHY, J. D. y ZALD, M. N. (1979). (eds). *The Dynamics of Social Movements. Cambridge: Winthrop.*

MCCOMBS, M. (2006). *Estableciendo la Agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós.*

MELUCCI, A. (1999). *Acción Colectiva, Vida Cotidiana y Democracia. México: El Colegio de México.*

NEGRI, A. y HARDT, M. (2004). *Multitud: Guerra y democracia en la era del imperio. Madrid: Debate.*

NOELLE-NEUMANN, E. (2003). *La espiral del silencio. Opinión pública: Nuestra piel social. Barcelona: Paidós.*

PADILLA, M. (2012). *El kit de la lucha en internet. Madrid: Traficantes de Sueños.*

PARK, R. E. y BURGESS, E. W. (1921). *Introduction to Science of the Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.

PASQUALI, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Avila.

PUTNAM, R. (2002). *Solo en la bolera. Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. Barcelona: Galaxia Guttenberg.

RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes Inteligentes*. Barcelona: Gedisa.

(1996). *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.

SAMPEDRO BLANCO, V. F. (2005). *13-M Multitudes On-line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

SNOW, D. E. y BENFORD, R. (1988). "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization", en KLANDERMANS, B.; KRIESI, H. y TARROW, S. (eds.) *From Estructure to Action*. Greenwich, Conn: JAI Press

SUNSTEIN, C. (2003). *República.com: Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós.

TARROW, S. (1994, 1997). *El poder en Movimiento*. Madrid: Alianza.

THOMPSON, E.P. (1963, 1989). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Barcelona: Critica.

URRUTIA, J. (2003). "Aburrimiento, Rebeldía y Ciberturbas. Una aproximación a la economía desmercada".

Disponible en <http://juan.urrutiaelejalde.org/aburrimiento>

WATTS, D. J. (2006). *Seis grados de separación: La ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona: Paidós.

WELLMAN, B. (2001). "Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking", in International Journal of Urban and Regional Research, n.º 25 (2), pp. 227–252.

WILLIAMS, R. (1958). *Culture and Society 1780-1960*. London y New York: Columbia University Press.