



PLATAFORMAS CIUDADANAS Y FORMAS ALTERNATIVAS DE HACER PERIODISMO

Estudio de caso 15MpaRato y las “Tarjetas Black”

Tutora del trabajo:

Lorena Romero Domínguez

Alumna:

Paula Segura Alfonso

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	2
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	3
DISEÑO METODOLÓGICO	4
MARCO TEÓRICO	5
5.1 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	5
5.2 AUDIENCIAS	7
5.3 QUÉ ES EL PERIODISMO CIUDADANO	10
5.4 QUÉ ES EL <i>CROWDFUNDING</i>	14
ESTUDIO DE CASO: ACTIVIDAD INFORMATIVA DE LA PLATAFORMA 15MpaRato	18
6.1 ANTECEDENTES	18
6.2 15MPARATO	21
6.3 PRUEBAS	26
6.4 CÓMO SE FINANCIA EL 15MPARATO	30
ANÁLISIS DE COMUNICADOS PUBLICADOS EN LA WEB	33
7.1 USO DE NUEVAS FORMAS	34
7.2 SEGÚN EL LENGUAJE	36
7.3 SEGÚN SU CARÁCTER PERIODÍSTICO	40
CONCLUSIONES	45
REFERENCIAS	47
ANEXO 1	52
ANEXO 2	64

INTRODUCCIÓN

El periodismo es una materia que se encuentra en constante transformación, adaptándose a los cambios que experimentan las sociedades y a las variaciones en la demanda de información por parte del público consumidor. Sin embargo, actualmente nos encontramos ante lo que podríamos considerar un punto de inflexión que está modificando no solo los temas o enfoques del periodismo, sino la propia concepción de la profesión. Así es que, en la era digital, la utilización de las nuevas tecnologías está revolucionando la forma de hacer y entender el periodismo. Por ejemplo, el acceso a la información a través de las redes sociales o el aumento del acceso a los medios a través de Internet. Según la 1ª Ola del Estudio General de Medios (EGM) de 2019, un 58,7% de ciudadanos consume la versión digital de los diarios. En cuanto a los datos del *Digital News Report 2018* (Reuters Institute, 2018), muestran que, en ese año, el 85% de la población consume noticias online (incluyendo las redes sociales), seguido por un 76% que lo hace a través de la televisión. El consumo a través de las Redes Sociales aumenta del 28% en 2013 hasta el 60% (siendo Facebook la red más utilizada con un 48%), mientras que el consumo de medios tradicionales impresos es del 51%, decayendo un 10% desde 2013. En lo referente a dispositivos, los móviles Android se presentan como la plataforma más utilizada, con un 64%.



SERVICIOS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES (Usuarios último mes)

% Individuos

1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019*

Datos de lectura de medios a través Internet de la 1ª Ola del EGM de 2019. Fuente: AIMC

En esta misma línea, ya no solo se trata de la manera en la que se consume la información, sino también en cómo se produce. Las audiencias han dejado atrás su papel pasivo de simples consumidores para pasar a formar parte del cuerpo de producción. No solo la creación de contenidos presta una importante atención a los deseos de los consumidores, sino que se ha cimentado una nueva forma de hacer periodismo: el periodismo ciudadano.

Como objeto de estudio, representante de todos estos cambios derivados de las nuevas formas de hacer periodismo, nos vamos a centrar en el movimiento ciudadano 15MpaRato, nativo de este ambiente digital, siendo una de las principales motivaciones la inexistencia de estudios y análisis al respecto de una iniciativa tan innovadora como esta. En este sentido, utiliza las nuevas tecnologías no solo como base de su investigación, sino como plataforma para mantener una actitud informativa en lo referente a sus avances mientras que hace directamente partícipe a la población, y a los afectados, de su actividad. Así mismo, plantea una excelente oportunidad para el análisis de las nuevas formas de financiación, puesto que basa su investigación en el apoyo económico de la ciudadanía. En cuanto a su papel investigador, también nos resulta interesante observar el funcionamiento de la plataforma, con la intención de comprobar si existe una actitud colaborativa entre profesionales y ciudadanos a la hora de informar.

Por otra parte, se nos presenta también la ocasión de profundizar en la influencia que están teniendo estas nuevas formas de periodismo y de interacción, así como la manera en la que llegan a la población y la fuerza que tienen para generar debate, puesto que el 15MpaRato aparece como una fuerza ciudadana con un objetivo muy claro para el que desarrollan un plan de acción en el cual participa la ciudadanía de manera directa. Además de la repercusión tan notoria que tiene y las consecuencias tanto legales como en la propia opinión pública, siendo uno de sus principales logros la entrada en prisión de Rodrigo Rato, expresidente de Bankia.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las preguntas previas al estudio y que han motivado la investigación son:

- ¿Ha cambiado la concepción de periodismo desde la aparición de Internet? ¿Nos encontramos en un punto de inflexión donde el profesional de la información se percibe como no necesario? ¿Cómo han afectado las nuevas formas de financiación en el periodismo?
- ¿El mundo digital ha influenciado de manera significativa en los hábitos de consumo de información de las audiencias?

- ¿Tiene el periodismo ciudadano verdadera relevancia en el panorama actual o son iniciativas de poca importancia? ¿Constituye la iniciativa 15MpaRato periodismo participativo?

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Hemos considerado como objetivo principal de este trabajo observar cómo las nuevas formas de hacer periodismo (la combinación entre el trabajo ciudadano y el profesional, la utilización de plataformas alternativas a los medios de comunicación tradicionales o la adaptación del lenguaje a uno mucho más cercano a las audiencias) y de financiación han influido en el consumo de información y la concepción de la profesión, centrándonos en el periodismo ciudadano y el *crowdfunding* o microfinanciación.

En cuanto a objetivos secundarios:

1. Hacer un repaso sobre la evolución del periodismo ciudadano y observar hasta qué punto sigue siendo necesario el profesional de la información.
2. Mostrar cómo ha cambiado la forma de consumo y el acceso a la información de las audiencias desde la llegada de Internet.
3. Observar el impacto del periodismo ciudadano mediante un estudio de caso sobre la iniciativa ciudadana 15MpaRato.

Nos centramos, por tanto, en profundizar en la participación ciudadana como un pilar importante de la actividad periodística, repasando las nuevas formas de investigación y de financiación de las que se está haciendo uso, así como el papel de las nuevas tecnologías, tanto para acceder a la información como para crear una red de acción, lo cual está íntimamente ligado al periodismo ciudadano.

En suma, planteamos la siguiente hipótesis:

El 15MpaRato supone una alternativa real a las formas tradicionales de hacer periodismo.

A finales de la segunda década del siglo XXI, podemos afirmar que el mundo digital ha afectado de manera considerable todos los ámbitos de nuestra vida. Sin embargo, en Periodismo todavía existen reticencias a considerar como parte de la actividad nuevas formas que están consolidándose, a pesar de iniciativas como 15MpaRato, la cual ha tenido importantes consecuencias a nivel social, político y económico y cuya base se encuentra en la ciudadanía. A este respecto, un estudio realizado por Suárez Villegas (2017:95) sobre la ética en el periodismo digital en España, Italia y Bélgica, concluye con ciertas discrepancias entre los profesionales entrevistados acerca del valor que debería dársele a las aportaciones del público, advirtiendo la mayoría el peligro de calificarlo como periodismo ciudadano y poder confundirlo así con la actividad realizada por profesionales. En sus propias palabras, “desde una perspectiva general, los profesionales no aceptan el periodismo ciudadano como tal, pero sí el periodismo *con* los ciudadanos”. Resulta de interés, por tanto, que, en relación a cómo valoran la aportación de los ciudadanos a la actividad informativa, “el 42,3% de los encuestados italianos afirma que los ciudadanos contribuyen efectivamente a la búsqueda de información en su medio de comunicación, frente a un 38,5% de los españoles y un 36,7% de los belgas” (2017:99). Ante este panorama, nos planteamos entonces la cuestión de si realmente iniciativas como 15MpaRato suponen una aportación relevante en el mundo del Periodismo o si, por el contrario, no debería considerarse como tal.

DISEÑO METODOLÓGICO

Con objeto de responder a las hipótesis de partida para este trabajo y en base a los objetivos planteados para el mismo, nuestra investigación parte del análisis del periodismo ciudadano o participativo como una de las nuevas formas de hacer periodismo, al mismo tiempo que observamos su influencia e impacto a partir del movimiento 15MpaRato.

En primer lugar, se inicia la investigación a raíz de la influencia que han tenido la llegada de Internet y las nuevas tecnologías al mundo de la información, así como se repasan las transformaciones que se han dado en la profesión periodística. Del mismo modo, se introduce la evolución a la que se han visto sujetas las audiencias en el contexto digital para ver después cómo han podido cambiar sus hábitos a la hora de

consumir información y cómo esto, a su vez, ha podido influenciar de manera decisiva en la profesión periodística.

En segunda instancia, se expone una fundamentación teórica sobre el periodismo ciudadano o participativo donde se presentan sus principales características y se cuestiona la necesidad del profesional de la información, a saber, los periodistas, en el panorama actual. Continuamos también con las nuevas formas de financiación, concentrándonos en el *crowdfunding* y sus inicios.

A continuación, procedemos al estudio de caso. Para comenzar, hacemos un breve repaso por los antecedentes que dan lugar a la puesta en marcha del movimiento ciudadano que vamos a analizar, haciendo especial hincapié en el desarrollo del Movimiento 15M y la respuesta ante la crisis de Bankia. Con el fin de comprender mejor la iniciativa, introducimos también algunos de sus fundadores más importantes y el contexto en el que se desarrollan, así como las colaboraciones que se desarrollan entre el movimiento y otras organizaciones a lo largo de los años que lleva en activo. Por último, se explica el modelo de financiación del movimiento 15MpaRato, para lo cual nos fijamos en las diferentes campañas que han lanzado desde su inicio.

Una vez puestos en situación, pasamos a realizar un estudio de la plataforma web de 15MpaRato a través de los comunicados que se han publicado desde el 15 de mayo de 2012 (el inicio) hasta el 28 de mayo de 2019. Una enumeración de dichos comunicados está disponible en el Anexo 1. El trabajo gira en torno a los siguientes puntos: nuevas formas, lenguaje utilizado y carácter periodístico. Para ello, nos hemos ayudado de varias gráficas de elaboración propia y de ejemplos extraídos de diversos comunicados. Asimismo, hemos realizado un análisis de la cuenta de Twitter @15MpaRato a través de la herramienta Keyhole, documento que adjuntamos en el Anexo 2.

MARCO TEÓRICO

5.1 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Tanto productores como consumidores estamos asistiendo a una profunda transformación (Meso Ayerdi, 2014:64) que está cambiando las bases de la actividad periodística. Los medios tradicionales, a saber, la prensa escrita, radio y televisión tal y

como se conocían antes de la llegada de Internet, se encuentran en una dinámica de reinención cuya mirada lleva tiempo fijándose en lo digital como solución, un entorno que comparten, a su vez, con los medios digitales nativos y la aparición de nuevas organizaciones creadas por filántropos, periodistas que han perdido su antiguo puesto de trabajo o movimientos sociales. Esto se debe en gran medida a las facilidades que aporta la aparición de Internet para formar parte del mundo de la información, antiguamente perteneciente al Periodismo. Cabría preguntarnos entonces cómo está respondiendo la concepción de periodismo a los cambios acaecidos pues, si el medio cambia, así lo podría hacer también la profesión. A este respecto, Romero Sire (2011:111) afirmaba que “cuando Raymond Williams, uno de los más tempranos y sagaces teóricos de tecnología y la comunicación de masas, identificó la emergencia en la cultura como el proceso por el cual los fenómenos que nacen en los márgenes toman forma cuando vienen a ocupar el seno de la cultura mayoritaria, estaba reconociendo no solo un mecanismo de emancipación y movilidad social, sino también un modelo de producción del cambio”.

La caída de los medios tradicionales debido a la irrupción de internet revolucionó el periodismo en tanto lo digital resulta mucho más barato y fácil de mantener, además de que, conforme iban apareciendo las redes sociales, se ha ido fortaleciendo la idea de inmediatez a la hora de estar informados. Nos enteramos prácticamente al instante de lo que está ocurriendo en cualquier otra parte del planeta, a cualquier hora, y esto es así muchas veces gracias a los mensajes producidos por testigos del propio incidente o hecho. Las crisis económicas, por su parte, han ayudado también a este cambio en la forma de entender el periodismo, pues cada vez menos periodistas deben realizar todo el trabajo en las redacciones, lo cual fomentaría el apoyo en los testimonios vivenciales. Así, encontramos noticias de telediarios cuyas imágenes están conformadas en su mayoría o totalmente por vídeos creados con teléfonos móviles por ciudadanos testigos, que cuelgan a su vez en las redes sociales.

Nos encontramos, de esta forma, en un contexto acusado desde hace unas décadas por la aparición de modelos de comunicación alternativos cuya base se conforma por la capacidad que tienen las audiencias no solo de participar, sino de crear y publicar sus propios contenidos. Por ‘modelos de comunicación alternativos’ nos referimos a medios nativos digitales, así como a medios que han apostado con mayor fuerza por su versión digital, en los cuales se observa un gran peso de la audiencia y diferencias en las formas

de financiación, que a menudo dirigen sus esfuerzos a mantenerse independientes de los poderes políticos y económicos. Por ejemplo, en España surgieron muchos a raíz del Movimiento 15M en 2011, como *La Marea* o *El Topo*, ambos aún en activo.

5.2 AUDIENCIAS

En lo referente a las audiencias, cada vez más lejos quedan los lectores pausados de periódicos e, incluso, los consumidores de periódicos escritos o medios tradicionales. Estamos ante un panorama en el cual la lectura digital ha modificado la manera de enfrentarse a los textos, especialmente para los nativos digitales, nacidos entre 1994 y 2004, aunque las fechas varían ligeramente según los autores. En este escenario, la lectura se ha vuelto superficial y muy eficaz para la búsqueda de información, cambiando la organización lineal de la lectura tradicional por una hipertextual que permite la integración de conocimiento. Esto tiene consecuencias tanto negativas como positivas. Por una parte, Maryanne Wolf (2018)¹, neurocientífica de la Universidad de Los Ángeles, afirma que Internet está cambiando la manera en la que nuestro cerebro procesa información. Además, advierte de que, debido a las interrupciones constantes a las que nos somete el mundo digital, como las notificaciones al móvil, nuestra concentración está diezmando, llegando a la conclusión de que podemos perder o atrofiar la parte del cerebro que lleva a cabo los procesos más complejos y analíticos.

Otra de las consecuencias, mucho menos pesimista y de mayor interés para el trabajo que nos ocupa, es que “la participación del lector tiende a ser más activa y dinámica” (Cordón García y Jarvio Fernández, 2015:140), lo que, poco a poco, ha dado lugar al prosumidor al cual nos referimos en este estudio, cuya actividad se ha denominado, entre otras acepciones, Contenido Generado por el Usuario:

El Contenido Generado por el Usuario (CGU) engloba todos aquellos formatos de contenido, disponibles a través de redes sociales y plataformas online, creados y distribuidos por uno o varios individuos no profesionales. El resultado final puede ser tanto la invención de una nueva obra como la adaptación de propuestas anteriores, siempre de forma libre y voluntaria. Este tipo de producciones se caracterizan por su alto componente creativo, por lo general son de carácter trasmedia y fruto de dinámicas colaborativas en la web (Fernández Castrillo, 2014).

¹ García Aller, M. (2018, 10 noviembre). Cómo leemos en la era digital nos está cambiando el cerebro. Recuperado 6 mayo, 2019, de <https://www.elindependiente.com/futuro/2018/11/10/como-leemos-era-digital-nos-esta-cambiando-cerebro/>

Todo esto vendría a confirmar cómo el mundo digital no solo ofrece nuevas alternativas y versiones instantáneas, sino que afecta directamente al modelo de consumo y a la forma de acercarse a las informaciones. Es por esto que se infiere que el periodismo tal y como lo conocíamos está evolucionando y adaptándose, que el siglo XXI nos ofrece un entorno más complicado en el cual “los pasivos ciudadanos se transforman en potenciales productores de información” (Meso Ayerdi, 2014:67).

En cualquier caso, el Periodismo se encuentra en un extraño momento histórico donde, por primera vez, su hegemonía como *dueño* de las noticias se ve amenazada no solo por las nuevas tecnologías y los competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve (Bowman y Willis, 2003:7). “Es todo parte de la descentralización”, afirmaba Dan Gillmor, periodista en *The San Jose Mercury News*, en el prólogo de *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*, refiriéndose a que las personas están combinando las poderosas herramientas tecnológicas que tienen a su alcance con ideas innovadoras, alterando así la naturaleza del periodismo en este siglo. Es decir, la concentración de la información y creación de noticias, anteriormente en manos de periodistas, se está desmoronando por las nuevas posibilidades que se abren paso: nuevos intereses, formas y ese avance del consumidor activo, acelerado gracias a la tecnología. Los límites en los roles de creador y consumidor se difuminan gracias al desarrollo de espacios de participación, lo cual transforma la sociedad en la que vivimos en cuanto varía la manera de comunicar. Por tanto, podemos decir que esta revolución tecnológica “ha originado un ciudadano digital que encuentra en la red una nueva forma de movilización más descentralizada” (Alonso González y García Orta, 2016:31).

Este panorama acusado por los avances tecnológicos ha favorecido, por tanto, al periodismo ciudadano, pues permite a las personas estar conectadas desde todas partes del planeta y facilita, asimismo, las herramientas necesarias para que contribuyan y participen en crear sus propias verdades y noticias (Bowman y Willis, 2003: v). Así, las audiencias, los lectores, pueden abarcar un espacio de mayor importancia en el mundo de la información, ganando protagonismo a medida que pueden participar directamente a través de las Redes Sociales o eligiendo solo aquello que les interesa. Esto nos va a servir para enlazar con otra característica que se viene observando y que también ha modificado la forma de comunicar.

Ya en la década de los 90, Nicholas Negroponte (Meso, 2005:5) en su libro *Ser digital* predijo que, en la era digital, las noticias en línea permitirían a los lectores elegir solo los temas y fuentes que les interesaran. Es más, según Steve Outing (2010)², la incidencia de las redes sociales está favoreciendo la tendencia de reafirmación de las propias opiniones, pues permiten con una mayor facilidad que las personas accedan solo a aquellas noticias que les resultan de interés, como afirmaba Negroponte hace más de dos décadas, alimentando lo que Outing denomina como “consumo personalizado”. Esta actitud se puede deslizar hasta el extremo de consumir únicamente los contenidos recomendados por los usuarios a los que seguimos en la red, o incluso por los algoritmos de buscadores como Google, en lugar de buscarlos personalmente en los medios. Es lo que Eli Pariser (2017) denomina “una burbuja de filtros que, en esencia, altera nuestra manera de encontrar ideas e información”. Para este autor, “la nueva generación de filtros” de internet discrimina entre lo que puede gustarnos y lo que no, y a las personas que nos rodean, para predecir quiénes somos, qué haremos y lo que podemos desear a continuación, para así presentárnoslo antes incluso de que sepamos que nos interesa. Esto facilita mucho ciertas actividades, como encontrar nuevos potenciales amigos en redes sociales, pero también entraña peligros. Uno muy sencillo de observar es precisamente el acceso solo a la información que coincide con nuestros intereses, lo cual impide el desarrollo crítico para aceptar ideas diferentes a las nuestras. Es más, se produce un aislamiento en cuanto a conocimiento se refiere, pues, según continúa Pariser, este filtro permite al algoritmo de Google, por ejemplo, elegir los resultados que presenta al usuario. Es decir, que, para una misma búsqueda, dos personas pueden recibir resultados completamente distintos.

Esto constituye en sí mismo un cambio sustancial en la manera tradicional de consumir información. Pero no solo eso, sino que también influye en la construcción de dichas informaciones, pues los creadores deben tener en mente la manera en la que las audiencias llegan a ellas. No es lo mismo construir una noticia pensando en su publicación en un periódico de papel, que hacerlo teniendo en cuenta su difusión en medios digitales o a través de Facebook. Por ejemplo, para publicar una noticia en Facebook no solo habría que pensar en un titular llamativo y el tema, sino también

² Alzaga, P. de. (2010, 21 enero). Steve Outing: «Evolucionamos hacia un nuevo ecosistema de información». Recuperado 9 abril, 2019, de https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-steve-outing-evolucionamos-hacia-nuevo-ecosistema-informacion-201001210300-1133233479707_noticia.html Entrevista en ABC.es

cómo funciona la red social para que se difunda con facilidad y eficiencia, es decir, que llegue al máximo número de personas posible. Según Zeynep Tufekci³, escritora, académica y tecno-socióloga conocida primordialmente por su investigación en las implicaciones sociales de las tecnologías emergentes en el contexto de políticas y responsabilidad corporativa, si un acontecimiento no es compatible con el algoritmo de Facebook, es decir, si no genera muchos *likes* o *me gusta*, se pierde y no llega a la mayoría de los usuarios, lo cual condicionaría tanto la elección temática como la construcción de cualquier noticia, inclinándola potencialmente hacia el sensacionalismo.

Continuando con el filtro, vemos cómo las audiencias están cada vez más fragmentadas (Livingston, 1999:62), lo cual lleva a Jeff Jarvis (2015:20) a preguntarse si deberíamos continuar tratando a las personas como masas ahora que se puede conectar con ellas individualmente. Los individuos confían más en la comunidad de la que forman parte, un sentimiento de pertenencia que, por un lado, fortalece el filtro burbuja, pero que, por otro, también favorece la iniciativa del periodismo ciudadano, para no solo elegir las noticias sino también para crearlas.

5.3 QUÉ ES EL PERIODISMO CIUDADANO

A principios de la década de los 90, los periódicos ya experimentaron con la idea del periodismo cívico (Bowman y Willis, 2003:9), creando pequeños grupos de ciudadanos que tenían la posibilidad de reaccionar a través de sus comentarios a las noticias diarias, centradas fundamentalmente en temas de envergadura política, como las elecciones, o crímenes. No obstante, su reputación generó cierta controversia pues, a pesar de fomentar la participación, los medios continuaban eligiendo la *agenda setting* y a los participantes, al mismo tiempo que moderaban las conversaciones y los temas se alejaban de las necesidades y el día-a-día de la audiencia. Y, a fin de cuentas, eso es lo que fomentan las nuevas iniciativas y tendencias, entre las que se encuentran el periodismo ciudadano: la conversación. Es decir, un mecanismo que aspira a darle la vuelta a los roles tradicionales dentro del periodismo, iniciando una actividad más

³ Tufekci, Z. (2016, 19 octubre). La inteligencia artificial hace que la moral humana sea más importante. Recuperado 5 abril, 2019, de https://www.ted.com/talks/zeynep_tufekci_machine_intelligence_makes_human_morals_more_important?language=es

dinámica e igualitaria en la que se difuminan los límites entre quienes ofrecen y quienes reciben, pues todos son productores y consumidores, a través de la conversación entre ciudadanos. A este respecto, Dan Gillmor (2004: XIV), considerado por muchos el padre del periodismo ciudadano, afirma que uno de los principios bajo los que se rige en su trabajo es tener siempre presente que sus lectores saben más que él, de tal manera que se mantiene siempre receptivo a los comentarios y datos o informaciones que estos le aportan. En este caso, observaríamos una tendencia de giro hacia unas propuestas más democráticas (Gillmor, 2004:236; Harrison y Barthel, 2009:157-158), siendo así que las audiencias ven aumentar su poder de decisión y participación (López García, 2005:340) en las informaciones publicadas y los temas tratados, lo que implica una recuperación en su capacidad de actuación.

Vamos a ver a continuación los rasgos más significativos del periodismo ciudadano, para así abordar uno de los planteamientos de este trabajo, cuestión que ha de tenerse en cuenta al estudiar estos nuevos espacios comunicativos: ¿hasta qué punto se sigue necesitando al profesional de la información?

Partimos de la definición que dan Bowman y Willis (2003:9): el “periodismo participativo es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos de tomar un papel activo en el proceso de recolectar, comunicar, analizar y diseminar noticias e información”. Continúan con que esta participación es la que provee la información independiente y relevante que una democracia requiere, pues estas transformaciones en la estructura clásica de la comunicación favorecen el debate y la toma de decisiones de los ciudadanos (Larrondo, 2005:3), lo que ellos llaman “conversación”. Esto nos situaría ante la posibilidad de discutir si nos encontramos ante el fin del periodismo tal y como lo conocíamos (Meso Ayerdi, 2014:67). A este respecto, según apuntan Lasorsa, Lewis y Holton (2011), citados por Meso Ayerdi (2014:66), todo apuntaría “a la quiebra de los principios tradicionales”. Sin embargo, en el otro lado del espectro, Kovach y Rosenstiel (Bowman y Willis, 2003:13) sostienen que la era digital puede haber cambiado las técnicas, pero, al fundamentarse en la conversación como sucedía en los inicios del Periodismo, los principios bajo los que se rige continuarían siendo los mismos, los cuales enumeran en su libro *Los elementos del periodismo* (2003:18):

1. La primera obligación del periodismo es la verdad.
2. Debe lealtad ante todo a los ciudadanos.

3. Su esencia es la disciplina de verificación.
4. Debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa.
5. Debe ejercer un control independiente del poder.
6. Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario.
7. Debe esforzarse por que el significativo sea sugerente y relevante.
8. Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas.
9. Debe respetar la conciencia individual de sus profesionales.

De igual modo, Suárez Villegas (2017:100) afirma que, en líneas generales, todos los periodistas entrevistados en su estudio “coinciden en que el periodismo ha cambiado en sus formas aunque no en su esencia, pues el periodismo sigue enraizado en la búsqueda de la veracidad, entendida como un método profesional basado en la comprobación de fuentes, la pluralidad de perspectivas y la distinción entre hechos y valoraciones, entre otras medidas”.

Otra denominación que se le ha dado es la de Periodismo 3.0, aportada por Juan Varela (Larrondo, 2005:3), del que destaca su capacidad para reducir la presencia intermediaria de los medios o el rechazo a la concepción clásica de la objetividad. Es decir, los ciudadanos “irrumper en el espacio público para comentar la información”, razón por la cual Larrondo argumenta que podemos entender algunas versiones del Periodismo 3.0 como “heredero directo del periodismo cívico”.

En esta línea, Pellegrini-Ripamonti (2010:276) establece algunos condicionantes para poder considerar una propuesta como periodismo ciudadano: “que se refiera a hechos y no a opiniones; que se recurra a diversas fuentes; que se apliquen filtros para asegurar precisión (verificación)”; así como estilo directo e intención informativa. Lo que vendría a ser aplicar valores de la profesión periodística a la creación de contenidos por manos ciudadanas.

Hasta aquí, podemos sostener que la principal razón de ser del periodismo ciudadano es “aprovechar la capacidad de las personas de ser observadoras de la realidad inmediata” (Pellegrini-Ripamonti, 2010:276), una realidad tan extensa que los periodistas por sí

mismos no la pueden cubrir, especialmente bajo las condiciones cada vez más precarias de trabajo. De aquí podríamos inferir, por tanto, que lo idóneo sería un trabajo conjunto entre la ciudadanía y los profesionales de la comunicación. Esto es así porque, aunque, como hemos visto, el periodismo ciudadano constituye para los autores mencionados una propuesta más democrática e igualitaria, habría de verse si el contenido responde realmente a criterios periodísticos. En otras palabras, y como se observa de los principios anteriormente expuestos, el Periodismo no es opinión ni tampoco una simple exposición de información, sino una actividad con una fuerte responsabilidad social. Por ello mismo, el periodismo participativo puede ser una aportación muy positiva, pero cabe preguntarse también cuáles son los valores que aplica la audiencia, y si estos coinciden con los de la profesión periodística.

Según el primer principio de actuación del Código Deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) es con la búsqueda de la verdad, lo cual “llevará siempre al periodista a informar solo sobre hechos de los cuales conozca su origen”. En este sentido, es muy complicado hacer un seguimiento de los contenidos subidos a la red por la ciudadanía. Pero, además, el principio 1 a) reza así: “deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes (...)”. Esto sugiere que, para publicar una información, ser testigo de los hechos no es suficiente. Esa versión debe ser corroborada o contrastada con otra fuente de información, la cual no debería ser otro testigo pues su versión de los hechos sería, en gran medida, la misma que la anterior. En este sentido, no es lo mismo la pluralidad de fuentes que la contrastación de la información. Frente a este código tradicional, encontramos que los medios de participación ciudadana “no ofrecen al público contenidos que cumplan con la entrega verificable, jerarquizada y contextualizada de información de relevancia social propia de los medios informativos” (Puente, Saavedra y Grassau, 2011:28). Esta misma autora continúa con que la participación ciudadana se centra, sobre todo, en la parte opinativa y de alto carácter local, mientras que la información recae, por norma general, en el trabajo de periodistas contratados, lo cual reafirma nuestra conclusión de que lo idóneo sería un trabajo colaborativo.

Por tanto, ante un panorama en el que las nuevas tecnologías continúan evolucionando y aportando herramientas de fácil acceso, podemos llegar a la conclusión que al respecto dieran Bowman y Willis en su estudio (Meso Ayerdi, 2014:68): que, para el año 2021,

los ciudadanos producirán colaborativamente el 50% de las noticias. Incidimos aquí en la parte de colaboración, entre ciudadanos que experimentan los hechos y tienen algo que contar, y el trabajo de los profesionales de la información, a saber, los periodistas.

Esta oportunidad interactiva que supone Internet se ha convertido, por lo tanto, en una amenaza y una promesa de nuevas formas para aprender del mundo (Fuller, 1996:218), ya que la participación activa de los lectores no solo ha modificado la forma de hacer periodismo, sino que, a su vez, ha permitido que se desarrollen propuestas alternativas que se concentran alrededor de los temas que más preocupan a la ciudadanía. Baste como ejemplo nuestro estudio de caso, 15MpaRato, cuyo propósito se centra de lleno en la corrupción y, especialmente, en la “estafa”, como el movimiento lo denomina, que sufrieron los ciudadanos que participaron en el proyecto de las preferentes de Bankia.

5.4 QUÉ ES EL CROWDFUNDING

Pero no solo la forma de hacer periodismo se ha visto afectada por las nuevas dinámicas que transforman la sociedad, sino también la manera de financiarse. A este respecto, partiendo de que nuestro objeto de estudio, el 15MpaRato, se desarrolla y entra en funcionamiento a través de Internet y utilizando las herramientas que este aporta, cabe decir que, en el nuevo escenario digital, los nativos tienen una mejor capacidad de adaptación y respuesta, además de una mayor agilidad al buscar fuentes de financiación alternativas (Salaverría, 2016: XXX). Una de ellas, y la utilizada por el movimiento ciudadano que estudiamos en este trabajo, es el *crowdfunding*, un método que permite buscar capital e inversión por vías novedosas recurriendo a la participación de muchos individuos (Mollick, 2014:1).

Naturalmente, el concepto no nace de la nada, sino que surge de otras ideas que ya tenían cierta relevancia dentro del mundo de los negocios, el *crowdsourcing* (Moreno Gil, 2017:16), que se refiere a utilizar a la masa (*crowd*) para obtener ideas, feedback y soluciones encaminadas a desarrollar actividades corporativas (Belleflamme, Lambert y Schwienbacher, 2012:2). Lo cual procede, a su vez, del término *outsourcing* (Howe, 2006:4-5). Para este autor, Internet supone una aportación importante a la mediación en una relación laboral al uso, como los procesos colaborativos de los usuarios y el sentimiento de pertenencia a un proyecto, lo que denomina “un nuevo paradigma”.

Dar una definición exacta de lo que es el *crowdfunding* se presenta como una tarea difícil, pues cubre una rama muy amplia de posibilidades, variantes y objetivos. Desde un individuo que busca financiación para proyectos creativos a través de *Patreon*, sitio web de micromecenazgo fundado en 2013, pasando por empresas periodísticas que desean desprenderse del peso que tienen los anunciantes en sus medios basando gran parte de su modelo en suscripciones, a un movimiento ciudadano cuyo propósito es querellarse contra un caso de corrupción. Diferentes autores han aportado diversas definiciones en sus trabajos académicos, siendo las más simples que el *crowdfunding* es el proceso de pedir al público general donaciones para proveer el capital inicial para nuevas empresas (Steinberg y DeMaria, 2012:2) o, según Eric Rivera (Moreno Gil, 2017:19) “la financiación colectiva consiste en la puesta en marcha de proyectos mediante aportaciones económicas (*funding* = financiación) de un conjunto de personas (*crowd* = masas, colectivo)”. No obstante, Ethan Mollick (2014:2) cree preferible establecer una definición concreta, a pesar de mantener en mente su amplitud, para lo cual afirma que el *crowdfunding* se refiere a los esfuerzos de emprendedores y grupos - culturales, sociales y con ánimo de lucro- para financiar sus empresas recurriendo a contribuciones relativamente pequeñas de un número relativamente grande de individuos utilizando Internet, sin intermediarios financieros estándares. La aportada por la Asociación Española de Crowdfunding (2014) también es lo suficientemente amplia como para dejar constancia de ella en este trabajo:

Consiste en la cooperación colectiva para conseguir dinero u otros recursos, y se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones de todo tipo, tanto privadas como públicas sin ánimo de lucro. Este tipo de financiación puede ser usado para muchos propósitos.

Por su parte, también existe una gran dispersión en cuanto a la nomenclatura utilizada para hacer referencia a este fenómeno, que recibe otras denominaciones como: financiación colectiva o popular (reconocidas por la Real Academia Española); financiación en masa; microfinanciación colectiva o *crowdfinancing* y micromecenazgo o *microfinance* (Mata, 2014:7). Según esta misma autora, para calcular la eficacia de estas campañas, en las plataformas líderes en España se mide el éxito en tanto si se ha conseguido o no el objetivo de financiación establecido al inicio.

Las primeras plataformas de *crowdfunding* datan entre 2001 y finales del 2006. Desde entonces, ya se veía como una posibilidad de inversión a través de internet basada en la participación de una serie de mecenas de diferente naturaleza (Moreno Gil, 2017:17) que coincidían en el objetivo de apoyar la propuesta alojada en la plataforma. A este respecto, Lawton y Marom (Moreno Gil, 2017:19) escriben que el *crowdfunding* es un mercado por y para los participantes. Se trata de un fenómeno que se encuentra en constante crecimiento desde 2009 y que todavía tiene la tarea pendiente de demostrar su sostenibilidad, aunque cuenta con el apoyo de “reconocidas organizaciones públicas y privadas que lo sitúan como una forma de financiación colectiva consolidada y en fase de desarrollo sostenible” (Mata, 2014:38).

A este respecto, en 2013, la fundación Knight Foundation (Patel y Maness, 2013) publicó un estudio en el que analiza tanto los progresos como las dificultades que se encontraron 18 organizaciones comunicativas sin ánimo de lucro entre 2010 y 2012 a la hora de ser sostenibles. La investigación se organizó en tres secciones diferentes:

1. **Creación de valor social:** la habilidad para crear contenido único y relevante, y para atraer, comprender y mantener el interés de las audiencias de forma que se produzca un impacto medible.
2. **Creación de valor económico:** habilidad para aumentar los múltiples cauces de beneficio y así sostener la misión de crear contenido y conseguir interés e impacto.
3. **Capacidad organizativa:** la infraestructura, distribución de recursos y las aptitudes que permiten a una organización adaptarse e innovar mientras crea valor social y económico.

Es decir, el estudio analiza cómo estas organizaciones ascienden y gastan el dinero, así como a qué dirigen sus esfuerzos por conectar con la audiencia y los beneficios que de esto se derivan.

Las organizaciones de mayor éxito se encargaban de desarrollar regularmente diferentes maneras de conectar con su audiencia, es decir, conocerla y aprender sobre sus intereses, incorporando ese *feedback* para conseguir patrocinadores, definir programas de suscripciones y preparar experiencias para los usuarios. Es decir, observaban el mercado en el cual operaban para identificar un equilibrio entre cubrir un marco tan

amplio que resulta difícil construir una comunidad, y uno tan estrecho que cree dificultades económicas a largo plazo. Por tanto, debido a esta importancia que recae sobre las audiencias, dichas organizaciones reconocen que su negocio no se reduce a publicar, sino a crear y proveer experiencias individuales ricas en información y conexiones. Asimismo, buscan diversas maneras de financiación y ofrecen sus contenidos a terceros para alcanzar otros rangos de audiencias, así como relaciones de mutuo beneficio. Además, al comprender que los hábitos de las audiencias a la hora de consumir información están cambiando, no concentraban sus esfuerzos únicamente en sus webs principales, sino que estaban construyendo diseños que permitan la participación de los usuarios mientras priorizaban, a su vez, las redes sociales.

El *crowdfunding*, por tanto, permite que un proyecto se haga realidad sin depender de que el fundador aporte todos los recursos necesarios, siempre y cuando exista un colectivo dispuesto a invertir en él. De esta manera, llegamos a la conclusión de que se trata de un “proceso de democratización financiera” (Mata, 2014:39), ya que una de las piezas clave es la comunicación que debe establecerse con ese colectivo, con la *crowd*, para que efectivamente se identifique y decida cooperar. Por esta misma razón, es un requisito necesario que el fundador sepa apelar a dicha masa de forma empática con el objetivo de conseguir construir una comunidad, pues esta se va a conformar como la base principal de todo el proyecto. Es decir, las ideas se lanzan directamente a los usuarios de Internet, quienes serán los proveedores de capital, lo que permite también ganar una validación temprana de los conceptos del proyecto, así como observar si el alcance de mercado preestablecido se ajusta a la realidad (Steinberg y DeMaria, 2012:2). En este sentido, el informe de Knight Foundation afirma que, en lo referente a medir las audiencias:

The assumption is that with better metrics, organizations can be smarter about developing content and user experience strategies, and also better positions to raise dollars from both institutional and private sources. The lack of progress toward smart, useful metrics is of particular concern to the organizations involved in this study and the entities that fund them (2013: 15)

ESTUDIO DE CASO: ACTIVIDAD INFORMATIVA DE LA PLATAFORMA 15MpaRato

6.1 ANTECEDENTES

Desde 2008, España se había visto sumida en una crisis económica causada por la especulación financiera e inmobiliaria que terminó trasladándose también a los ámbitos político y social. Los recortes en el gasto público, la reforma laboral, la subida del IVA, la bajada de los sueldos a los funcionarios, las ayudas públicas a los bancos... provocaron una gran indignación y el descrédito de las instituciones públicas y de los políticos, creando así un contexto de descontento social al cual se unieron una serie de motivos que esperanzaban la protesta, como la revolución islandesa o la Primavera Árabe. Tres años después, el domingo 15 de mayo de 2011, alentada por la disconformidad y el malestar general, la ciudadanía decidió ocupar pacíficamente las plazas de las principales ciudades y pueblos del país entonando lemas como “No nos representan”, siendo la manifestación más importante en número y repercusión la de la Plaza del Sol en Madrid. Según Tardà i Coma (2013:39), “el 15M supuso un despertar generalizado de la conciencia social. La indignación individual tomó forma de indignación colectiva y puso fin a la ilusión de complacencia institucional de una sociedad pasiva y feliz”. Continúa afirmando que la primavera de 2011 permitió la generación de un clima de protesta, una acción rebelde a la vez que pacífica, con la intención de fomentar un cambio político y económico en una situación donde la tendencia neoliberal estaba propiciando el desmantelamiento del Estado de Bienestar.

Las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales fueron esenciales para que este Movimiento pudiera realizarse. En palabras de José Candón Mena (2013:21), “todo empezó con la coordinación a través de Internet de algunos colectivos y activistas que, agrupados en la Plataforma Democracia Real Ya!, lanzaron la convocatoria a manifestarse el 15 de mayo en más de 50 ciudades españolas con el lema ‘no somos mercancía en manos de políticos y banqueros’”. Es más, las redes sociales constituyen una de las principales características de “la llamada *spanish revolution* y lo que la separa de las equivalentes revueltas mediáticas que nos precedieron meses antes en los países árabes(...) Si antes eran la hoz y el martillo, podríamos visualizar hoy el *mouse* y el móvil como armas revolucionarias, o la @ arroba y el # *hashtag*” (Romero Sire, 2011).

Conocido como el Movimiento 15M, tuvo lugar varios días antes de las Elecciones Generales Autonómicas y Municipales, estando en el Gobierno por aquel entonces el ahora expresidente José Luis Rodríguez Zapatero. Por esta misma razón y con el objetivo de permanecer allí hasta la jornada electoral, algunos manifestantes decidieron permanecer acampados en la Plaza del Sol, hasta que la policía procedió a su desalojo. Sin embargo, este hecho desencadenó una reacción contraria y los “indignados”, denominación por la cual también se conoce al movimiento, surgida a raíz del manifiesto *¡Indignaos!* de Stéphane Hessel, vuelven a tomar la plaza por la tarde, no solo en Madrid sino en distintas ciudades del territorio español. Y así,

tres días después, cuando el 18 de mayo la Junta Electoral Central prohibió las concentraciones en Sol por la cercanía de las elecciones municipales y autonómicas, la ocupación masiva de la plaza ya indicaba la apertura de una dinámica de desobediencia civil con una insólita capacidad de convocatoria. No es arriesgado decir que la prohibición de las concentraciones por la normativa electoral tuvo el efecto opuesto al buscado, en la medida en que funcionó como metáfora del mismo secuestro de la política por la élite económica y las maquinarias partidistas que denunciaban los manifestantes (Errejón Galván, 2011: 121)

El 20 de mayo, se deciden por consenso las propuestas y objetivos del 15M, un movimiento que pasaba de la aparente espontaneidad a la organización mientras la prensa internacional comenzaba a hacerse eco del mismo. Así, se comenzó a cuestionar un “sistema político de limitada democracia parlamentaria” (Tardà i Coma 2013:39) en pro de la reclamación de una democracia más participativa. De hecho, en palabras de Romero Sire (2011), “no está de más señalar que muchos de los grupos organizados a través de Internet pudieron aprender en las plazas nuevas ‘técnicas de organización presencial’ de los más experimentados grupos antisistema -que eventualmente se les sumaron- para hacer efectiva la ocupación y acampada en el espacio físico”. Pero la ocupación indefinida de las plazas constituía una actividad insostenible, por lo que el 12 de junio deciden llevar a cabo un desalojo voluntario después de una ocupación pacífica que duró 28 días. Su lema fue “No nos vamos, nos expandimos”. El levantamiento de la acampada en la Puerta del Sol en Madrid constituía el fin de una etapa. A raíz de este momento, las asambleas no desaparecen, sino que se desplazan a pequeñas reuniones que se convocan en las plazas de cada barrio, donde la protesta general se empapa de los problemas cotidianos y se impregna de las luchas vecinales. De esta forma, las acampadas se convertían así en “un espacio autogestionado y abierto de convivencia,

deliberación democrática y visibilización abrupta de la brecha entre los representantes y una parte sustancial de los representados” (Errejón Galván, 2011: 121).

En relación con el interés del público, una de las acciones que va a convertirse en característica del movimiento debido a la diversificación hacia nuevos temas de protesta es la paralización de desahucios, para lo cual se alían con la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), organización heredera del movimiento por la vivienda, frenando así el primero en Madrid el 15 de junio de 2011, al cual seguirán múltiples más. Este mismo mes, el 19 de junio, se celebra la siguiente manifestación estatal desde el 15 de mayo, cuya asistencia supera notoriamente la de la primera, lo que evidencia, por tanto, la consolidación del movimiento entre la ciudadanía. Gracias a este éxito, al día siguiente comienza una nueva forma de protesta, la serie de marchas indignadas desde diversos puntos del territorio hacia la capital española, para así celebrar el 24 de julio una nueva manifestación. Como resultado, de nuevo en palabras del profesor José Candón Mena (2013:24):

Tras un verano en el que el movimiento fue capaz de mantener la conflictividad, el 15 de octubre celebra un nuevo hito con otra convocatoria de manifestaciones que esta vez tienen un eco global. El contexto internacional favorece el éxito del llamamiento global debido al aumento de la conflictividad social en países como Gran Bretaña, Portugal o Francia, el surgimiento de un sector indignado en las protestas de Grecia, el nacimiento en los EE.UU. del movimiento Occupy Wall Street, las protestas estudiantiles en Chile o los indignados de Israel junto con la precedente primavera árabe.

Así, el movimiento se convertía por sorpresa en un muy importante actor dentro del sistema político español, con la capacidad de colocar sus temas en la agenda pública; no solo eso, sino que marcó las elecciones locales de mayo de 2011, la visita del papa Benedicto XVI a Madrid y supuso, a su vez, una razón fundamental en el pacto entre PSOE y PP para reformar la constitución (Errejón Galván, 2011:121).

Después de un año en el que continuó la actividad de protesta, se convocó con motivo de su primer aniversario otra movilización masiva el 12 de mayo. Las manifestaciones tuvieron lugar en las principales ciudades y pueblos españoles, acumulando de nuevo una asistencia multitudinaria que, en algunos casos, volvió a desobedecer los límites impuestos a las concentraciones, por lo cual fueron reprimidas por la fuerza en varias ocasiones.

Este resurgimiento del Movimiento se vio reforzado por las circunstancias que se estaban dando en el contexto social. Por ejemplo, las movilizaciones por la sanidad o la huelga de enseñanza que ponían de manifiesto la denuncia por los recortes en servicios públicos esenciales, así como la crisis de Bankia, que agudizó la indignación ante el desastre financiero y las ayudas destinadas a cubrirlo. Es decir, cuatro años después del estallido de la crisis y la caída de Lehman Brothers, se evidenciaba poco a poco la responsabilidad de la banca y la denominada burbuja inmobiliaria; resaltar esta responsabilidad se convertiría en uno de los objetivos prioritarios del 15M en esta etapa. Así es como surge la iniciativa 15MpaRato, cuyo objetivo será evidenciar el papel que tuvo la salida a bolsa de Bankia en la crisis financiera. Ante este nuevo panorama, el movimiento de los Indignados empezó a crear colectivos temáticos, convirtiéndose así en el estandarte para visibilizar la realidad ocultada.

6.2 15MPARATO

Durante las concentraciones de ese primer aniversario del 15M, un grupo de ciudadanos anunció en la Plaza Cataluña de Barcelona su intención de querellarse contra Rodrigo Rato, el principal banquero de España, y sus cómplices, por considerarles responsables de la crisis. Así, 15MpaRato nace el 16 de mayo de 2012, de la mano de diversas organizaciones. Algunas de ellas:

- Democracia Real Ya!: movimiento social que se autodefine como “apartidista, asindical, no violento, contrario a formar parte de cualquier ideología pero no apolítico”. Nativa del mundo de Internet y las redes sociales, fue una de las organizaciones convocantes de la Manifestación del 15M y apoyó las acampadas. Centra su trabajo en torno a tres colectivos castigados de la sociedad: los parados, desahuciados y la Juventud Precaria, pues se trata de una organización que considera que los ciudadanos no están representados ni protegidos por la política actual, por lo que exigen un cambio de panorama.
- Plataforma Auditoría Ciudadana de la Deuda (PACD): nació en las asambleas del 15M, donde los ciudadanos comenzaron a plantearse cómo querían elaborar la auditoría, qué deudas quería auditar, quién podía y debía participar en el

proceso y con qué objetivos. Partiendo de que se estaban llevando a cabo ilegitimidades para que el Gobierno pudiera aplicar las políticas de austeridad, la plataforma “exige el derecho a saber [y] a conocer los detalles del proceso que nos ha llevado a esta situación”, según se lee en su web oficial.

- Xnet: se autodefinen como plataforma para liberar a la ciudadanía de los abusos de la SGAE (Sociedad General de Autores y Editores) y otras industrias culturales. En sus propias palabras, “defendemos la neutralidad de la Red para una democracia, información y cultura libres”. Son organizadores de los oXcars y el FCForum, Foro Internacional de Cultura Libre.

Para esta iniciativa, Rato constituía el símbolo de la impunidad y las puertas giratorias, debido a su paso y relación de la economía a la política. Los objetivos que proclamaron fueron los siguientes, extraídos literalmente del manifiesto “Ciudadanía contra la corrupción”⁴, disponible en la web del movimiento:

- “No es una crisis sino una estafa organizada y tiene responsables con nombre apellidos.
- Acabar con la impunidad de las tramas en las que participan gobiernos corporaciones.
- Nos rescataremos con el dinero que recuperaremos de los corruptos: el rescate debe pagarse con el dinero que han robado, nuestro dinero.
- El MOU (que recapitaliza la banca privada con 100.000 millones de €) y el MEDE impuestos desde la UE, y empleando como una de las principales excusas la quiebra de Bankia, no son más que artificios legales para saltarse la legalidad contractual garantizada históricamente por principios como la *Par Conditio Creditorum* (si no se hubiese firmado el MOU, los ahorradores tendrían prioridad de ser rescatados y los demás acreedores tendrían derecho a perder proporcionalmente de igual forma; en igual condición de crédito. No se podría rescatar a unos, los bancos extranjeros, y abandonar a otros, los

⁴ Recuperado 24 mayo, 2019 de <https://xnet-x.net/docs/15MpaRato-dossier.pdf>.

accionistas). Parar este proceso hubiese sido posible con el embargo judicial a Bankia, tal como explicamos en "Desde la Justicia"

Un MOU o memorando de entendimiento (Memorandum of Understanding en inglés), es, según el Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE),

un documento escrito firmado por los representantes de dos o más entidades, que comportan declaraciones de voluntad para actuar con un objetivo común, sin comprometer jurídicamente a ninguna de las partes. En el MOU se establecen principios generales de actuación que orientan la relación de las Partes, sin establecer obligaciones. Tiene un contenido político, y suele ser útil para enmarcar las relaciones de colaboración entre dos entidades, de cara a firmar posteriormente un convenio con compromisos concretos.

Debido a la no existencia de regulación jurídica, no es necesario cumplir ningún trámite a la hora de llevarlo a cabo, además de otorgar una mayor libertad a las Partes implicadas.

Por otra parte, el MEDE (Mecanismo Europeo de Estabilidad) es “una entidad financiera creada por los Estados miembros de la zona del euro”⁵. El Tratado se firmó el 2 de febrero de 2012, inaugurándose el 8 de octubre del mismo año, tras la decisión que tomó el Consejo Europeo en 2010 de crear un mecanismo permanente para evitar situaciones que pusieran en peligro la estabilidad de toda la zona del euro. Con este fin, el MEDE “moviliza fondos mediante la emisión de instrumentos del mercado monetario, así como de deuda a medio y largo plazo, con vencimientos de hasta 30 años”, pudiendo también celebrar acuerdos con sus miembros, entidades financieras u otras partes. Sus instrumentos son:

- Conceder préstamos a sus miembros.
- Proporcionar ayuda financiera con carácter preventivo.
- Adquirir bonos de los Estados miembros beneficiarios en los mercados primario y secundario.
- Financiar la recapitalización de entidades financieras mediante préstamos a los gobiernos.
- Recapitalizar directamente a los bancos bajo determinadas condiciones.

⁵ Recuperado 11 junio, 2019 de <https://www.consilium.europa.eu/es/policias/financiar-assistance-eurozone-members/>.

Según 15MpaRato, el plan de rescate financiero “no es más que un plan de los grandes capitales para colonizar/esclavizar a la ciudadanía europea en función de sus intereses”⁶. Por esta razón, uno de sus objetivos consistía en pedir a través de su querrela la intervención judicial e inmediata de Bankia, puesto que consideraba que, gracias al MOU, se llevaría a cabo un proceso de recortes al Estado de Bienestar, es decir, utilizar dinero público para pagar la deuda que Bankia contrajo con los grandes inversores, en particular con los internacionales. En otras palabras, este memorando implicaba transformar la deuda privada de Bankia en una deuda pública; según la iniciativa, “si Bankia fuese intervenida judicialmente antes de que emitiese nuevos bonos, no podrían hacer este cambio”.

El 23 de mayo de 2012, la iniciativa lanzó una campaña para animar a la ciudadanía a participar aportando información que les sirviera para encarcelar a Rato, la cual tuvo un gran impacto mediático.

Recopilación de noticias sobre el primer crowdfunding 1

The image shows a collage of news articles from various Spanish media outlets reporting on the '15MpaRato' initiative. The articles include:

- EL MUNDO.es:** "Los 'indignados' se proponen llevar a Rato a los tribunales en cinco años".
- EL PAÍS:** "El 15-M investigará a Rodrigo Rato en una campaña para 'identificar a los responsables de la estafa'".
- EL PAÍS:** "Los indignados crean la iniciativa '15MpaRato' para procesar a los responsables de la crisis".
- EL PAÍS:** "El 15-M ya tiende toda la emergencia a la emergencia ex ministro del Gobierno, ex ministro de Internacióna Madrid a Bar 15MpaRato".
- EL PAÍS:** "El 15-M lanza una campaña para 'destruir la imagen' de Rato".
- Público.es:** "'15MpaRato' quiere juzgar a los responsables de la crisis".
- Público.es:** "Esta iniciativa ciudadana pretende 'acabar con la impunidad' y ha señalado como primer objetivo al ex presidente de Bankia, Rodrigo Rato".
- Público.es:** "La fuerza del 15-M (ver especial), que salió a la calle la semana pasada para celebrar su aniversario y recordar que los motivos para indignarse siguen más vivientes que nunca, sigue".

Additional text from the articles includes: "Quiero que el ex presidente de Bankia rinda cuentas ante la justicia por la situación de la entidad" and "El 15-M recruta casi 20.000 euros para presentar una querrela contra Rato".

Fuente: 15MpaRato

⁶ Recuperado 11 junio, 2019 de <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/17/desde-la-justicia-a-toda-troika-le-llega-su-15m/>

Aunque las vistas para la recopilación de pruebas estaban puestas en un año, consiguen su objetivo en apenas dos semanas gracias a la colaboración ciudadana, por lo que el 5 de junio el movimiento lanza el primer *crowdfunding* político en la historia de España.

Recopilación de noticias sobre el primer crowdfunding 2



Fuente: 15MpaRato

Tal es el alcance mediático de la campaña que, un día después de reunir el dinero necesario, UPyD presenta públicamente una querrela propia, fechándola tres días antes que la propuesta por el 15MpaRato, aunque en 2016, tras el mal resultado recogido en las elecciones generales, se retira del caso. De cualquier forma, la querrela de esta iniciativa ciudadana se presenta como querrela particular, cuyo fin último es “recuperar el dinero de los estafados [...]. No solo alegamos administración desleal, sino que nos centramos en demostrar que hay una estafa, una falsificación y manipulación de documentos y publicidad engañosa con la intención de estafar” (15MpaRato, *Ciudadanía contra la corrupción*). Las claves de la querrela, publicadas en este dossier, son:

- “Los ciudadanos confían en 15MpaRato. Trabajadores, accionistas y preferentistas contactan con el colectivo durante todo el proceso y proporcionan valiosa información.
- A los delitos de administración desleal contra los intereses de Caja Madrid y Bankia, la querrela de 15MpaRato añade el artículo 282BIS del Código Penal sobre falsificación documental que incluye en el proceso judicial la estafa de las Preferentes. No en vano, muchos de los accionistas de Bankia fueron preferentistas a los que no se le dio otra opción que canjear sus preferentes por acciones. Durante seis meses avanzamos en este tema sin que nadie se uniera.
- 15MpaRato publica y pone a disposición de todos cualquier información de utilidad, avisando en el caso de que pruebas obtenidas puedan ser útiles a más personas.
- Frente a la posición de UPyD de crear una macro causa y alargar el proceso, la estrategia de 15MpaRato es la de agilizarlo al máximo con menos testificaciones mediáticas y más pruebas concretas. UPyD no aporta ninguna prueba al caso, pero pide muchísimas más que nosotros (algunas útiles para ambos). UPyD se centra en el aspecto político, llamando a declarar muchos pesos pesados, pocos de utilidad y ralentizando el proceso. 15MpaRato se centra en encontrar pruebas para que las personas afectadas que representamos puedan ganar. Por todo esto, se deben a 15MpaRato las principales pruebas clave del proceso como los argumentarios de venta de preferentes o las peticiones de información a IBERCLEAR hasta el informe de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)”.

6.3 PRUEBAS

Por tanto, gracias a la participación ciudadana, el movimiento 15MpaRato logra demostrar la estafa. Los propios trabajadores de Bankia filtraron un documento en el cual se probaba que, además de fomentarse la venta de preferentes a particulares, pequeños ahorradores y familias sin conocimientos financieros, esta información se mantenía deliberadamente fuera de “la vista de los clientes”.

Documento filtrado sobre las preferentes

LA EMISIÓN HA SIDO APROBADA POR CNMV CON FECHA 21/05/09

ADVERTENCIA: El presente documento es confidencial y se ha elaborado exclusivamente para uso interno del personal de Caja Madrid, en relación con la comercialización de las Participaciones Preferentes Serie II de Caja Madrid Finance Preferred S.A. Queda expresamente prohibida su difusión a cualesquiera personas ajenas a Caja Madrid. Además, esta información no debe estar en nuestras oficinas a la vista de los clientes. El folleto informativo de la emisión que contiene toda la información exigida por la normativa vigente está publicado en la web de la CNMV.



Participaciones Preferentes
Caja Madrid 2009
Argumentario Comercial
 (*) Emitidas por Caja Madrid Finance Preferred y garantizadas por Caja Madrid

1

ADVERTENCIA: El presente documento es confidencial y se ha elaborado exclusivamente para uso interno del personal de Caja Madrid, en relación con la comercialización de las Participaciones Preferentes Serie II de Caja Madrid Finance Preferred S.A. Queda expresamente prohibida su difusión a cualesquiera personas ajenas a Caja Madrid. Además, esta información no debe estar en nuestras oficinas a la vista de los clientes. El folleto informativo de la emisión que contiene toda la información exigida por la normativa vigente está publicado en la web de la CNMV.

Fuente: 15MpaRato

Es más, la filtración del informe de la CNMV también fue crucial en el juicio por preferentes, pues se demostraba que estas se vendían prácticamente solo a particulares.

Informe de la CNMV filtrado

DISTRIBUCIÓN SUBSCRIPTORES ACTUALES DE LOS VALORES		MENOS DEL 5%		DEL 5% AL 20%		MAS DEL 20%		TOTALES	
NATURALEZA DE LOS SUBSCRIPTORES		Nº Valores	Nº Subscrip.	Nº Valores	Nº Subscrip.	Nº Valores	Nº Subscrip.	Nº Valores	Nº Subscrip.
1. ENTIDADES FINANCIERAS		0	0	0	0	0	0	0	0
1.a) ALBANESES FINANCIEROS									
Sociedades Gestoras									
Agencias de Valores									
Otras									
2. EMPRESAS DE SEGUROS		0	0	0	0	0	0	0	0
2.a) EMPRESAS PRIVADAS									
2.b) ENTIDADES DE PREVISION SOCIAL									
2.c) FONDOS DE PENSIONES									
2.d) RESTO SECTOR SEGUROS									
3. ADMINISTRACION PUBLICA									
4. EMPRESAS NO FINANCIERAS E INSTIT. PRIVADAS SIN FINES DE LUCRO		29.869.019	78.306	0	0	0	0	29.869.019	78.306
4.a) EMPRESAS NO FINANCIERAS		1.583.190	803					1.583.190	803
4.b) FAMILIAS		28.175.829	77.503					28.175.829	77.503
4.c) INSTIT. PRIVADAS SIN FINES DE LUCRO									
5. MERCADO EXTRANJERO		140.381	218	0	0	0	0	140.381	218
6. INSTITUCIONES FINANCIERAS									
6.a) INSTITUCIONES FINANCIERAS									
6.b) RESTO		140.381	218					140.381	218
TOTAL GENERAL		30.009.300	78.306	0	0	0	0	30.009.300	78.306

Fuente: 15MpaRato

Sin embargo, una cuestión que capta nuestra atención es la fuerte dependencia sobre estas filtraciones anteriores en particular. Como hemos dicho, estos documentos tan importantes para el progreso de la investigación de 15MpaRato proceden de filtraciones internas, lo cual genera cierto nivel de sospecha ante los posibles intereses ocultos tras las mismas, como la venganza contra otros trabajadores de Bankia en lugar de la aspiración por la justicia social. En palabras de Carretero Román (2016:5), “el periodismo de filtraciones no equivale a periodismo de investigación. Pero caminan de la mano a la hora de elaborar informaciones que tienen por objeto desvelar algún tipo de transgresión de los portavoces institucionales o gestores públicos y privados”. En cualquier caso, y a pesar de la forma de acceso a dicha información, hemos de admitir también que estos documentos permitieron el avance del caso, y la labor periodística de verificación que llevaron a cabo los profesionales colaboradores del movimiento debería, a su vez, comprobar y valorar los intereses ocultos de la fuente que revela las filtraciones, pues “ninguna fuente de información suministra a un periodista datos que le perjudican” (Caminos Marcet, 1997).

Por otra parte, el informe de los peritos del Banco de España corrobora la querrela del movimiento en cuanto “la información pública de la salida a bolsa era falsa y Rato y sus cómplices lo sabían y lo ocultaban” (15MpaRato, *Ciudadanía contra la corrupción*). Como consecuencia, el juez del caso Bankia fijó una fianza de 800 millones por el delito tipificado en el 282BIS, aunque la Audiencia Nacional la rebajó más tarde a 34 millones de euros.

Más tarde, en diciembre de 2013, salen a la luz, gracias a más filtraciones ciudadanas a través de la Comisión Anticorrupción del Partido X, 8000 correos enviados desde cuentas corporativas de Caja Madrid. En estos se revelaban comunicaciones de cuando Miguel Blesa era presidente de la caja, desvelando maniobras delictivas. Es así como se descubre una trama de corrupción en las altas esferas del poder.

Estos documentos pudieron filtrarse gracias a un prototipo de lo que más tarde sería el Buzón de Xnet, “canal creado para que la ciudadanía pueda denunciar de forma segura casos de corrupción”. Al poco tiempo de formarse, recibe un correo anónimo que dice: “(...) tengo una información de mucho volumen y muy importante que apuesto que dibuja un cuadro claro de la corrupción institucional en España (...)” (15MpaRato, *Ciudadanía contra la corrupción*), una fuente que se encargan de poner en contacto con periodistas de *elDiario.es* y *El Mundo*, mientras, paralelamente, *InfoLibre* trabajaba

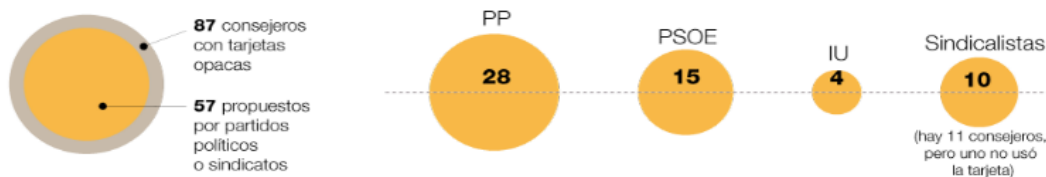
también profundizando sobre estos correos. De modo que podemos afirmar que el trabajo de esta plataforma se sustenta tanto en la participación ciudadana, centrada en el aporte de información, como en el trabajo de investigación por parte de profesionales de la información. Estamos, por tanto, ante un trabajo de investigación sobre filtraciones aportadas tanto por afectados como por fuentes pertenecientes al propio banco. Según Caminos Marcet (1997), “las filtraciones son muy importantes en el periodismo de investigación, ya que muchos temas surgen a través de datos que han sido filtrados a través de una fuente de información. Es más, todos los periodistas trabajan habitualmente con filtraciones y mucho más los que se dedican a la investigación”. La importancia y el buen quehacer periodístico residiría en considerar estas filtraciones como simples rumores que han de verificarse antes de ser publicados. Por otra parte, a pesar de la información obtenida, solo después de tres intentos se admiten los correos como prueba de la querrela.

Aun así, debido a las informaciones aparecidas en prensa tras la filtración a 15MpaRato, la Fiscalía Anticorrupción solicita al juez de la querrela que investigue la existencia de las tarjetas ‘black’ en las cuentas de Bankia, lo cual demostraría nuestra hipótesis de partida, junto al resto de resultados conseguidos por parte del movimiento, de que 15MpaRato supone una alternativa real a las formas tradicionales de hacer periodismo.

Estos Correos de Blesa desvelaron que casi todos los consejeros de Caja Madrid, posteriormente Bankia, disponían de una tarjeta de crédito “Visa Black” otorgada por la entidad durante las presidencias de Miguel Blesa y Rodrigo Rato, con las cuales habían realizado cargos personales valorados en cientos de miles de euros de dinero público sin declarar a Hacienda durante años. Lo cual solo fue posible gracias a la acción de la ciudadanía. Este escándalo ponía así en evidencia no solo la compra de voluntades individuales, sino también de partidos y sindicatos.

Infografía sobre beneficiarios de las "Tarjetas Black"

Consejeros según el partido político / sindicato por el que fueron propuestos



Beneficiarios de las tarjetas opacas de Caja Madrid

Fuente: 15MpaRato

Este proceso permitió que tanto Blesa como Rato tuvieran que aportar 19 millones de euros en fianzas personales. Además, fueron condenados a 6 y 4 años y medio de cárcel por las Tarjetas Black en primera instancia, culminando así la investigación a partir de los "Correos Blesa" que 15MpaRato y Xnet hicieron pública. Es más, "Xnet facilita el acceso y consulta a los Correos de Blesa a través de una herramienta online. Para que periodistas, investigadores, grupos de afectados o simplemente ciudadanos, conozcan la verdadera historia que relatan los correos intercambiados por los directivos de Bankia: una trama de Estado para saquear un país, la narración de cómo se gestó la crisis económica española" (15MpaRato, *Ciudadanía contra la corrupción*). De modo que, una vez conseguida la caída de Rato, la iniciativa se ha volcado en continuar su labor, ahora contra los cómplices del expresidente de Bankia.

6.4 CÓMO SE FINANCIA EL 15MPARATO

Desde sus inicios, el movimiento se encuentra con la dificultad de hacer frente a los altos gastos que conlleva la querrela para llevar a juicio el caso Bankia. No solo el dinero supone un problema, sino que parten de la premisa de que encontrarán numerosos obstáculos para poder seguir adelante debido a su lucha contra la impunidad, como dejan claro en su web. Es por esto mismo por lo que hacen un llamamiento a la ciudadanía a través de una recaudación de fondos colectiva o *crowdfunding*. A lo largo de los siete años en los cuales la plataforma ha estado activa, se han puesto en marcha tres campañas diferentes para recaudar dinero, resultando las tres en un éxito absoluto, lo cual apoya la teoría de que la iniciativa ciudadana tiene un impacto real y consistente en la sociedad.

Teniendo en cuenta la esencia del movimiento, su aspiración por la transparencia le lleva a habilitar una sección en su página web donde se dedican a explicar detalladamente su proceso de financiación, ofreciendo toda la información de los gastos y las cuentas, desde presupuestos hasta el escaneo de las facturas generadas. En sus propias palabras, “ahora es un método muy utilizado, pero fuimos pioneros y los primeros en aplicar una estructura de Cuentas Claras con presupuestos, facturas y comprobantes de pago”. Para poder interponer la querrela, comenzaron por pedir la participación de accionistas afectados y dispuestos a denunciar a través de la red social Twitter mediante el *hashtag* #AcciónPaRato, consiguiendo el apoyo de más de cincuenta personas solo doce horas después de iniciar la búsqueda.

Lanzaron la primera campaña de *crowdfunding*, #RatoFunding, el 5 de junio de 2012, con el objetivo de recaudar un mínimo de 15.042€. Lo hicieron a través de la plataforma Goteo.org, fundación formada por un equipo multidisciplinar comprometido con el *crowdfunding* cívico y la transparencia, el progreso y la mejora de la sociedad. De manera predeterminada, el margen temporal de las campañas en Goteo es de 40 días, pero el movimiento necesitaba recaudar la suma de dinero en un máximo de seis, lo cual comunicaron a través de su web y redes sociales. Como se recoge en el inicio de la sección dedicada a la financiación, el periodista y emprendedor social Pau Llop (2012, 5 junio) escribía el Diario.es que, aparte del objeto de la campaña, “otra diferencia respecto a lo que nos tenía acostumbrado el *crowdfunding* hasta este 5 de junio de 2012 es que no se busca una campaña a largo plazo”, sino que la medida suponía un golpe ciudadano que necesitaba ponerse en marcha en poco tiempo. En una sorprendente respuesta que denotó la indignación general respecto a la quiebra de Bankia y el apoyo de la ciudadanía, no solo consiguieron financiarse el 11 de junio, sino que, además, superaron la cifra mínima y la óptima de 16.042€ en menos de 24 horas, obteniendo así 18.359€ gracias a las donaciones de 965 personas, lo que supone el 130% del total. En palabras de Llop, desde ese día, el *crowdfunding* dejó de ser un proceso “sólo para emprender proyectos de difícil encaje en el mercado de masas tradicional”.

Viñeta de 15MpaRato para la primera campaña de crowdfunding.

MUY IMPORTANTE: Aunque técnicamente la campaña en Goteo dura hasta el 13 de julio, queremos lograr el objetivo en **6 DÍAS** para que la querrela ciudadana pueda tener más peso en las acciones ciudadanas de estos días contra Bankia y Rodrigo Rato



Fuente: 15MpaRato

Su objetivo consistía en financiar la primera fase, es decir, la interposición de la querrela, lo cual requería por sí solo unos 15.000€. Para calcular el presupuesto, no se basaron “en lo que se hace habitualmente en estos casos, es decir, calcular el 7-10% de la cantidad que está en litigio, o sea que está en juego y que se quiere recuperar (sería incalculable y absurdo), ni tampoco nos hemos basado en el Baremo Orientador de Honorarios del colegio de abogados de Madrid, que establece tarifas orientativas para el gremio [sino] en el salario mínimo interprofesional establecido para todo el mundo en 641,40 € en 2012, aunque no consideramos que esto sea un índice justo en los tiempos en los que vivimos”; y se puede acceder al desglose del mismo en su página web, donde detallan los recursos necesarios a los cuales se dirige el dinero.

Sin embargo, la plataforma de Goteo aplica un 8% en sus servicios a los proyectos cofinanciados con éxito, un porcentaje que, debido a diversas incidencias y molestias a la hora de la colaboración, se redujo hasta quedar finalmente en un 4%. Debido a esto, para minimizar los costes y poder así aprovechar al máximo las aportaciones, se puso a punto una plataforma sin ánimo de lucro propia impulsada por Xnet.

La segunda campaña se realizó en 2015 y, de nuevo, supuso un gran éxito. Del total establecido en 15.000€, consiguieron recaudar 17.955€ a través de la aportación de 826 cofinanciadores. Su objetivo esta vez consistía en dirigir sus esfuerzos también contra quienes consideraban cómplices de Rato en la quiebra de Bankia. Finalmente, se desarrolló una nueva campaña de *crowdfunding* en 2018, en la cual 1.306 personas aportaron 30.237€ de los 29.949€ establecidos. Esto es, recaudó un 100,96% para poder así financiar el juicio oral.

Observamos, por tanto, que, hasta el momento, desde la plataforma se están impulsando campañas de financiación para cada fase de la investigación.

ANÁLISIS DE COMUNICADOS PUBLICADOS EN LA WEB

El estudio se propone analizar la actividad de la página web de 15MpaRato, para así evaluar su actividad informativa, impacto y capacidad de influencia entre la ciudadanía. Para ello, hemos examinado los 133 comunicados publicados en la web desde 2012 hasta el 28 de mayo de 2019, observando el tipo de lenguaje que utilizan, el desarrollo de su investigación y sus formas de trabajo, así como la regularidad y su función periodística. Por otra parte, hemos estudiado los objetivos que se fijó la plataforma y los resultados obtenidos durante el paso de los años.

Desde el primer comunicado realizan una declaración de intenciones junto a un llamamiento a la ciudadanía para poder así llevar a cabo su investigación. Parte del trabajo de los periodistas, especialmente en relación con proyectos de investigación como este, consiste en contextualizar los hechos, aportar suficiente información para que los lectores los puedan comprender. En nuestro caso, 15MpaRato se encargó de redactar un dossier PDF en el cual se relata la historia del movimiento y sus objetivos, así como toda información relevante que concierne al caso, el cual enlazan en su primer comunicado. En el mismo, se hace referencia a la importancia que tienen las filtraciones ciudadanas, sobre las cuales se fundamenta la investigación en curso, y se repasa el transcurso de la actividad del movimiento y sus consecuencias o logros hasta el momento.

7.1 USO DE NUEVAS FORMAS

Por otro lado, se trata de una iniciativa nacida en el entorno digital, que, por tanto, hace uso de las nuevas formas y tecnologías a su disposición. En este sentido, observamos que su mayor actividad informativa la realizan a través de la red social Twitter, donde difunden toda la información que la ciudadanía les envía y que publican en el blog una vez debidamente verificada, proceso efectuado “por periodistas especializados y neutrales”, como reza en la web, que colaboran con 15MpaRato a través del portal Minileaks.

Además, en colaboración con la Comisión Anticorrupción del Partido X, crean el Buzón Xnet, plataforma a la cual ciudadanos afectados o que se encuentren en disposición de información útil pueden enviar sus correos de forma anónima, asegurando de esta forma la confidencialidad y seguridad de los usuarios.

Más aún, teniendo en cuenta que vivimos en una sociedad audiovisual y dinámica, esta iniciativa aprovecha todas las posibilidades que tiene al alcance como forma de acceder a un público aún más amplio. Por lo mismo, con la plataforma en activo por un lado y las redes sociales por otro, 15MpaRato, Xnet y Minoría Absoluta presentaron la obra de teatro *Hazte Banquero. Tarjetas Black: todo lo que quisieron ocultarte*, que se estrenó en julio de 2016 en Barcelona. Una obra que cuenta con su propia página web informativa, por lo que seguimos observando la utilización de nuevos recursos a su disposición para darse a conocer, donde se puede acceder al vídeo completo y una explicación del porqué de la creación de la misma, a lo que responden con las siguientes palabras: “la necesidad de conocer la verdad sobre nuestra historia en el momento en el que ocurre. La trama que desvelamos con los «Correos de Blesa» que llevaron a las Tarjetas Black, es la trama de cómo se creó lo que llaman «crisis»”. En cuanto a su actividad informativa, se observa el mismo patrón que en la web de 15MpaRato, esto es, la aspiración por la transparencia: no solo explican la razón de ser de la obra, sino que incluyen una ficha artística, los mecenas del proyecto, una sección de *Linkografía* (selección de links donde encontrar la información a la que se hace referencia en la obra de teatro, puesto que se considera un teatro documental o de datos reales) y un repaso por las críticas en numerosos periódicos y medios de comunicación, aunque sí es cierto que, en esto último, todas las referencias son positivas.

En cualquier caso, esta historia cuenta cómo se creó la crisis, “usando las palabras textuales que dejaron escritas los banqueros y políticos”, de manera que podemos afirmar que utilizan formas alternativas para realizar una actividad también periodística, es decir, informar sobre un hecho a raíz de documentación real. A su vez, cerca de 10.000 personas han visto esta obra de teatro en Barcelona, Madrid, Valencia, A Coruña, Girona y Tàrrrega.

Obra de teatro Hazte Banquero



Arriba, actores de la obra de teatro. Abajo, cartel de Hazte Banquero. Fuente: Xnet y 15MpaRato

Continuando con las nuevas formas, también cabe destacar la constante utilización de *hashtags* para llamar a la participación a través de Twitter, así como para desarrollar un discurso más ameno y cercano a la audiencia. Así, para referirse a Rodrigo Rato utilizan #RR, e igual para el resto de los temas: #DemandaaBankia, #Estilodevida, #EmbargoPaRato...

Utilizando una versión de prueba gratuita de la herramienta Keyhole⁷, hemos realizado un análisis de la cuenta de Twitter de 15MpaRato en el periodo junio de 2018 a junio de 2019. Hemos obtenido que, en ese periodo, han publicado 1.441 tweets de un total de 10.123 desde 2012; han recibido de media 37 likes y 47 retweets, con un porcentaje del 0,23% de media en cuanto a suscriptores que normalmente interactúan con sus publicaciones. Observamos así que, en el último año, la interacción por parte de la audiencia no ha sido muy elevada.

Por otra parte, la cantidad de tweets publicados por mes se encuentra entre ninguno y 50, a excepción de los meses de octubre y noviembre, donde el número se dispara hasta 100 y más de 150, respectivamente. Teniendo en cuenta de Rodrigo Rato entró en la cárcel a finales de octubre de 2018, nos explicamos este profundo cambio en la actividad de la cuenta. Así mismo, también observamos un pico muy alto en la interacción mediante likes y RTs en estos meses. Para más información al respecto, acudir al Anexo 2.

7.2 SEGÚN EL LENGUAJE

Como decía, la utilización de *hashtags* es una práctica recurrente. Este tipo de modelo lingüístico adaptado a las nuevas formas y al contexto digital, marcado actualmente por la influencia de las redes sociales, constituye una poderosa herramienta para conformar una comunidad entre la audiencia, así como para asegurar su mantenimiento una vez puesta en marcha. Como decíamos al principio de este trabajo, las audiencias han experimentado cambios en su modelo de consumo a raíz de la llegada de Internet, pero mantienen una característica propia del ser humano: la tendencia a formar comunidades o vínculos de relación con aquellos cuyas tendencias y pensamientos son similares a los suyos. Hacíamos referencia a que el auge de las redes sociales ha favorecido esta

⁷ Disponible en https://keyhole.co/?home_force=true

actitud, lo cual puede tener efectos nocivos si no se controla, lo que llamábamos el filtro burbuja, pero también puede tener un efecto positivo. En este sentido, las redes sociales, como Twitter en nuestro caso de estudio, favorecen la consolidación de comunidades en sí mismas. Los usuarios siguen a otros usuarios e interaccionan entre ellos en función de su actividad en la red, cerrando vínculos incluso con personas que no conocen. Acerca de este tema, “estamos en un escenario en el que más de la mitad de la población (53,1%) estaría extendiendo sus relaciones en Internet a grupos de personas que se salen del ámbito cercano, normalizando de este modo un tipo de interacción que en la comunicación presencial suele ser más restringido” (Cáceres Zapatero, Brändle y Ruiz San-Román, 2013:444). Por tanto, situados en este contexto donde las redes sociales constituyen una parte muy relevante en la vida de las audiencias, en tanto han pasado a formar parte de la cultura popular, la utilización de *hashtags* y elementos relacionados con el mundo digital permite al movimiento un acercamiento más eficaz a la audiencia. De la misma forma que también facilita la interacción entre los individuos a través de dichas redes sociales, favoreciendo y facilitando así la construcción de la comunidad. Una comunidad que resulta vital a 15MpaRato, puesto que su trabajo de investigación se sustenta de la participación directa de la audiencia a la cual se dirige.

En lo referente a este tema, algunos ejemplos recogidos de los comunicados son (las partes resaltadas son de elaboración propia):

- “[...] y siguen enriqueciéndose con nuestro dinero, nuestro esfuerzo, nuestro trabajo. (...) Por ejemplo: ninguno de los que nos gobiernan o han gobernado pedirá a Rodrigo Rato ninguna responsabilidad por el expolio cometido, mientras hay gente en prisión simplemente por intentar buscar una salida a una vida de esclavo (...) En la guerra de los de arriba contra los de abajo, el miedo ha cambiado de bando. (...) Nosotros cumpliremos todo esto de forma pacífica, porque somos pacíficos. Y somos pacíficos porque tenemos razón. No somos uno, no somos diez, no somos mil ni un millón. Somos incontables; estamos por todas partes porque somos los habitantes del mundo, y el mundo ha dicho basta”
- “Nos relata una persona que quiere mantener el anonimato: “A la universidad le interesaba tener a Rato como doctor porque iban a proponerlo para el FMI y Rato lo necesitaba porque era condición necesaria para acceder al cargo en el

FMI. Un juego en el que todos ganaron. ¿Dónde está su tesis? ¿Alguien la ha leído?”

- “Gracias a la participación de la gente y a las muchísimas aportaciones recibidas, todo se está adelantando sobre nuestras previsiones iniciales”
- “Le escribimos como ciudadanos a quienes se les está arrebatando todo y que quieren recobrar la dignidad y la justicia”
- “Puede que 3000 *followers* en 6 días parezca mucho, pero es solo la punta del iceberg de la red ciudadana que se ha tejido estos días para llevar a Rato ante la justicia.”

Por otra parte, pero en la misma línea, como esta comunidad es tan importante, algunos de los comunicados se componen puramente de llamamientos a la ciudadanía, como en los casos de la búsqueda de afectados con información útil para la investigación o de participantes en las campañas de *crowdfunding*. Ejemplos:

- “Para poder dar el paso a la querrela necesitamos de uno a infinitos accionistas de Bankia dispuestos a denunciar (...) También es posible colaborar de manera anónima”.
- “El objetivo de esta campaña de recogida de fondos es financiar la primera fase de la querrela esperando que sea la única, pero sabiendo que es muy probable que no sea así. (...) Si queremos interponer una querrela hemos de pensar que el simple hecho de hacerlo cuesta unos 15.000 euros (...) Con presión popular podemos intentar forzar que los auditores del estado hagan las cosas bien, y así evitar tener que contratar auditores independientes. (...) ¡Corred la voz! ¡¡Vamos a por ellos!!”
- “Continua la partida y, como siempre, necesitamos de vuestra colaboración para seguir sabotando el chantaje del rescate y para llevar a prisión a Rodrigo Rato y sus cómplices. El proceso judicial tiene sus tiempos, pero en 15MpaRato no descansamos, ni descansaremos hasta conseguir nuestros objetivos”

- “Llamamiento a la colaboración ciudadana desde @15MpaRato para encontrar estafados con preferentes dispuestos a ayudarnos.”

En cuanto al tipo de lenguaje utilizado, hemos observado que la tendencia está en alejarse de expresiones políticamente correctas y del lenguaje profesional, optando de esta manera por un uso más relajado y coloquial. No obstante, en su gran mayoría se tratan las informaciones de manera directa y correcta. Por tanto, podemos decir que su intención consiste en buscar un equilibrio entre el estilo informativo, debido a la naturaleza del trabajo, y un estilo más apelativo y cercano al público que, al mismo tiempo que lleve a cabo una función periodística y de investigación, consiga llegar a las emociones de los lectores. Así, consolidan el apoyo de la audiencia, teniendo en cuenta que su objetivo es acceder y conseguir hacer reaccionar al cuerpo de la población afectado por la crisis, a la vez que pueden realizar una función informativa para la cual se ayudan también de periodistas expertos. Algunos ejemplos (las partes resaltadas son de elaboración propia):

- “Lo de la banca no es una quiebra, es una estafa.”
- “El rescate que plantea el gobierno, que plantea el PPSOE y la Troika, es vender un pueblo entero, dejarlo sin derechos, sin voz y sin pan solo para preservar privilegios. No, gracias. No necesitamos que nos rescaten. Ya no estamos a la venta. Nos rescataremos con el dinero que nos han robado banqueros, especuladores y políticos. Uno a uno, gota a gota, Rato a Rato. No debemos, no pagamos. Ellos deben. Ellos pagarán.”
- “No-dejemos-que-nos-jodan”
- “NO VAMOS A TENER CASA EN LA PUTA VIDA” (perdón por la expresión).”

Habría que decir también que, en esta línea coloquial, utilizan adjetivación que se aleja del lenguaje seco y formal, otorgándole así a sus textos un tono más cercano, con

expresiones típicas que pueden usar a menudo las personas afectadas, en lugar de un lenguaje puramente informativo, y la introducción del sarcasmo. Así mismo, el tono general suele ser combativo, acorde con la tendencia del propio 15MpaRato de movilización ciudadana. Esta estrategia también permitiría fomentar el vínculo de confianza entre el movimiento y su audiencia, pues se consideran “uno más”, evitando distinguirse de ella. Así:

- “Enchufados del PP en Bankia”
- “Rodrigo Rato y sus dos compadres de Bankia se repartirán más de diez millones de Euros”
- “Los cuatro magníficos de Lazard entran en el negocio inmobiliario a título personal”
- “Amante de las buenas corridas (WTF!) y de los buenos coches y motos, en alguna ocasión se le puede ver por Gijón al volante de un flamante descapotable... pringaos!”
- “Toda la ciudadanía tiene clarísimo que ha llegado el momento de que nos ocupemos nosotr@s mism@s de hacer justicia porque nadie lo hará por nosotr@s. ¡Estamos preparad@s!”
- “Como ya sabemos, son gente poco seria y la Troika no se fía de ellos. Roma no paga a traidores. La prueba es que estamos en pleno segundo rescate y todavía no han soltado el dinero del primero.”

7.3 SEGÚN SU CARÁCTER PERIODÍSTICO

Para hacer este análisis, vamos a repasar la regularidad de las publicaciones y su actualidad, así como el formato y estructura utilizados, los temas, su función informativa, la utilización de fuentes y su objetivo. Nuestro fin es averiguar si, efectivamente, se puede considerar periodismo ciudadano y, si es así, si tiene un verdadero impacto en la sociedad.

En primer lugar, encontramos un total de 133 comunicados en la plataforma web, publicados entre 2012 y 2019. En la siguiente gráfica se observa el número publicado por año:



Fuente: elaboración propia

De aquí se infiere que la actividad en la web de 15MpaRato no tiene una regularidad establecida, como podríamos observar en un medio de comunicación o incluso en su Twitter, que utilizan prácticamente a diario. Vemos, por tanto, que en los inicios del movimiento publicaron mucha información, debido a que necesitaban conseguir el apoyo de la ciudadanía y a que estaban haciendo públicos muchos datos que recibían de los correos de afectados. A raíz de ahí, en los siguientes años la actividad se reduce a menos de la mitad (de 41 comunicados en 2012 a solo 14 en 2013) y, aunque observamos un pico significativo en 2015, vuelve a reducirse paulatinamente. Por lo tanto, a partir de esta gráfica podemos decir que la actividad que realiza 15MpaRato no se basa en una información diaria, sino más bien progresiva, a la par del avance del caso Bankia. Es decir, los comunicados de la plataforma son un reflejo del progreso y el curso de la investigación en sí misma, puesto que aumenta la regularidad en los momentos en los que consiguen descubrir algo, como con los “Correos Blesa” o las “Tarjetas Black”, o en los cuales necesitan de apoyo financiero para poder continuar trabajando.

Igualmente, observamos que el caso, y su difusión en la plataforma, se encuentran de total actualidad, puesto que el último comunicado data de 28 de mayo de 2019⁸. Además, esta última publicación consiste en un enlace directo al medio de comunicación digital *Público*, lo cual constata y refuerza la actualidad del caso.

En cuanto al formato, observamos que no hay una estructura clara establecida. Encontramos comunicados que se conforman únicamente de mensajes cortos, una lista o incluso una fotografía o un enlace a otra página, frente a otros cuyo contenido es denso y el texto largo, con muchos datos e información. Aunque coinciden en el tono utilizado y la referencia a las fuentes, que suelen conformarse por uno o a veces dos enlaces. A este respecto, encontramos que las fuentes son en su gran mayoría digitales, y van desde artículos o noticias de medios de comunicación, a informaciones publicadas por particulares en blogs y páginas web. A este respecto, en palabras de Campos Freire (2008:281), en las iniciativas alternativas consideradas únicamente informativas,

Las fuentes de procedencia de las noticias son los medios convencionales -prensa, radio, televisión e Internet- y algún acontecimiento narrado por los propios usuarios. En casi todos los casos son los usuarios los que suelen efectuar la contribución de la información, lo que supone el primer eslabón de la cadena de participación y lo hacen (atención) también sin ningún tipo de contraprestación económica. Efectuada la producción-aportación gratuita, es luego la comunidad de usuarios la que efectúa la selección, evaluación y comentario sobre la importancia de las noticias.

Sin embargo, a pesar de fundamentar su trabajo en fuentes diversas, es cierto que todos los puntos de vista concuerdan con el de 15MpaRato. Además, muchos de los enlaces están desactualizados.

Así, Campos Freire (2008:282) continúa diciendo que “las redes sociales se configuran como un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro. Su evolución apunta más hacia el medio audiovisual y virtual que a las características de la prensa escrita”, lo cual concuerda con nuestros resultados obtenidos del análisis de

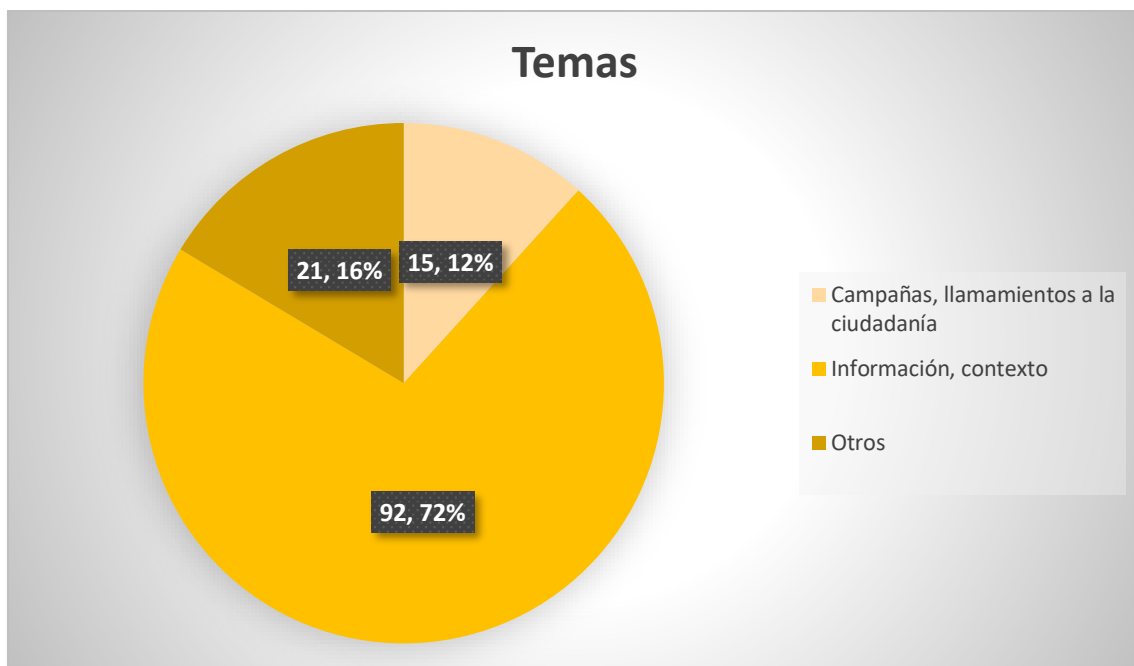
⁸ Información recuperada el 31 de mayo de 2019

comunicados, pues observábamos que hacen un uso continuo de la imagen y *banners* para hacer mucho más asequible su información.

Por otra parte, continuando con la tendencia actual, organizan la aportación ciudadana bajo las siguientes etiquetas, también *hashtags*:

- “TRABAJO”
 - #Gescartera
 - #FMI
 - #Bankia
 - #Capiro
 - #1000culos
- PERSONALIDAD:
 - #Bio
 - #RRlaSaga (antepasados)
 - #Estilodevida
 - #Insidejob (Amigos y familia)
 - #Juventud

Una división que nos sirve también para distinguir la rama de temas a los que se refieren. Todos los comunicados, y todo su trabajo, gira en torno al tema del caso Bankia, razón por la cual inician la investigación. Su objetivo en primer lugar consistía en llevar a Rato a la cárcel, lo cual consiguieron en 2018, aunque formaba parte de otro mayor: terminar con la impunidad y hacer pagar a los responsables de la crisis. Por tanto, el interés público se encuentra a la orden del día con este movimiento. Los temas, así mismo, se encuadran dentro de este marco.



Fuente: elaboración propia

Como podemos observar a partir de este gráfico, la mayoría de los comunicados se centran en información y contexto sobre el caso, mediante la aportación de datos y contenido de interés que explican a su audiencia. No obstante, muchas de estas publicaciones se basan simplemente en enlaces a otras webs. Por otra parte, la menor actividad la conforman los llamamientos y apelaciones directas a la ciudadanía, como campañas de *crowdfunding* o quedadas para entregar la querrela.

Otra característica que merece la pena mencionar es el uso reiterado de la repetición de sus mensajes, para que así la información cale hondo entre los lectores.

CONCLUSIONES

La primera parte de nuestro trabajo nos lleva a la conclusión de que el trabajo del profesional de la comunicación ha cambiado sustancialmente debido a la llegada de lo digital. La precariedad laboral lleva a los periodistas a lidiar con la responsabilidad de realizar todo el trabajo que antes se hacía en grupos, favoreciendo de esta manera la tendencia de apoyarse en contenido creado por los usuarios, especialmente testigos de los hechos y sucesos. De esta manera se asienta el periodismo ciudadano o participativo con fuerza, lo cual afecta directamente a las audiencias. En este sentido, Guilló y Mancebo-Aracil (2017:428) apuntan “como reto clave el promover la educación orientada al empoderamiento de la ciudadanía para que adquiera un rol activo (y proactivo) en los procesos que tienen lugar en entornos virtuales”.

En este sentido, sus patrones de consumo de la información también se han modificado. Internet otorga todas las herramientas necesarias para fomentar la participación directa, de manera que las audiencias pueden no solo interactuar con las informaciones dadas por periodistas, por ejemplo, a través de comentarios en los medios digitales o a través de redes sociales, sino crear las suyas propias. Este es el Contenido Generado por el Usuario, un usuario que pasa a considerarse prosumidor frente al consumidor pasivo. Una actividad que adapta la profesión periodística a las nuevas sociedades, pero que también entraña el peligro de la retroalimentación: solo consumir aquellos contenidos que se adapten a nuestras propias ideas, una tendencia propia del ser humano, pero que puede verse empeorada si estos contenidos se acercan más a la opinión que al periodismo. Para contrarrestar esta posible disfuncionalidad, concluimos también que lo ideal sería el trabajo conjunto entre ciudadanos y periodistas profesionales.

Además, la aparición de modelos de comunicación alternativos y las nuevas tecnologías influyen en la tendencia de la audiencia a la hora de considerar la información como un bien gratuito, en lugar de un servicio elaborado por profesionales. De la misma forma, el mundo digital ha favorecido, por otra parte, la especialización en los contenidos, precisamente por la facilidad que tiene la audiencia actualmente de acceder a información o contenidos sobre acontecimientos que están teniendo lugar internacionalmente sin tener que pagar por ellos. La especialización conllevaría así un elemento diferenciador para que los contenidos volvieran a resultar atractivos para los lectores.

En cuanto a nuestro caso de estudio, la hipótesis planteada era la siguiente:

El 15MpaRato supone una alternativa real a las formas tradicionales de hacer periodismo.

En lo referente a los resultados obtenidos, gracias a esta campaña se consiguió:

- Demostrar que la salida a bolsa de Bankia fue una estafa, debido a que esta querrela es la única en denunciar por falsedad documental recurriendo al art. 282BIS del Código Penal, lo cual conllevó una fianza de 800 millones de euros.
- Imputar a 82 altos cargos de Bankia y políticos de partidos y principales sindicatos por la utilización de las denominadas Tarjetas Black, destapadas gracias a la salida a la luz de los Correos de Blesa.
- Probar que las preferentes fueron una estafa.
- Evidenciar las irregularidades fiscales de Rodrigo Rato, expresidente de Bankia, provocando su inspección y detención, así como posterior su entrada en prisión.
- Y lo que consideran más importante desde el movimiento, “hemos ayudado a sacar a la luz la verdad, demostrando que no son impunes”.

Todo lo anterior evidencia, por tanto, la capacidad de acción e influencia que tienen iniciativas como 15MpaRato, que se apoyan en las nuevas tecnologías, así como en las nuevas formas de informar y apelar a la ciudadanía. Así mismo, teniendo en cuenta que su trabajo se fundamenta en la participación ciudadana junto al trabajo profesional de periodistas colaboradores, se confirma que llevan a cabo un trabajo periodístico, aunque no tradicional.

En base a que el mundo digital ha favorecido la especialización, observamos que su actividad informativa gira en torno a un objetivo y temas muy específicos, como es el caso Bankia, ahondando en el mismo y optando por la investigación profunda en detrimento de una información más general. Aunque llama también la atención la fuerte dependencia de las filtraciones que, aunque cotidianas en el periodismo de investigación, pueden esconder intereses ocultos.

REFERENCIAS

- Alonso González, M., y García Orta, M. J. (2016). Ciudadanos y Web 2.0: las nuevas formas de participación apuestan por la transparencia en la gestión. *8º Congreso Internacional de Ciberperiodismo: El impacto de las audiencias en los perfiles profesionales y los contenidos*, 30-46. Recuperado 5 mayo, 2019 de <https://idus.us.es/xmlui/handle//11441/76282>
- Alzaga, P. de. (2010, 21 enero). Steve Outing: «Evolucionamos hacia un nuevo ecosistema de información». Recuperado 9 abril, 2019, de https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-steve-outing-evolucionamos-hacia-nuevo-ecosistema-informacion-201001210300-1133233479707_noticia.html
- Belleflamme, P., Lambert, T., y Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609. Recuperado 10 mayo, 2019 de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902613000694>
- Bernal, C. y Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20(40), 25-30. Recuperado 20 abril, 2019 de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=40&articulo=40-2013-04>
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). We Media: How audiences are shaping the future of news and information. *The Media Center at The American Press Institute*, 66. Recuperado 5 abril, 2019 de http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Cáceres Zapatero, M., Brändle, G., & Ruiz San-Román, J. (2013). Las relaciones de los jóvenes con desconocidos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 436–456. Recuperado 31 mayo, 2019 de <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-984>
- Candón Mena, J. (2013). Una breve historia del 15-M. *Libre Pensamiento*, 71, 20–25. Recuperado 18 mayo, 2019 de <http://librepensamiento.org/wp-content/uploads/2013/01/71-LIBRE-PENSAMIENTO-71-OK.pdf>
- Camino Marcet, J. M. (1997). Periodismo de filtración, periodismo de investigación. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 2. Recuperado 10 junio, 2019 de <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17303/15097>
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11, 277–286. Recuperado 10 junio, 2019 de <http://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Carretero Román, Á. (2016). Periodismo de filtraciones y escándalos mediáticos: De las fuentes oficiales al activismo ciudadano en red. *Universidad Rey Juan Carlos*. Recuperado 10 junio, 2019 de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46917352/TFM_Alvaro_Carr

etero. Proyecto I D. Master CCCD.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPeriodismo de filtraciones y escandalo s.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190610%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190610T170250Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=023436b7c83a2d88a75fbfb158c67291c88e71f1807cd89a3599ac1f5c18fe63

Cordón García, J. A., y Jarvio Fernández, A. O. (2015). ¿Se está transformando la lectura y la escritura en la era digital?, *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 38(2), 137–145. Recuperado 16 mayo, 2019 de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/RIB/article/view/22585/18658>

Errejón Galván, I. (2011). El 15-M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 2, 120–145. Recuperado 9 junio, 2019 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3819589>

Fernández Castrillo, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *Cuadernos de Información y Comunicación* 19 53-67. Recuperado 16 mayo, 2019 de <https://www.redalyc.org/pdf/935/93530573004.pdf>

Fuller, J. (1996). *News Values: Ideas for an Information Age*. University of Chicago Press. Recuperado 25 marzo, 2019 de [https://books.google.es/books?id=s4ilplbIU6UC&printsec=frontcover&dq=Fuller,+J.+\(1996\).+News+Values:+Ideas+for+an+Information+Age.+University+of+Chicago+Press.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi48cnbk8biAhVNZVAKHVTUB2oQ6AEILDAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=s4ilplbIU6UC&printsec=frontcover&dq=Fuller,+J.+(1996).+News+Values:+Ideas+for+an+Information+Age.+University+of+Chicago+Press.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi48cnbk8biAhVNZVAKHVTUB2oQ6AEILDAA#v=onepage&q&f=false)

García Aller, M. (2018, 10 noviembre). Cómo leemos en la era digital nos está cambiando el cerebro. Recuperado 6 mayo, 2019, de <https://www.elindependiente.com/futuro/2018/11/10/como-leemos-era-digital-nos-esta-cambiando-cerebro/>

Gillmor, D. (2004). *We the Media. Grassroots journalism by the people, for the people*. Cambridge: O'Reilly

Guilló, M., & Mancebo-Aracil, J. F. (2017). Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales. *Miguel Hernández Communication Journal*. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado 10 junio, 2019 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6120207>

Harrison, T. M., y Barthel, B. (2009). Wielding new media in Web 2.0: Exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media and Society*, 11(1–2), 155–178. Recuperado 21 marzo, 2019 de <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444808099580>

- Howe, J. (2006). The Rise of Crowdsourcing. *Wired Magazine*, (14), 1–5. Recuperado 5 abril, 2019 de [https://sistemas-humano-computacionais.wdfiles.com/local--files/capitulo%3Aredes-sociais/Howe The Rise of Crowdsourcing.pdf](https://sistemas-humano-computacionais.wdfiles.com/local--files/capitulo%3Aredes-sociais/Howe%20The%20Rise%20of%20Crowdsourcing.pdf)
- Howe, J. (2008). *CROWDSOURCING Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. US: Random House LLC US
- Jarvis, J. (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Gestión 2000
- Larrondo Ureta, Ainara (2005). Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado 23 marzo, 2019 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200539larrondo.htm>
- Lasica, J. D. (2003). *What is Participatory Journalism?* Recuperado 21 marzo, 2019 de <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>
- Livingston, S. (1999). New Media, new audiences? *New Media and Society*, 1(1), 59–66. Recuperado 21 marzo, 2019 de https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444899001001010?casa_token=bUs7jQqRA7wAAAAA:4D_79OEF5h0FKekD9g_QsviFE6CmH-FskfjyJjSUQFMJ8MEfaFrvhDC5HWqF7gotYPr-dUXJubUG
- Llop, P. (2012, 5 junio). #15mpaRato: yo (el pueblo) acuso. Recuperado 10 junio, 2019, de https://www.eldiario.es/zonacritica/pueblo-acuso_6_12308783.html
- López García, G. (2005). *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <https://libros.metabiblioteca.org/handle/001/224>
- Mata, J. (2014). Las campañas de *crowdfunding*. Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna Disponible en <https://www.tdx.cat/handle/10803/279390>
- Meso Ayerdi, K. (2005). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 90, 4–15. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009003.pdf>
- Meso Ayerdi, K. (2014). Periodismo y audiencias: inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios. *Cuadernos.Info*, 33, 63–73. Disponible en <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n33/art06.pdf>
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. Disponible en <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S088390261300058X?token=3E3B605156C9BD5464D40553A929F1C70EBC8AE40EF15FDE1D56967420BE6C78F203BDE72CA51A28E315B992356AC6CB>

- Moreno Gil, E. (2017). Estrategias de adaptación y resistencia en tiempos de austeridad. Activismo subterráneo en el *crowdfunding*. Universidad de Salamanca. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=148339>
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. España: Taurus. Recuperado 9 mayo, 2019 de <https://books.google.es/books?id=eeEBDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=El+filtro+burbuja:+C%C3%B3mo+la+web+decide+lo+que+leemos+y+lo+que+pensamos.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj0IPLxIMbiAhUBLIAKH-ICCsQ6AEIKTAA#v=onepage&q=El%20filtro%20burbuja%3A%20C%C3%B3mo%20la%20web%20decide%20lo%20que%20leemos%20y%20lo%20que%20pensamos.&f=false>
- Patel, M., y Maness, M. (2013, 29 octubre). Finding a Foothold. Recuperado 15 mayo, 2019, de <https://knightfoundation.org/reports/finding-foothold>
- Pellegrini-Ripamonti, S. (2010). Análisis conceptual del Periodismo Ciudadano y propuesta metodológica para analizar su contribución informativa. *Palabra - Clave*, 13(2), 271–290. Disponible en <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewFile/1764/2298>
- Puente, S., Saavedra, G. y Grassau, D. (2011). Análisis de contenido: Ausencia de valores periodísticos en los medios informativos ciudadanos. *Cuadernos de Información*, 28, 19-32. Disponible en <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/265>
- Reuters Institute. (2018). Reuters Institute Digital News Report. Recuperado 20 abril, 2019, de <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Rivera Butzbach, E. (2012). *Crowdfunding: La eclosión de la financiación colectiva. Un cambio tecnológico, social y económico*. España: microtemas.com. Disponible en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nZL93X7q3CYC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Crowdfunding:+La+eclosi%C3%B3n+de+la+financiaci%C3%B3n+colectiva.+Un+cambio+tecnol%C3%B3gico,+social+y+econ%C3%B3mico.+&ots=rKF66Jr6ZT&sig=zIQomreOKJPDV-9XZOR93WVo-BE#v=onepage&q=Crowdfunding%3A%20La%20eclosi%C3%B3n%20de%20la%20financiaci%C3%B3n%20colectiva.%20Un%20cambio%20tecnol%C3%B3gic%20social%20y%20econ%C3%B3mico.&f=false>
- Romero Sire, A. (2011). Las redes sociales y el 15-M en España. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 89, 111–116. Recuperado 6 junio, 2019 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero089/las-redes-sociales-y-el-15-m-en-espana/>
- Rosenstiel, T., y Kovach, B. (2003). *Los elementos del periodismo*. España: Aguilar. Disponible en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NXQx364hD9YC&oi=fnd&pg=PT3&dq=Los+elementos+del+periodismo.+&ots=M8cgoruD1z&sig=BeMyXvsubfH>

[StRhqWjb5aA3Yqw#v=onpage&q=Los%20elementos%20del%20periodismo.&f=false](https://www.researchgate.net/publication/311111111/figure/fig/1/figure-pdf/311111111/figure-pdf/311111111.pdf)

- Solera Navarro, F., y Cabello Fernández-Delgado, F. (2015). Crowdfunding para la producción cultural basada en el procomún: El caso de Goteo (2011-2014). *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 447–464. Universidad de Málaga. Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/38816986.pdf>
- Steinberg, S. y DeMaría, R. (2012). *How To Raise Money for Any Startup, Video Game, or Project. The Crowdfunding Bible*. Read.me Disponible en <http://trafficsurf.com/freepdf/The-Crowdfunding-Bible.pdf>
- Suárez Villegas, J.C. (2017). El periodismo ciudadano. Análisis de opiniones de periodistas profesionales de España, Italia y Bélgica. *Convergencia*, 24(74), 91-111. Disponible en <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/4383>
- Tardà i Coma, J. (2013). La necesidad del 15-M. *El Siglo de Europa*, 1018, 39. Recuperado 9 junio, 2019 de <http://www.elsiglodeeuropa.es/siglo/historico/2013/1018/1018Tarda.pdf>
- Tufekci, Z. (2016, 19 octubre). La inteligencia artificial hace que la moral humana sea más importante. Recuperado 5 abril, 2019, de https://www.ted.com/talks/zeynep_tufekci_machine_intelligence_makes_human_morals_more_important?language=es
- Recursos web:
- 15MpaRato (s.f). “Ciudadanía contra la corrupción”. Recuperado 24 mayo, 2019 de <https://xnet-x.net/docs/15MpaRato-dossier.pdf>
- Código Deontológico FAPE. (n.d.). Recuperado 14 abril, 2019 de <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- ¿Cómo surgió el Movimiento 15M? (2013, 26 julio). Recuperado 16 mayo, 2019 de <http://www.movimiento15m.org/2013/07/como-surgio-el-movimiento-15m.html>
- Plataforma ¡Democracia real YA! (s.f). Recuperado 18 mayo, 2019, de https://15mpedia.org/wiki/Plataforma_Democracia_Real_YA!
- SEPIE. (s.f). Memorandos de Entendimiento (MOU). Disponible en http://sepie.es/doc/internacionalizacion/mou_min.pdf

ANEXO 1

Comunicados procedentes de la web de 15MpaRato enumerados:

1. Inicio (15 mayo, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/05/15/inicio/>
2. Los tranquilos veranos de #RR en la moraleja asturiana (18 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/18/los-tranquilos-veranos-de-rr-en-la-moraleja-asturiana/>
3. #RR el hombre de los mil culos (19 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/19/rr-el-hombre-de-los-mil-culos/>
4. Pero, ¿quién es Rodrigo Rato? (19 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/19/pero-quien-es-rodrigo-rato/>
5. #RR sale de Bankia pero se cierne sobre la sanidad pública (20 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/20/rato-capio-sanida/>
6. ¿Por qué Rodrigo Rato? (20 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/20/porque-rodrigo-rato/>
7. Rato financió desde #Bankia a Intereconomía, siendo accionista de ambos (20 mayo, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/05/20/bankia-financia-intereconomia/>
8. El #FMI hace una crítica demoledora de su actuación en la etapa de #RR (20 mayo, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/05/20/critica-de-fmi-a-rodrigo-rato/>
9. Gescartera y la impunidad de #RR (20 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/20/gescartera-impunidad-rato/>
10. #RatoFlauta (24 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/24/ratoflauta/>
11. Como Ministro de Economía #RR sabía que las filatélicas no estaban reguladas (03/2009) (24 mayo, 2019): <https://15mparato.wordpress.com/2012/05/24/rato-sabia/>
12. Buscamos accionistas de Bankia (29 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/29/accionesparato/>
13. José María Aznar, Rodrigo Rato, Esperanza Aguirre...etc frecuentan el club de golf LaMoraleja (30 mayo, 2019):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/jose-maria-aznar-rodrigo-rato-esperanza-aguirre-etc-frecuentan-el-club-de-golf-lamoraleja/>

14. Enchufados del PP en Bankia (30 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/enchufados-del-pp-en-bankia/>
15. Recopilación de partes de discursos y declaraciones del ex-Ministro y ex-director del FMI que publiqué hace unos años (30 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/recopilaciondeclaraciones-rato/>
16. El Gobierno quiere colocar a Rato en Repsol (30 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/el-gobierno-quiere-colocar-rato-en-repsol/>
17. Roberto Centeno: “Rodrigo Rato sabe de banquero lo que yo de obispo” (30 mayo, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/rodrigo-rato-sabe-de-banquero-lo-que-yo-de-obispo/>
18. Si Rodrigo Rato fuese un trabajador normal (30 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/si-rodrigo-rato-fuese-un-trabajador-normal/>
19. Rodrigo Rato y sus dos compadres de Bankia se repartirán más de diez millones de Euros (30 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/rodrigo-rato-y-sus-dos-compadres-de-bankia-se-repartiran-mas-de-diez-millones-de-euros/>
20. Dr honoris causa (30 mayo, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/05/30/dr-honoris-causa/>
21. Campaña Legal (3 junio, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/06/03/campana-legal/>
22. #15MpaRato. El mensaje claro. (6 junio, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/06/06/a-por-rato/>
23. Rodrigo Rato con Cospedal en el Club Bilderberg (8 junio, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/06/08/rato-cospedal-en-club-bilderberg/>
24. Los cuatro magníficos de Lazard entran en el negocio inmobiliario a título personal (8 junio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/06/08/los-cuatro-magnificos-de-lazard-entran-en-negocio-inmobiliario/>
25. RODRIGO RATO Y LA INVERSIÓN EN BIENES TANGIBLES (15 junio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/06/15/rodrigo-rato-y-la-inversion-en-bienes-tangibles/>

26. Admitida Nuestra Querella – #JuzgamosaRato – Próximos Pasos (10 julio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/10/admitida-querella-juzgamosarato/>
27. Desde la justicia. A toda Troika le llega su 15M (17 julio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/17/a-toda-troika-le-llega-su-15m/>
28. El FROB intenta personarse el día 23 para presionar a la justicia (20 julio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/20/frob-intenta-personarse-el-23/>
29. Carta abierta al juez Fernando Andreu (28 julio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/28/carta-abierta/>
30. Ni temerario ni letal. Sencillamente la solución más Justa y Democrática. (29 julio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/29/intervencion-bankia-solucion-justa-democratica/>
31. Sobre la no intervención judicial de Bankia (31 julio, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/07/31/comunicado-sobre-la-no-intervencion/>
32. Jurado de los premios Principes de Asturias (16 septiembre, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/09/16/jurado-premios-principes-de-asturias/>
33. 15MpaRato Reload, segunda temporada: Balance y próximos pasos (18 septiembre, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/09/18/reloaded-balance-y-proximos-pasos/>
34. Segunda fase de incorporación de accionistas querellantes (19 septiembre, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/09/19/segunda-fase-incorporacion-accionistas/>
35. Llamamiento a los trabajadores de Bankia que van a ser despedidos en masa: rompe la pirámide, desobedece, cuéntalo: dignidad y justicia (25 septiembre, 2012): <https://15mparato.wordpress.com/2012/09/25/llamamiento-a-trabajadores-bankia-despedidos-en-masa/>
36. ENCUENTRO CON MIEMBROS DEL PARLAMENTO ALEMÁN – Madrid, 11 de octubre de 2012 (11 octubre, 2019): <https://15mparato.wordpress.com/2012/10/11/encuentro-miembros-parlamento-aleman-madrid-11-10-2012/>

37. Rodrigo Rato citado el 20 de diciembre: feliz Navidad (26 octubre, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/10/26/rato-citado-20-diciembre/>
38. LO QUE NO TE VAN A CONTAR SOBRE EL RESCATE A LA BANKIA (29 noviembre, 2012):
<https://15mparato.wordpress.com/2012/11/29/rescatebankia/>
39. Carta abierta de @15MpaRato a Rodrigo en el día que pedimos #CarcelPaRato (18 diciembre, 2012):<https://15mparato.wordpress.com/2012/12/18/carcelparato/>
40. Ciudadanos Contra Preferentes (8 febrero, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/02/08/porque-las-preferentes-son-timo/>
41. Gracias a las pruebas periciales solicitadas por 15MpaRato se encuentra la prueba contra Rodrigo Rato y los 33 de Bankia (11 abril, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/04/11/gracias-a-las-pruebas-periciales-solicitadas-por-15mparato-se-encuentra-la-prueba-contra-rodrigo-rato-y-los-33-de-bankia/>
42. Thanks to 15MPaRato, key evidence is found against Rodrigo Rato & the “33 of Bankia” (11 abril, 2013): <https://15mparato.wordpress.com/2013/04/11/key-evidence-against-rodrigo-rato-bankia/>
43. RATO Y LAS PREFERENTES. HISTORIA DE UNA ESTAFA LEGAL Y ¿PERFECTA? (11 abril, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/04/11/preferentes-estafa-legal/>
44. Sólo la ciudadanía puede pararlos. Ampliación de la #QuerellaPaRato (26 abril, 2013): <https://15mparato.wordpress.com/2013/04/26/solo-la-ciudadania-puede-pararlos-ampliacion-de-la-querellaparato/>
45. *Sin título* (26 abril, 2013): <https://15mparato.wordpress.com/2013/04/26/all-tags/>
46. Documento que presentamos hoy en la Audiencia Nacional para probar la estafa de las preferentes (12 septiembre, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/09/12/pruebasestafapreferentes/>
47. Hemos decidido participar en la comisión ciudadana anticorrupción propuesta por la Red Ciudadana Partido X (2 octubre, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/10/02/comisionanticorrupcionredciudadana/>
48. “NO enseñar a los clientes” Cómo se ejecutó la estafa de las preferentes. (10 octubre, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/10/10/noensenalosclientes/>

49. “NO enseñar a los clientes” La historia de una estafa. (10 octubre, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/10/10/noensenaralosclienteslaspruebasde laestafapreferentes/>
50. ¡Hasta aquí hemos llegado! 15MpaRato pide a la ciudadanía apoyo para el juez que encarceló a Blesa (21 noviembre, 2013):
<https://15mparato.wordpress.com/2013/11/21/hastaaquihemosllegado/>
51. Los ciudadanos organizándonos a través de @15mparato y @Partido_X llevamos al banquero #BlesaAlBanquillo. (28 febrero, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/02/28/blesaalbanquillo/>
52. Desde @15MpaRato sobre el anuncio de querrela de Izquierda Unida (15 abril, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/04/15/desde15mparatoaizquierdaunida/>
53. La ciudadanía está en campaña @15MpaRato #ConElPartidoX (14 mayo, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/05/14/15mparatoconelpartidox/>
54. La pieza que faltaba: ¿A dónde fue el dinero de los estafados por preferentes? Aquí las pruebas. (20 mayo, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/05/20/pruebas-estafa-preferentes/>
55. The missing piece. Where did the preferred shareholders’ money go? Here is the evidence (20 mayo, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/05/20/evidence-preferred-shares-scam/>
56. Sr. Blesa, el que ríe el último, ríe mejor #LosCorreosdeBlesa aceptados en nuestra querrela por #Estafapreferentes (10 septiembre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/09/10/admitidosloscorreosdeblesa/>
57. Blesa’s emails admitted as evidence in the Preferred Shares’ scam lawsuit (10 septiembre, 2014): <https://15mparato.wordpress.com/2014/09/10/blesa-emails-admitted-as-evidence/>
58. Cómo salieron a la luz las Tarjetas Black de Caja Madrid: #LaCiudadaníaLoHizo (4 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/04/como-salieron-a-la-luz-las-tarjetas-negras-de-caja-madrid/>
59. How the “Black cards” scandal came to light: the citizens did it (4 octubre, 2014): <https://15mparato.wordpress.com/2014/10/04/black-cards-scandal-cajamadrid/>

60. Blesa, Rato, Barcoj no contestarán. 15MpaRato presenta su estrategia para que el resto tire de la manta. (16 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/16/15mparato-testigos-tarjetas/>
61. Blesa, Rato, Barcoj won't respond. 15MpaRato presents their strategy so that the rest tell all (16 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/16/15mparato-black-cards-witnesses/>
62. Así lo anunciamos desde un principio. El miedo ha cambiado de bando, caerán uno a uno. #FianzapaRato y Blesa (17 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/17/fianza-rato-blesa/>
63. Una tarde con Barcoj, Blesa y Rato (21 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/21/declaraciones-rato-blesa-barcoj/>
64. Esta fianza es para la gente, los estafados. Lo dijimos, nos rescataremos con el dinero que robaron #BankiaRíndete (22 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/22/ofensiva-final-a-bankia/>
65. La Ciudadanía Contra La Corrupción: Historia de una Querella Ciudadana #BankiaRíndete (28 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/28/historia-querella-ciudadana-contra-corrupcion/>
66. Citizens against corruption: the story of a citizen lawsuit (28 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/28/story-citizen-lawsuit/>
67. Guía para demandar a Bankia si compraste acciones (29 octubre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/10/29/demanda-a-bankia/>
68. Final Offensive: SUE BANKIA, the most profitable financial product on the market (29 octubre, 2014): <https://15mparato.wordpress.com/2014/10/29/sue-bankia/>
69. ¡Demostrado! Teníamos razón: Bankia era una estafa. Roban y lo saben. (4 diciembre, 2014): <https://15mparato.wordpress.com/2014/12/04/mintieron-salida-bolsa-bankia-demostrado/>
70. 15MpaRato: “Lo que no te cuentan en las tertulias sobre el caso Bankia” #LaCiudadaníaLoHizo (5 diciembre, 2014):
<https://15mparato.wordpress.com/2014/12/05/caso-bankia-la-ciudadania-lo-hizo/>

71. Imputados los consejeros que utilizaron Tarjetas Negras: #LaCiudadaníaLoHizo (28 enero, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/01/28/imputados-tarjetas-black/>
72. Más @15MpaRato para #RematarBankia: nuevo equipo jurídico, nuevas líneas de acción (4 febrero, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/02/04/mas15mparato-nuevequipojuridico-fianzaparato/>
73. Nuevas líneas de acción con el nuevo equipo jurídico: Hoy pedimos #FianzapaRato (9 febrero, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/02/09/lineas-accion-nuevo-equipo-juridico-fianzaparato/>
74. New lines of action with a new legal team: Today we demand #FianzaPaRato (bail for Rato) (9 febrero, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/02/09/lines-of-action-new-legal-team-bail-rato/>
75. SOLO @15MPARATO pidió en su querrela el 282bis por el que el juez pide 800 MILL de fianza para Rato&Cía (13 febrero, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/02/13/fianza-rato-conseguido-800-millones/>
76. Nuevo auto del juez Andreu reafirma la línea de 15MpaRato #LaCiudadaníaLoHizo (20 febrero, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/02/20/juez-reafirma-linea-15mparato/>
77. Mensaje de @15MpaRato a la ciudadanía sobre la nueva estafa de las cuentas de @Bankia de 2014 (2 marzo, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/03/02/mensaje-15mparato-cuentas-bankia-2014/>
78. Bankia paga fianza que consiguió @15MpaRato – Paremos complicidad del FROB y exijamos #EmbargoPaRato (18 marzo, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/03/18/embargo-rato-fianza-bankia-complicidad-frob/>
79. Sobre el informe de Bankia que se publica hoy (31 marzo, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/03/31/informe-de-bankia/>

80. Pedimos la imputación de Deloitte por cómplice en la estafa de Bankia (14 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/14/imputacion-deloitte-complice-estafa-bankia/>
81. Hoy en @15MpaRato celebramos la caída de Rodrigo Rato #LaciudadaniaLoHizo (16 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/16/hacienda-registra-rodrigo-rato/>
82. Cómplices y responsables (20 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/20/complices-responsables-rato-bankia/>
83. No hemos acabado porque NO, la justicia no es igual para todos. Mañana vamos a por los cómplices (21 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/21/rueda-prensa-complices-rato/>
84. Próximas acciones: Hemos conseguido que caiga Rato, pero aún quedan #CómplicesPaRato (22 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/22/quedan-complicesparato/>
85. Next actions: We managed to make Rodrigo Rato fall, now we are targeting his accomplices (22 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/22/accomplices-targeted/>
86. ¡VERGÜENZA! Comunicado de @15MpaRato sobre la decisión de Audiencia Nacional de rebajar de 800 a 34 millones de euros las fianzas que conseguimos por la salida a bolsa. (24 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/24/verguenza-audiencia-nacional-fianza/>
87. Denunciamos que Bankia prepara la venta de la entidad en el mercadillo de rebajas de la especulación – Y con nuestro dinero (27 abril, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/04/27/gobierno-privatiza-bankia/>
88. Documentos demuestran malas prácticas de la actual dirección de Bankia y sindicatos #BankiaIncumpleEre (7 mayo, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/05/07/malas-practicas-bankia/>
89. 15MpaRato convoca el próximo 11 de mayo, rueda de prensa/encuentro ciudadano dentro del 4 aniv del #15M (7 mayo, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/05/07/rueda-prensa-11m/>

90. 3 años de 15MpaRato: encuentro con la prensa y la ciudadanía dentro del cuarto aniversario del 15M (11 mayo, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/05/11/cuarto-aniversario-15m/>
91. Three years of 15MpaRato: meeting with the press and citizens within the 4th anniversary of the 15M movement (11 mayo, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/05/11/4th-anniversary-15m-indignados/>
92. Elusión fiscal, maquillaje de cuentas y créditos fiscales: El RESCATE PERMANENTE A LA BANCA (26 mayo, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/05/26/rescate-permenente-banca/>
93. Hoy se celebra la que puede ser una de las últimas sesiones de la instrucción del Caso Bankia (31 julio, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/07/31/ultima-instruccion-caso-bankia/>
94. Robar es de pobres. Los consejeros de Bankia “distraen” dinero. La Ley Mordaza y la impunidad de la corrupción (3 septiembre, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/09/03/ley-mordaza-bankia/>
95. Andreu no incorporará el caso Rato al caso Bankia: 15MpaRato denuncia actitud del fiscal Anticorrupción y de Bankia (18 septiembre, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/09/18/andreu-no-incorpora-caso-rato/>
96. Continúa el maquillaje de Luis de Guindos para rescatar a la banca (29 septiembre, 2015): <https://15mparato.wordpress.com/2015/09/29/de-guingos-rescate-banca/>
97. Hoy puede ser un gran día: #CárcelPaRato (6 octubre, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/10/06/hoy-carcelparato/>
98. Rato y sus cómplices queman hoy sus últimos cartuchos en la Audiencia Nacional (18 noviembre, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/11/18/rato-complices-peritos-caso-bankia-instruccion-bde/>
99. #LaCiudadaníaLoHizo Habrá 66 procesados por Tarjetas Black gracias a la labor ciudadana en el Caso Bankia (23 diciembre, 2015):
<https://15mparato.wordpress.com/2015/12/23/laciudadanialohizo-habra-66-procesados-por-tarjetas-black-gracias-a-la-labor-ciudadana-en-el-caso-bankia/>
100. Llamamiento a la colaboración ciudadana desde @15MpaRato para encontrar estafados con preferentes dispuestos a ayudarnos. (25 enero, 2016):

- <https://15mparato.wordpress.com/2016/01/25/llamamiento-estafados-preferentes/>
101. Sentencia del Supremo contra Bankia: lo que la ciudadanía ha conseguido que no lo usen políticos y banqueros (2 febrero, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/02/02/sentencia-tribunal-supremo-contrabankia/>
102. 15MpaRato: No hemos acabado (29 febrero, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/02/29/bankia-devuelve-dinero-accionistas-sin-juicio/>
103. 15MpaRato y las preferentes: La historia de cómo el miedo cambió de bando (Sobre la última sentencia del Supremo) (1 marzo, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/03/01/15mparato-preferentes-sentencia-supremo/>
104. Los peritos del Banco de España ratifican su informe: la salida a bolsa de Bankia fue un fraude. (31 marzo, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/03/31/los-peritos-del-banco-de-espana-se-ratifican-su-informe-la-salida-a-bolsa-de-bankia-fue-un-fraude/>
105. Hoy @15MpaRato pedimos la investigación de Deloitte por complicidad en la estafa de Bankia (12 abril, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/04/12/investigacion-deloitte-complicidad-caso-bankia/>
106. #15mPAHrato @La_PAH y @15MpaRato piden a partidos respeto por la sociedad civil organizada en aniversario del #15M (12 mayo, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/05/12/15mpahrato-lapah-15mparato-26j-respeto-15m/>
107. Lo que nuestras abogadas preguntarán hoy a Deloitte (20 junio, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/06/20/preguntas-deloitte-interrogatorio-15mparato/>
108. Terminamos el año judicial interrogando a Elvira Rodríguez presidenta de la CNMV. (26 julio, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/07/26/elvira-rodriguez-cnmv-testigos-caso-bankia/>
109. Comunicado de 15MpaRato y Xnet: crónica del juicio oral Tarjetas Black visto desde dentro (27 septiembre, 2016):

- <https://15mparato.wordpress.com/2016/09/27/tarjetas-black-juicio-oral-desde-dentro/>
110. El enésimo rescate de Luis de Guindos a la Banca ya está aquí – Fusión BMN – Bankia (29 septiembre, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/09/29/enesimo-rescate-de-guindos-a-la-banca/>
111. La declaración de Rodrigo Rato en Tarjetas Black vista desde dentro (4 octubre, 2016): <https://15mparato.wordpress.com/2016/10/04/declaracion-rodrigo-rato-tarjetas-black/>
112. 15MpaRato denuncia que el BDE intenta ocultar pruebas en el caso Bankia (14 octubre, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/10/14/15mparato-denuncia-que-el-bde-intenta-ocultar-pruebas-en-el-caso-bankia/>
113. 15MpaRato emprende acciones legales contra la cúpula del Banco de España (30 noviembre, 2016):
<https://15mparato.wordpress.com/2016/11/30/acciones-legales-contra-cupula-banco-de-espana/>
114. Corrección de la información publicada por el @indpcom (2 febrero, 2017): <https://15mparato.wordpress.com/2017/02/02/correccion-el-independiente/>
115. Nuestro análisis del caso #TarjetasBlack, que queda hoy visto para sentencia, tres años después de que lo desvelásemos. (2 febrero, 2017):
<https://15mparato.wordpress.com/2017/02/02/tarjetas-black-visto-para-sentencia/>
116. Hoy repetimos: Bankia estafa de Estado. (13 febrero, 2017):
<https://15mparato.wordpress.com/2017/02/13/investigada-cupula-cnmv-bde/>
117. Ninguna nueva imputación puede eludir responsabilidades de Rato en el “Caso Bankia” (13 marzo, 2017):
<https://15mparato.wordpress.com/2017/03/13/responsabilidad-banco-de-espana-caso-bankia/>
118. El Gobierno autoriza fusión BMN-BANKIA. La Historia de la salida a bolsa de Bankia se repite de nuevo (15 marzo, 2017):
<https://15mparato.wordpress.com/2017/03/15/frob-fusion-bankia-bmn/>

119. El caso Bankia entra en tiempo de descuento (8 mayo, 2017):
<https://15mparato.wordpress.com/2017/05/08/el-caso-bankia-entra-en-tiempo-de-descuento/>
120. Comunicado de 15MpaRato sobre el fin de la instrucción del caso Bankia, 5 años después de que interpusieramos nuestra 1ª querrela. (11 mayo, 2017): <https://15mparato.wordpress.com/2017/05/11/comunicado-sobre-fin-instruccion-caso-bankia-5-anos-despues-de-nuestra-querella-15mparato/>
121. Rato: una defensa hecha a su medida por las instituciones. (17 diciembre, 2017): <https://15mparato.wordpress.com/2017/12/17/rato-escrito-defensa-a-medida/>
122. #PreguntasPaRatoYCia – Poco pan y pésimo circo en la Comisión de Investigación sobre la crisis financiera del Congreso de los Diputados. (5 enero, 2018): <https://15mparato.wordpress.com/2018/01/05/preguntas-pa-rato-cia-comision-congreso-circo/>
123. Bankia por 1€ (15 enero, 2018):
<https://15mparato.wordpress.com/2018/01/15/bankia-por-un-euro/>
124. Comunicado de 15MpaRato sobre el archivo de la pieza de preferentes en el Caso Bankia (18 mayo, 2018):
<https://15mparato.wordpress.com/2018/05/18/archivo-preferentes-bankia/>
125. #PreguntasPaRato y cia: Continúa el pésimo circo en la Comisión de Investigación sobre la crisis financiera del Congreso de los Diputados. (1 junio, 2018): <https://15mparato.wordpress.com/2018/06/01/preguntaparato-y-cia-circo-congreso-comision-crisis/>
126. #LaCiudadaniaLoHizo: Comunicado de 15MpaRato sobre la sentencia del Supremo de #CarcelPaRato por #TarjetasBlack (27 septiembre, 2018):
<https://15mparato.wordpress.com/2018/09/27/laciudadanialohizo-comunicado-de-15mparato-sobre-la-sentencia-del-supremo-de-carcelparato-por-tarjetas-black/>
127. Comunicado de 15MpaRato sobre el ingreso en prisión de Rodrigo Rato: nada sucede porque sí #LaCiudadaniaLohizo (24 octubre, 2018):
<https://15mparato.wordpress.com/2018/10/24/15mparato-ingreso-en-prision-de-rodrigo-rato-laciudadanialohizo/>
128. ¿Qué hacemos con Bankia? (21 noviembre, 2018):
<https://15mparato.wordpress.com/2018/11/21/que-hacemos-con-bankia/>

129. 15MpaRato Crowdfunding para el Juicio Oral (3 diciembre, 2018): <https://15mparato.wordpress.com/2018/12/03/ayudanos-a-terminar-lo-que-empezamos-juntos-hace-seis-anos/>
130. El caso Bankia y la indefensión de la acusación (7 enero, 2019): <https://15mparato.wordpress.com/2019/01/07/3362/>
131. Empieza el juicio oral del caso Bankia. Aquí está @15MpaRato (7 enero, 2019): <https://15mparato.wordpress.com/2019/01/07/empieza-el-juicio-oral-del-caso-bankia-aqui-esta-15mparato/>
132. Lo que las comparencias de los testigos más mediáticos del caso Bankia no dejan ver(6 mayo, 2019): <https://15mparato.wordpress.com/2019/05/06/comparencias-mediaticos-caso-bankia/>
133. Choque de realidades en el caso Bankia: afectados Vs el gurú económico de Vox (28 mayo, 2019): <https://15mparato.wordpress.com/2019/05/28/choque-de-realidades-en-el-caso-bankia-afectados-vs-el-guru-economico-de-vox/>

ANEXO 2

A continuación, adjuntamos el informe generado por Keyhole sobre la cuenta de Twitter @15MpaRato.



15MpaRato @15MpaRato

1ª Acusación ciudadana que impulsó el Caso #Bankia en la Audiencia Nacional destapando abusos de... <http://15mparato.wordpress.com/>

10,123 36,730

TOTAL POSTS TOTAL FOLLOWERS

5,748

TOTAL FOLLOWING

1,441

POSTS THIS PERIOD

37

AVG LIKES

47

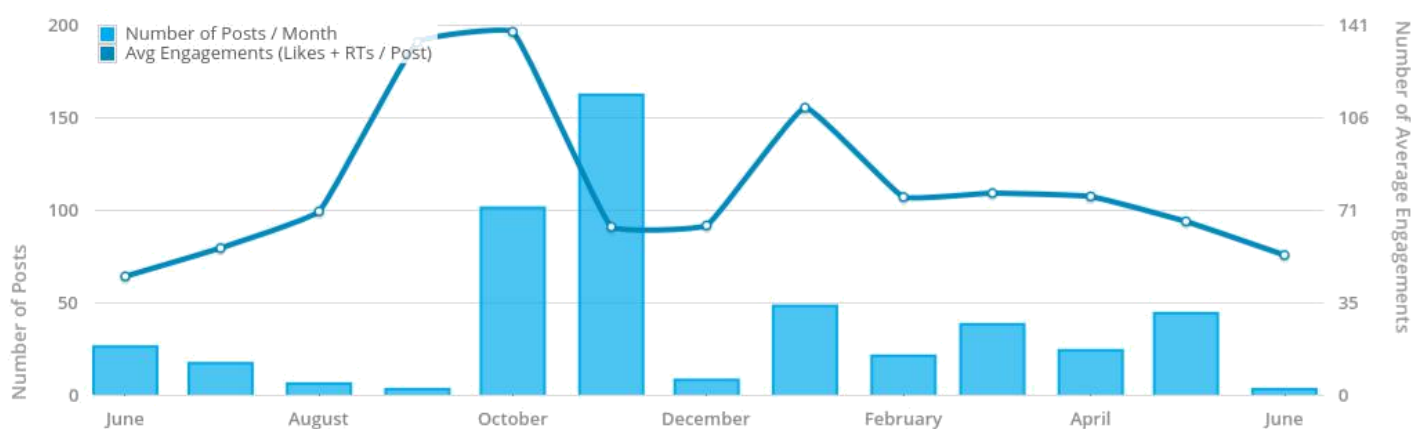
AVG RETWEETS

0.23%

AVG ENGAGEMENT RATE

Account Statistics

DATA FROM: JUNE 2018 TO JUNE 2019. (TIMEZONE: GMT+0200 | CEST)

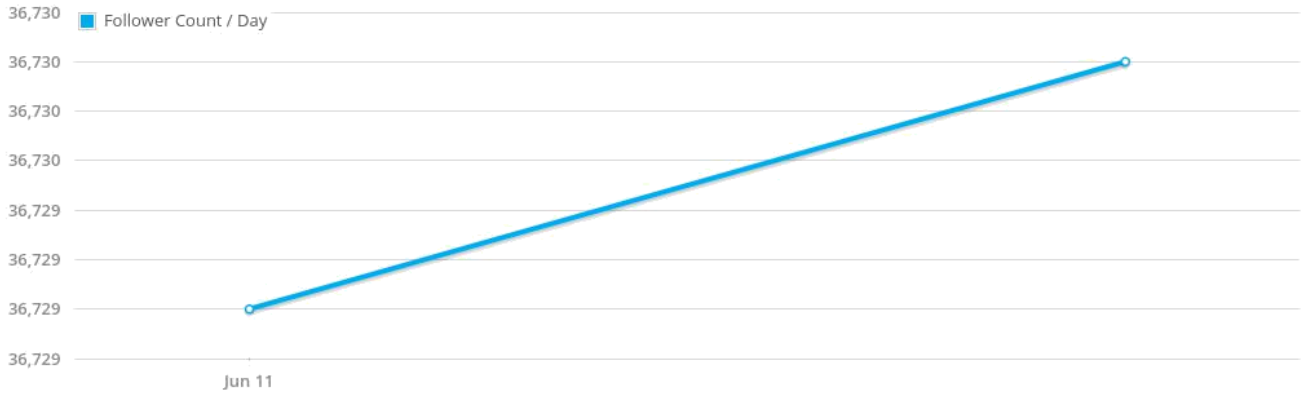


Top Posts by Engagements

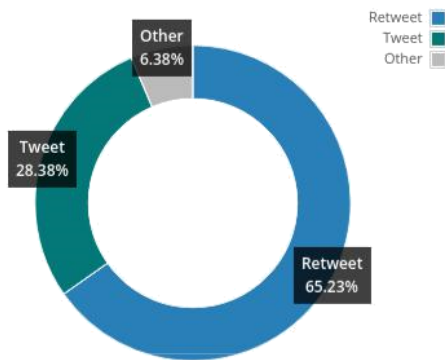
Likes	Retweets	Post Caption	Date
2,050	1,725	Dijimos que lo haríamos y lo hicimos ¡TENEMOS #CarcelPaRato! Cuatro años y medio de prisión por las #TarjetasBlack... https://t.co/OwLB5H6emX	Oct 03, 2018
1,181	839	#ÚltimaHora Rodrigo Rato, símbolo de las puertas giratorias y de la impunidad, entra en prisión.... https://t.co/xo1z9vNwGi	Oct 25, 2018
643	1,054	Hace 6 años #CarcelPaRato parecía imposible y aún así muchos contribuyeron a @15MpaRato Ahora sabemos que... https://t.co/MkQ9iMbTj3	Nov 06, 2018
468	891	Os pedimos unos minutos para echarle un ojo a esto:74 años de cárcel, 8 años después para los detenidos la noche de... https://t.co/nPAOXAzsJo	Nov 12, 2018
604	434	Última hora desde la Audiencia Nacional: El intento de los acusados de expulsarnos del caso Bankia para poder aplic... https://t.co/1E5qewUJ8z	Jan 08, 2019

Follower Growth

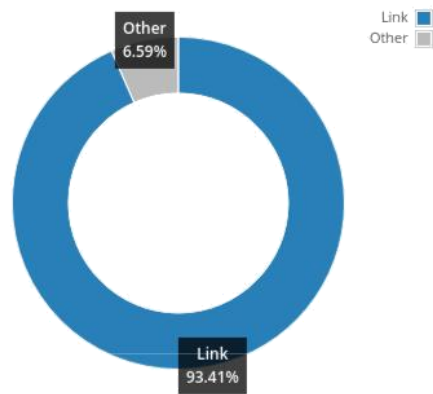
DATA FROM: **JUNE 11** TO **JUNE 12**. (TIMEZONE: **GMT+0200 | CEST**)



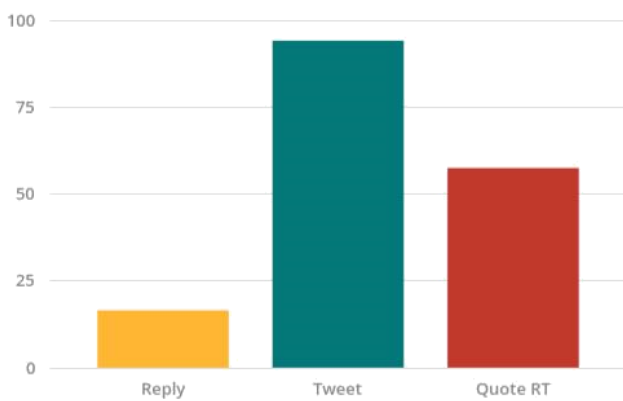
Most Frequent Post Types



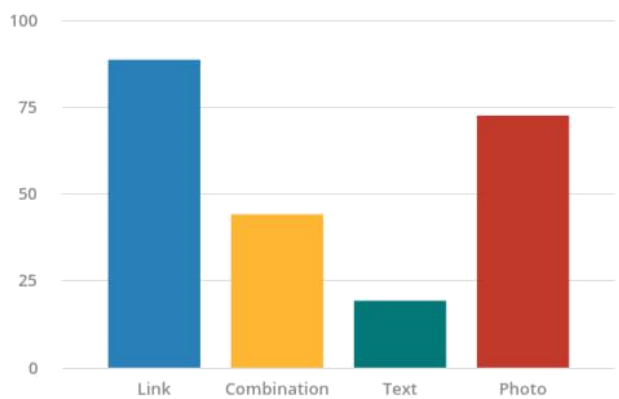
Most Frequent Media Types



Most Engaging Post Types

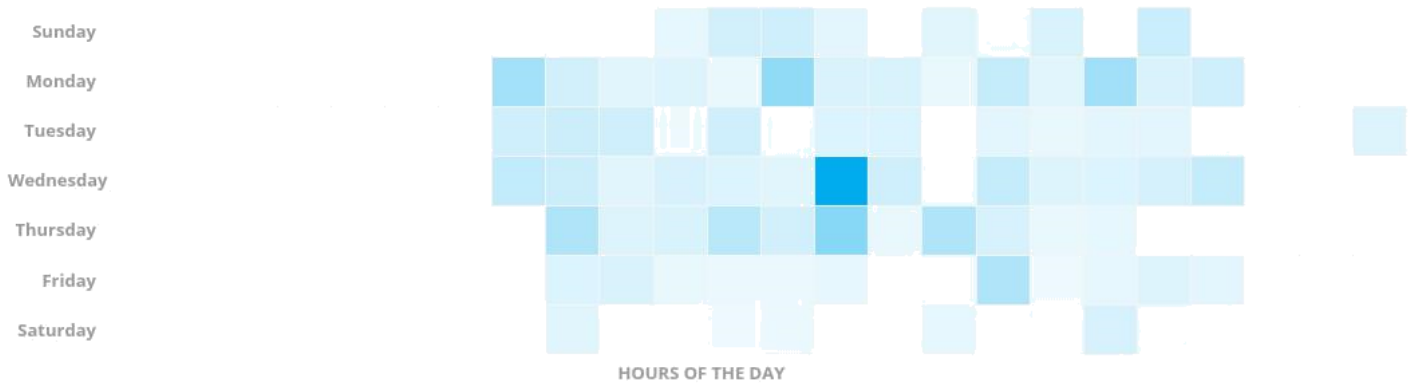


Most Engaging Media Types



Optimal Post Time

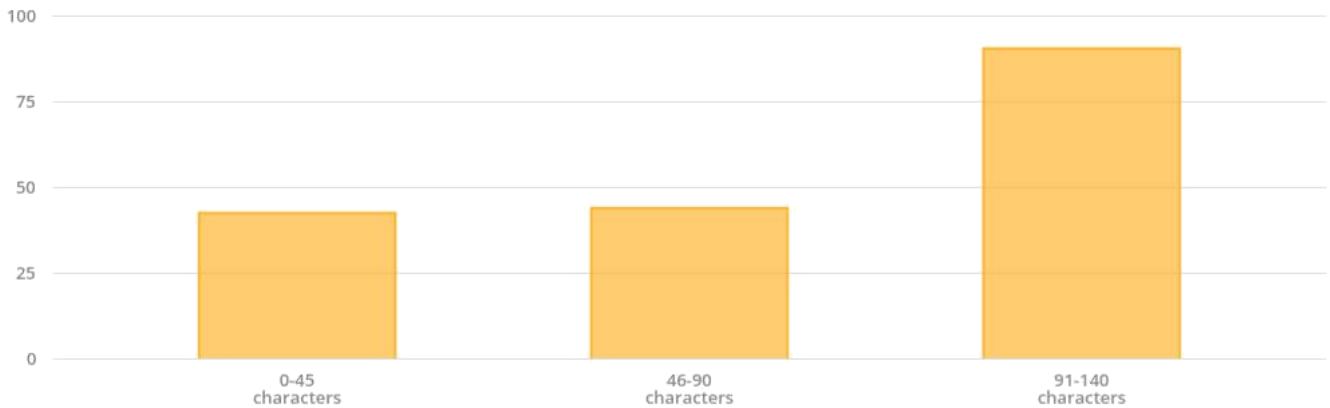
DATA FROM: JUNE 2018 TO JUNE 2019. (TIMEZONE: GMT+0200 | CEST)



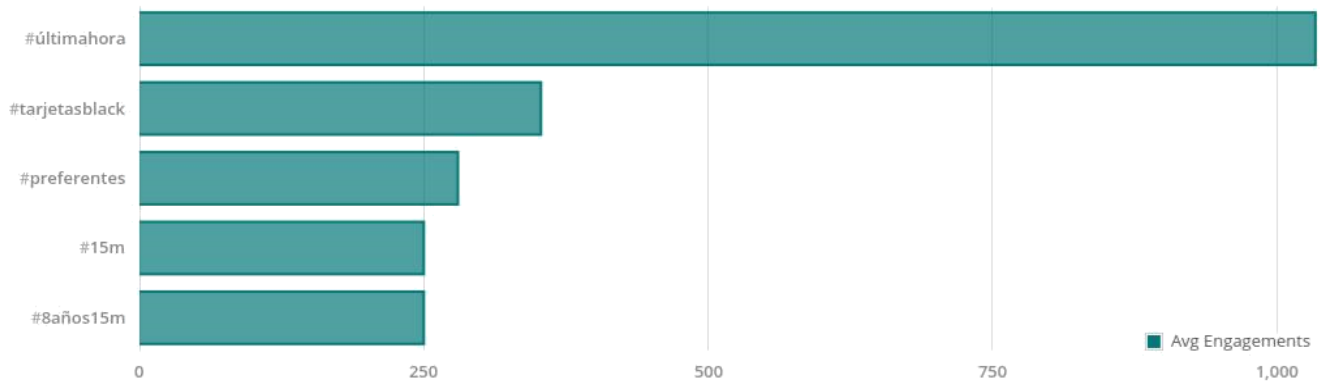
Best Times to Post

Day	Time
WEDNESDAY	1 PM
THURSDAY	1 PM
MONDAY	12 PM
MONDAY	6 PM
MONDAY	7 AM

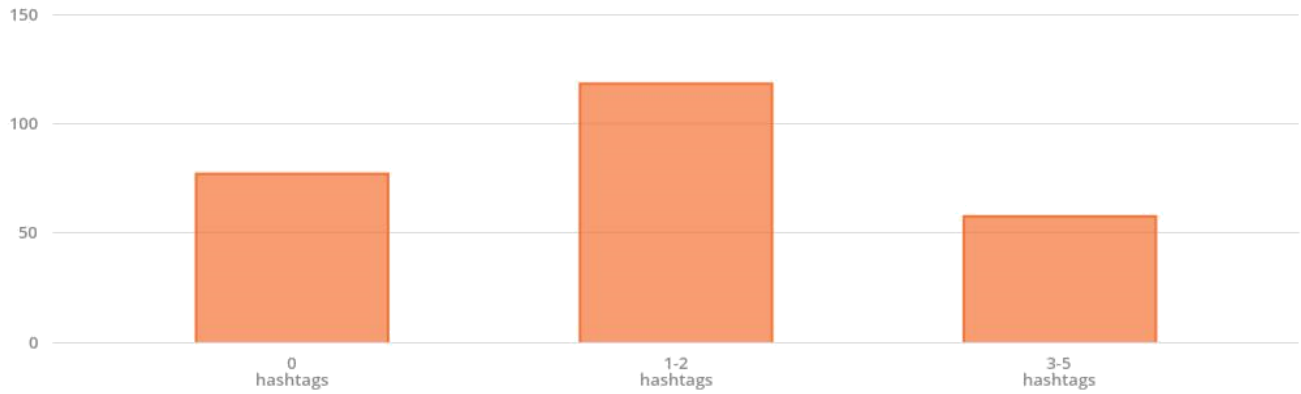
Optimal Post Length



Top Hashtags by Engagements



Optimal # of Hashtags



Average Engagements by Day

