

La cobertura mediática de una acción «conectiva»: la interacción entre el movimiento 15-M y los medios de comunicación

Media Coverage of a “Connective” Action: The Interaction Between the 15-M Movement and the Mass Media

Andreu Casas, Ferran Davesa y Mariluz Congosto

Palabras clave

- Comunicación social
- Medios de comunicación
- Movimientos sociales
- Protesta social
- Redes sociales

Key words

- Social Communication
- Mass Media
- Social Movements
- Social Protest
- Social Networks

Resumen

En este artículo utilizamos mensajes de Twitter enviados en mayo de 2011 para analizar la capacidad de un movimiento «conectivo» como el 15-M para introducir demandas en la agenda de los medios y mantener el control sobre su discurso. Los resultados muestran que los activistas discutieron sobre un elevado número de temas aunque especialmente debatieron sobre el sistema electoral y de partidos; el sistema de gobierno y democracia; y sobre libertades civiles. Además, el estudio indica que los medios de comunicación cubrieron la totalidad de los temas y que los manifestantes mantuvieron un discurso plural durante el transcurso de las protestas. El artículo contribuye a la literatura sobre movimientos sociales ‘conectivos’ al mostrar que en ciertas circunstancias demuestran una alta capacidad para determinar la cobertura mediática.

Abstract

This article uses Twitter messages sent in May 2011 to study the ability of the so-called 15-M movement, a “connective” movement, to place their demands on the media agenda and maintain control over their own discourse. The results show that the activists’ discourse included many issues, although greatest attention was given to three: electoral and party systems, democracy and governance, and civil liberties. Moreover, the study reveals that the media covered all the movement’s issues and that activists maintained their plural discourse throughout the protest. This article contributes to the literature on ‘connective’ social movements, showing that in certain circumstances these movements have the capacity to determine media coverage.

Cómo citar

Casas, Andreu; Davesa, Ferran y Congosto, Mariluz (2016). «La cobertura mediática de una acción “conectiva”: la interacción entre el movimiento 15-M y los medios de comunicación». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 155: 73-96. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.155.73>)

La versión en inglés de este artículo puede consultarse en <http://reis.cis.es>

Andreu Casas: University of Washington | acasas2@uw.edu

Ferran Davesa: Vrije Universiteit Brussel | fdavesa@vub.ac.be

Mariluz Congosto: Universidad Carlos III | mariluz.congosto@gmail.com

INTRODUCCIÓN¹

En el mes de mayo de 2011, miles de españoles salieron a la calle para mostrar su indignación ante la realidad política, económica y social del país. Bajo el lema «Democracia Real Ya», una multitud de ciudadanos *tomaron* las calles y plazas de más de cincuenta localidades españolas para reclamar y debatir reformas en numerosos ámbitos como la educación, la sanidad, el sistema político o el sistema financiero. La movilización tuvo una gran repercusión pública aunque, a diferencia de manifestaciones precedentes, el movimiento de los «indignados» no contó con el apoyo de los agentes de movilización tradicionales como partidos y sindicatos, sino que fue iniciativa de más de cuatrocientas pequeñas organizaciones creadas con muy poca antelación que se coordinaron, fundamentalmente, a través de Internet (Anduiza *et al.*, 2014: 757).

Como sugiere la literatura (Garrett, 2006), el éxito organizativo de los movimientos sociales como el 15-M no sería factible sin el uso intensivo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Por ello, autores como Anduiza *et al.* (2014) y Bennett y Segerberg (2012) han calificado el 15-M de ejemplo de acción «conectiva» (del inglés *connective action*), un nuevo paradigma de movilización social basado en la capacidad de captar una gran pluralidad de seguidores mediante el uso de nuevas herramientas interactivas y repertorios online (véase Bennett y Segerberg, 2012). El gran poder de movilización de las redes ha dado pie, en los últi-

mos años, a multitudinarias acciones «conectivas» como el movimiento *Occupy Wall Street* en Estados Unidos, en 2011, o las protestas sobre el precio del transporte público en Brasil, en 2013. Ambas protestas, como el movimiento 15-M, han basado su estrategia en coordinar las acciones en el espacio público con la movilización en la red (Fernández-Planells *et al.*, 2013: 131).

A pesar de su gran potencial de movilización, la creciente complejidad organizativa y comunicativa de este nuevo modelo de revuelta social (Borge-Holthoefer *et al.*, 2011) ha generado un amplio debate académico sobre la capacidad de los activistas de articular un discurso coherente y de situar sus demandas políticas en la agenda mediática (Casero-Ripollés y Feenstra, 2012). Por este motivo nos preguntamos: ¿la naturaleza «conectiva» del movimiento 15-M condicionó la cobertura mediática de su discurso? Concretamente, este estudio analiza: 1) cuáles fueron y cómo evolucionaron las demandas de los activistas; y 2) hasta qué punto los medios hicieron una cobertura fiel de las reclamaciones de los «indignados». Para desarrollar el estudio analizamos el contenido de los mensajes de Twitter enviados desde las cuentas de las acampadas del 15-M y las de los medios de comunicación.

La revisión de la literatura nos conduce a pensar que debido a la naturaleza organizativa y comunicativa de los movimientos sociales «en red», el 15-M tuvo muchas dificultades para articular un mensaje coherente e introducir sus demandas en la agenda mediática. Los resultados de nuestro análisis contradicen parcialmente estas propuestas al mostrar que el mensaje de los activistas, de una gran pluralidad reivindicativa, presentó una gran consistencia a lo largo de la protesta, consiguiendo mantenerse al margen de la influencia de actores externos como los medios de comunicación. La cobertura periodística, al contrario, sí estuvo en gran medida condicionada por el debate de los «indignados».

¹ Los autores agradecen el consejo y comentarios de Lance Bennett, Laura Chaqués, Marta Cruells, Emiliano Grossman, Luz Muñoz, Anna Palau, Mark A. Smith, Peter Van Aelst, Stefaan Walgrave, John Wilkerson y de los asistentes al panel Media and Policy-making de la CAP Conference 2013 (Amberes, 27-29 Junio 2013), y del EDGE Open Research Seminar de la VUB (Bruselas, 30 Mayo 2015). Además, los autores agradecen el apoyo económico del Min. de Ciencia e Innovación (CS02009-09397), AGAUR (SGR 536) y de la Fundación La Caixa.

El artículo se estructura de la siguiente manera: en las dos siguientes secciones se desarrolla el contexto de la investigación y se formulan las conjeturas iniciales; a continuación, se describen los datos y métodos utilizados; posteriormente, se presentan los resultados del análisis y, para finalizar, se discuten las implicaciones de nuestras observaciones y se plantean nuevos presupuestos teóricos para futuras investigaciones.

El 15-M como paradigma de acción «conectiva»

El uso intensivo de las TIC por parte de los movimientos sociales contemporáneos ha alterado profundamente sus estructuras de organización, movilización y comunicación (Garrett, 2006; Laer y Aelst, 2010). Algunos de los principales obstáculos a la consecución de objetivos colectivos que tradicionalmente ha identificado la literatura han sido reducidos gracias a la aparición de herramientas tecnológicas orientadas, fundamentalmente, a mejorar la conectividad entre las personas. Entre sus impactos positivos: facilitar una masa crítica de individuos con intereses compartidos, expandir las fórmulas para contribuir a una determinada causa (en inglés *distributed contribution*) o favorecer la coordinación de las distintas formas de movilización (Bimber *et al.*, 2012: 3).

Con el desarrollo de nuevas formas de activismo 2.0, los costes que tradicionalmente se atribuían a la movilización se han reducido drásticamente (Lupia y Sin, 2003: 316). En un contexto de abundancia de canales informativos, de proliferación de recursos para la expresión personal (como blogs, fotologs, foros online, wikis, nuevas redes sociales, plataformas de vídeo y de *streaming*) y de gran inmediatez de las comunicaciones, las barreras a la acción colectiva a las que grupos y activistas deben hacer frente son hoy menos determinantes (Naughton, 2001; Laer y Aelst, 2010). Además, el desarrollo de Internet ha facilitado que las peque-

ñas muestras de apoyo expresadas online hacia un movimiento social puedan agregarse con eficacia a pesar de las diferencias en su forma, contenido, procedencia u objetivo final. Si bien los costes de coordinación de estas «micro-contribuciones» han sido tradicionalmente superiores a sus beneficios, con el desarrollo de las TIC el esfuerzo organizativo es también menor (Garrett, 2006: 206).

Para maximizar su red de apoyo, el 15-M dio prioridad a la flexibilidad comunicativa ante la jerarquía interna, a la coautoría del discurso ante el liderazgo carismático y a la co-distribución de los recursos ante el tamaño de la organización (Bennett y Segerberg, 2012: 752). El efecto multiplicador de esta estrategia 2.0 —identificada como «activismo de teclado» (del inglés *keyboard activism*) por Laer y Aelst (2010: 17)— generó importantes ventajas en términos de potencial participativo del público (Jenkins, 2006). Si bien en protestas precedentes la tecnología ya fue un elemento clave de movilización, como en la «Revuelta de los Móviles» contra el Gobierno en 2004 (Castells, 2009; Fernández-Planells *et al.*, 2013), el 15-M consolidó esta tendencia y se erigió como el ejemplo paradigmático de movimiento social «conectivo» (Anduiza *et al.*, 2014), esto es: «redes de movilización social altamente individualizadas y tecnologizadas que generan acciones efectivas sin la necesidad de una identidad colectiva previa ni de la existencia de abundantes recursos organizativos» (Bennett y Segerberg, 2012: 750).

No obstante, los bajos costes de la participación atribuidos al uso de las TIC, así como la ausencia de jerarquía formal o la supresión de los filtros en las comunicaciones, pueden generar algunas dinámicas perjudiciales para el éxito de la protesta. De acuerdo con la teoría de las «organizaciones híbridas» (*organizational hybridity*) desarrollada por Bimber *et al.* (2005) y Chadwick (2007, 2011), los movimientos sociales «en red» corren el riesgo de perder el control de su discurso y de que este se fragmente al basarse en las libres interacciones de los activistas a

través de Internet. En este sentido, investigaciones previas han identificado factores de riesgo potenciales, por ejemplo dar visibilidad a opiniones poco informadas o de escaso contenido reivindicativo, incorporar voces discordantes con el trasfondo de la protesta o debilitar la coherencia narrativa del discurso de los activistas a causa de la divergencia de los mensajes (Garrett, 2006: 213; Micó y Casero-Ripollés, 2014: 860-862). De acuerdo con Bennett y Segerberg (2012: 761), la movilización en contra del G20 que tuvo lugar en Pittsburgh en 2009 establece un claro precedente en este sentido. En aquella ocasión, los manifestantes desplegaron una gran cacofonía de repertorios de protesta que impidió a los medios de comunicación entender y dar cobertura a lo que estaba ocurriendo en las calles y en las redes.

Nuestro primer objetivo al estudiar la agenda del 15-M es determinar hasta qué punto este movimiento social reprodujo el «efecto Pittsburgh». Teniendo en cuenta el carácter «conectivo» de la protesta, y de acuerdo con la literatura presentada, es de esperar que *el discurso del 15-M contenga un elevado número de demandas*.

La relación de los movimientos sociales con los medios

Los movimientos sociales se caracterizan por articular sus propuestas en ausencia de un canal institucional, formal o directo que les conecte con el proceso de toma de decisiones (Jenkins, 1983). Tradicionalmente, para distribuir su mensaje entre la opinión pública, sumar adeptos y hacer llegar sus demandas a la clase política han necesitado, más que cualquier otro actor sociopolítico, que los medios de comunicación se hicieran eco de sus reivindicaciones (Gitlin, 1980; Koopmans, 2004). Abundante literatura sobre la relación entre los medios y los movimientos sociales muestra, no obstante, que si bien en algunos casos los medios han canalizado fielmente sus reclamaciones, en

múltiples ocasiones han ignorado sus mensajes, sesgado sus discursos o desacreditado sus demandas.

Son múltiples y muy diversos los análisis que indican que la capacidad de los movimientos sociales para configurar la agenda mediática es débil (McCarthy *et al.*, 1996; Oliver y Maney, 2000; Vliegenthart y Walgrave, 2012, para una revisión extensa). Tradicionalmente, han sido las organizaciones con un mayor número de afiliados y con una estructura interna centralizada las que han demostrado una mayor capacidad para establecer la agenda de los medios de comunicación y asegurar una cobertura informativa fiel a sus demandas (Gamson, 1990). Este no fue el caso, como se ha explicado anteriormente, del 15-M; el movimiento de los «indignados» desarrolló una estructura organizativa muy descentralizada basada en la ausencia de jerarquía comunicativa y una gran flexibilidad de «repertorios» de movilización, muchos de ellos desarrollados en la red (Anduiza *et al.*, 2014).

Las movilizaciones iniciales del 15 y del 16 de mayo se organizaron casi exclusivamente a través de Internet, un canal mediante el cual se pudo reunir en el espacio público una masa crítica de ciudadanos que consolidó las acampadas (Anduiza *et al.*, 2014: 751). No obstante, como apuntan Casero-Ripollés y Feenstra (2012: 7) o González-Bailón *et al.* (2013), el éxito de la movilización hizo que una vez el movimiento de los «indignados» se asentó en la Puerta del Sol de Madrid en el llamado «martes mágico» del 17 de mayo, los medios de comunicación finalmente pusieran el foco informativo en la protesta. Este hecho se ajusta con la literatura, que indica que, tradicionalmente, la relación entre los activistas y los medios no es unidireccional sino que estos últimos también necesitan los movimientos sociales para generar contenido informativo (Gitlin, 1980). A pesar de ello, ¿hasta qué punto cabe esperar que los medios de comunicación hicieran una cobertura fiel de aquello que estaba sucediendo en las plazas?

Los autores que han analizado la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación destacan la capacidad limitada de las agendas pública y mediática. En su clásica investigación del contenido informativo de los medios de comunicación, Shaw y McCombs (1977) revelaron que la mayoría de ellos solo cubren entre cinco y siete temas al mismo tiempo. En un artículo de 1992, Zhu atribuye la capacidad limitada de la agenda mediática no tanto a las constricciones materiales, temporales o espaciales de cada medio — en aquel entonces, prensa, radio y televisión — sino que lo vincula a la capacidad cognitiva de la opinión pública. De acuerdo con esta tesis, las personas son capaces de centrar su atención y prestar interés a un número muy limitado de temas (Zhu, 1992: 829; véanse también Miller, 1956; Norman y Bobrow, 1975, o Brosius y Kepplinger, 1992). De estos estudios se desprende que, a pesar de la evolución de los medios y de los cambios profundos que haya podido experimentar la industria de la comunicación, durante las últimas décadas la necesidad de priorizar una cantidad reducida de problemáticas se mantiene casi constante. Debido a esta tendencia, es de esperar que *la cobertura mediática del 15-M no acierte a reproducir fielmente la agenda real de los activistas sino que focalice su atención solo en determinadas problemáticas.*

En la formulación de esta hipótesis, también hemos tenido en cuenta otros factores que podrían haber dificultado el trabajo de los periodistas y su capacidad de trasladar a la opinión pública las proclamas del 15-M. Como manifiestan Fuchs (2012) o Bakardjieva (2012), debido a sesgos reduccionistas o efectistas de la cobertura mediática y por la naturaleza contestataria de los movimientos sociales, estos han tendido a mostrarse muy críticos con los intereses corporativos de los medios de comunicación. En consonancia con estas tesis, el trabajo empírico sobre el 15-M presentado por Micó y Casero-Ripollés (2014: 867) muestra cuán difícil les fue a los periodistas encontrar interlocutores o porta-

voces de la protesta, así como la hostilidad con que los activistas atendieron a los medios. Las tensiones entre los «indignados» y los reporteros de los principales medios de comunicación desplazados a las acampadas pudo haber agudizado el «efecto Pittsburgh» de la protesta sobre los periodistas; esto es, saturar, distraer y desorientar la agenda mediática con una gran fragmentación de los mensajes (Jenkins, 2006).

La influencia de la cobertura mediática sobre los activistas

Al estudiar las movilizaciones de izquierdas que tuvieron lugar en Estados Unidos durante los años sesenta, Todd Gitlin (1980) observa que la cobertura mediática se centró básicamente en episodios violentos aislados y que aquello que se transmitió a la opinión pública fue una imagen negativa de las protestas. De forma similar, Lance Bennett (1983) vincula la creciente comercialización de los medios y la presión económica a la que están sometidos al hecho de que los periodistas tengan tendencia a prestar más atención a noticias violentas o sensacionalistas. Asimismo, Smith *et al.* (2001) observan que durante las movilizaciones sociales que tuvieron lugar en Washington D.C. entre 1982 y 1991 los medios se centraron, fundamentalmente, en la narración de los hechos más que en las demandas políticas (véanse también Gamson y Modigliani, 1989; Oliver y Maney, 2000), dando preferencia informativa a los sucesos más violentos. Teniendo en cuenta que las movilizaciones públicas de protesta son tierra fértil para enfrentamientos o episodios de violencia con las fuerzas policiales y de seguridad pública, la probabilidad de que los medios centren su cobertura en este tipo de hechos es muy alta, incluso cuando la mayoría de los actos de protesta se desarrollan pacíficamente (Della Porta *et al.*, 2006). En este sentido, el 15-M no fue ninguna excepción, sino que las acciones policiales con respecto a la legalidad, seguridad y salubridad de las acampadas tuvieron una importancia capital para el transcurso de

las protestas. Por ello, es de esperar que *la cobertura mediática sobre el 15-M se centre en aquellos hechos que generaron una mayor alarma social (e.g. el debate en torno al desalojo policial de las acampadas).*

Siendo este el eje de la cobertura mediática, ¿hasta qué punto cabe esperar que los activistas, de forma análoga, abandonaran ciertos temas para concentrarse en aquello que centraba la atención periodística y, por tanto, de la opinión pública? Aunque la literatura referente a cómo los movimientos sociales determinan el contenido informativo de los medios de comunicación es abundante, a día de hoy no hay ninguno o muy pocos trabajos que analicen la relación inversa, es decir, cómo aquello que publican los medios sobre un movimiento social puede alterar la agenda de los activistas durante los días posteriores. Si bien se ha investigado extensamente sobre la capacidad de los medios para influir la opinión de los ciudadanos en general (Iyengar y Kinder, 1987; o Druckman, 2001), hasta el momento no se ha prestado atención a cómo este *framing-effect* afecta a los debates y discusiones de movimientos sociales.

Dado el uso intensivo de las nuevas tecnologías por parte de los activistas, el movimiento de los «indignados» generó grandes cantidades de información en redes sociales y plataformas de *microblogging* como Twitter. Además, el contenido de estos debates en la red fue determinante, como se ha argumentado anteriormente, para que los medios pudieran cubrir los hechos. En consecuencia, aplicando la metodología y el muestreo adecuado, la relación entre las agendas de los diferentes grupos sociales se puede estudiar con mucho más detalle que en el pasado. Por este motivo, creemos que el 15-M ofrece una oportunidad perfecta para llevar a cabo este tipo de análisis y contribuir así a llenar el vacío en la literatura. Basándonos en los trabajos sobre «*media-effects*», es de esperar que *la cobertura que los medios de comunicación hicieron del 15-M influyera en la actividad de los activistas durante las protestas.*

DATOS Y METODOLOGÍA

Para analizar la agenda del movimiento 15-M hemos utilizado los mensajes enviados desde el día 13 de mayo al día 31 desde tres tipos distintos de cuentas de Twitter. En primer lugar, hemos tenido en cuenta todos los mensajes enviados por las cuentas de las acampadas en las diferentes ciudades españolas; en segundo lugar, por las cuentas de los principales medios de comunicación españoles; y finalmente, por una muestra representativa de la clase política española. Mediante el análisis de estos datos hemos determinado los temas que se debatieron en las plazas y que configuraron la agenda del movimiento social; los temas a los que los medios de comunicación dieron mayor cobertura y que tuvieron, por lo tanto, más relevancia mediática; y los temas a los que los políticos prestaron una mayor atención. Para poder llegar a conclusiones estadísticamente relevantes, se ha puesto una atención especial en el proceso de recolección de los datos, en la identificación y categorización de los diferentes grupos analizados (activistas, medios y políticos) y en la identificación y categorización de las diferentes demandas discutidas por el movimiento 15-M. A continuación describimos con detalle los métodos que se han utilizado.

Recolección de los datos

La recolección de los mensajes de Twitter fue llevada a cabo durante el transcurso de las protestas en mayo de 2011 utilizando el Twitter Streaming API. Puesto que el colectivo «Democracia Real Ya!» había anunciado la fecha de la manifestación el 16 de marzo, empezamos a recolectar los mensajes a partir del 13 de mayo de 2011 para poder capturar los mensajes generados por los usuarios durante los días previos a la protesta.

Para poder distinguir los mensajes referentes al 15-M de entre la totalidad de mensajes enviados en Twitter durante aquellos

días, solamente capturamos los que contenían la palabra clave «15-M» o uno de los principales *hashtags* del movimiento, estos es: #15M, #tomalacalle, #nolesvotes, #indignados, #spanishrevolution, #acampadabcn, #acampadasol, #nonosvamos, #yeswecamp, #democraciarealya, #notenemosmiedo.

Identificación y categorización de los grupos: activistas, medios y políticos

Los mensajes de Twitter están todos asociados a una cuenta o a un nombre de usuario, hecho que nos permitió crear los filtros necesarios y trabajar únicamente con los mensajes de los usuarios que eran de nuestro interés. Para poder configurar la agenda de los activistas, utilizamos los mensajes enviados desde las cuentas de todas las acampadas que tuvieron lugar en España. Estas cuentas fueron principalmente utilizadas por los responsables de comunicación de las acampadas para informar al resto de acampadas y ciudadanos sobre todo aquello que transcurría y sobre lo que se estaba debatiendo en las asambleas. Para identificar las cuentas, hemos tenido en cuenta los parámetros que siguieron los activistas para inscribirlas en Twitter. Estas cuentas empezaban con la palabra «acampada» o con las iniciales «dry» (haciendo referencia a «Democracia Real Ya!») seguido del nombre de cada ciudad (e.g. @acampadagirona, @acampadadonosti, @acampadahuelva).

Para captar la cobertura mediática del 15-M, hemos utilizado los mensajes enviados por las cuentas oficiales de los principales medios de comunicación españoles tomando como punto de partida un listado elaborado por Aragón *et al.* (2013). Para asegurar que en la muestra no había una sobre-representación de los medios más pequeños, hemos tenido en cuenta solamente los medios de comunicación españoles con mayor impacto. Para medios de televisión, hemos seleccionado las cuentas de los canales

con un *share* diario superior al 1% —i.e. Televisión Española (RTVE), Televisión de Catalunya (TVC), Antena 3, Intereconomía, La Sexta, Televisión de Andalucía (RTVA), Televisión de Madrid (RTVM), Telecinco, Cuatro, Veo7, Televisión de Galicia (TVG), Televisión de Canarias, Televisión Valenciana (RTVV), EITB—. Para medios de prensa, hemos tenido en cuenta los periódicos con una tirada superior a los 50.000 ejemplares diarios (i.e. *20 minutos*, *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *La Razón*, *El Correo*, *La Voz de Galicia*, *La Gaceta*, *El Diario Vasco*, *La Nueva España*, *Diario de Navarra*, *El Heraldo de Aragón*). Finalmente, para emisoras de radio, hemos incluido las que tienen un mínimo de 100.000 oyentes diarios (i.e. Ser, Onda Cero, Cope, RNE, RAC 1, Catalunya Radio, Canal Sur Radio, Radio Euskadi)².

Para medir la agenda política, hemos buscado los mensajes de Twitter relacionados con el 15-M que se enviaron desde cuentas de representantes políticos. Para ello, hemos utilizado dos métodos diferentes. En primer lugar, usuarios que en su perfil de Twitter se identifican como políticos. En segundo lugar, una lista de usuarios políticos que enviaron mensajes durante el 15-M elaborada por Aragón *et al.* (2013), la cual terminamos de completar añadiendo dos listas de cuentas de políticos en Twitter elaboradas por David Álvarez ³ («parlamentarios en Twitter») y por Politweets («los 100 políticos españoles más activos en Twitter»). Para evitar que la muestra tuviera un sesgo a favor de los partidos con poca o ninguna representación parlamentaria a nivel estatal o autonómico, elaboramos una nueva muestra que fuera representativa de la composición de la élite política española (tabla 1).

² Para saber la audiencia de cada medio en mayo de 2011 hemos utilizado los datos del Estudio General de Medios de febrero a noviembre de 2011.

³ Véase el proyecto Parlamento 2.0 de David Álvarez en <http://parlamento20.es/>

TABLA 1. Sistema de obtención de muestras de usuarios políticos

Partido	Votos el. 2008 (%)	Votos el. 2011 (%)	Media 08/11 (%)	Usuarios	Muestra Usuarios
PP	39,94	44,62	42,28	528	528
PSOE	43,87	28,73	36,3	1.067	454
IU-ICV	3,78	6,92	5,35	331	66
CiU	3,03	4,17	3,6	383	45
UPyD	1,19	4,69	2,94	238	37
EAJ-PNV	1,19	1,33	1,26	30	16
ERC	1,16	1,05	1,1	568	14
BNG	0,83	0,75	0,79	14	10
AMAIUR	0	1,37	0,68	23	8
CC	0,68	0,59	0,64	22	8
Compromís	0,12	0,51	0,32	83	4
FAC	0	0,4	0,2	18	2
NA-BAI	0	0,17	0,08	12	1

Identificación y clasificación de los temas debatidos en las acampadas

Para identificar los temas que debatieron los activistas, hemos analizado cinco muestras aleatorias de 1.000 mensajes y los hemos clasificado según la naturaleza de las demandas políticas que contenían. Para ello, hemos seguido la clasificación elaborada por el Grupo de Análisis Comparado de la Agenda Política en España, un sistema de codificación que incluye 23 códigos y 247 subcódigos y que adapta al caso español la metodología del Comparative Agendas Project⁴. Los temas identificados en la agenda de los activistas son 18 (véase la tabla 3). Finalmente, también hemos analizado los mensajes de los medios y de los políticos siguiendo esta misma metodología.

Para clasificar la totalidad de los mensajes de Twitter hemos utilizado un método de

codificación semiautomático con diccionario que incluye un listado de palabras clave, positivas y negativas, asociadas a cada uno de los 18 temas (véase el Anexo 1). Las palabras positivas sirven para identificar los mensajes que hablan de cada tema y las palabras negativas para indicar los falsos positivos (*i.e.* cuando un mensaje no habla sobre un determinado tema a pesar de contener una palabra positiva). Para mejorar gradualmente la fiabilidad del diccionario y obtener una distribución homogénea de los errores, hemos elaborado diferentes versiones hasta conseguir altos niveles de fiabilidad. Para validar dicha fiabilidad, una vez realizada la codificación semiautomática con la última versión del diccionario, hemos codificado manualmente una muestra aleatoria de 1.141 mensajes detectados por el diccionario con contenido político y una muestra de 1.000 mensajes descartados por el diccionario por no contener ningún contenido de relevancia política (*e.g.* *Le estamos ofreciendo agua y galletas a los policías de la #acampadamala-*

⁴ www.comparativeagendas.net

ga #notenemosmiedo #yeswecamp). Por un lado, la comparación entre el sistema manual y el semiautomático revela que en el 95,4% de los casos el diccionario ha identificado de forma correcta los mensajes con contenido político y que al 95,9% de estos les ha asignado el tema correcto con una distribución homogénea de los errores (véanse las matrices de confusión I y II de las tablas 2 y 3). Por otro lado, la comparación entre la codificación manual y la codificación semiautomática de la segunda muestra aleatoria indica que solo el 4,3% de los mensajes descartados por el diccionario sí que contenía reivindicaciones políticas (véase la tabla 2). En conclusión, la validación de la versión final del diccionario indica que el sistema de codificación semiautomática utilizado es altamente fiable.

TABLA 2. Matriz de confusión I

		Manual	
		Positivo	Negativo
Automática	Positivo	1.088	43
	Negativo	53	957
		95,40%	95,70%

RESULTADOS

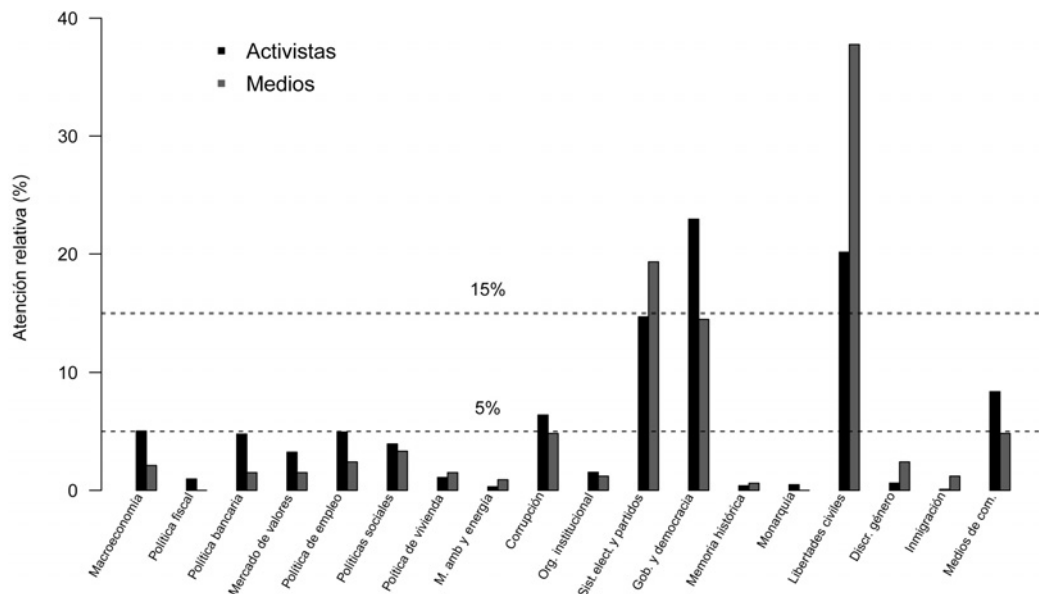
Un primer análisis descriptivo de los resultados muestra que el discurso del 15-M estuvo compuesto por un gran número de reivindicaciones (véase el gráfico 1). Concretamente, los mensajes de Twitter nos indican que los «indignados» discutieron sobre 18 temas de ámbito político: macroeconomía; política fiscal; política bancaria; bolsa y mercados de valores; política de empleo; políticas sociales; política de vivienda; medio ambiente y energía; corrupción; funcionamiento de las instituciones políticas; sistema electoral y de partidos; calidad democrática; memoria his-

tórica; sistema monárquico; libertades civiles; discriminación de género; inmigración y, finalmente, sobre el modelo de medios de comunicación. Estos resultados confirman nuestra primera premisa: que por su naturaleza descentralizada y muy transversal socialmente, el movimiento de los «indignados» aglutinó una gran pluralidad de demandas que fragmentaron su mensaje. Estos resultados confirman los estudios anteriores (Bennett y Segerberg, 2012) que indican que las acciones «conectivas», al estructurarse de forma horizontal y al utilizar las redes sociales como uno de sus principales canales de comunicación política, generan un debate de una gran diversidad, muy participativo y plural.

No obstante, los resultados iniciales también indican que los activistas no prestaron la misma atención a todos los temas. En particular, se centraron en el sistema electoral y de partidos, el funcionamiento del sistema democrático y el ejercicio de las libertades civiles. Cada uno de estos temas concentró más del 15% de la agenda del movimiento, hecho que contribuyó a centrar el debate y definió unos ejes discursivos prioritarios. Entre los casos restantes, se distinguen otros dos niveles de relevancia. En primer lugar, aquellos temas a los que los activistas dedicaron alrededor del 5% de sus mensajes (cinco temas: macroeconomía, política bancaria, empleo, corrupción y medios de comunicación), y en segundo lugar, aquellos que ocuparon menos del 5% de su agenda (diez temas: política fiscal, mercado de valores, políticas sociales, vivienda, medio ambiente y energía, organización institucional, memoria histórica, monarquía, discriminación de género e inmigración).

Contrariamente a nuestra segunda premisa, el análisis descriptivo del gráfico 1 indica que los medios sí prestaron atención a la totalidad de las demandas discutidas por los activistas, lo cual demuestra que para el caso del movimiento 15-M no se produjo una desconexión entre medios y activistas (simi-

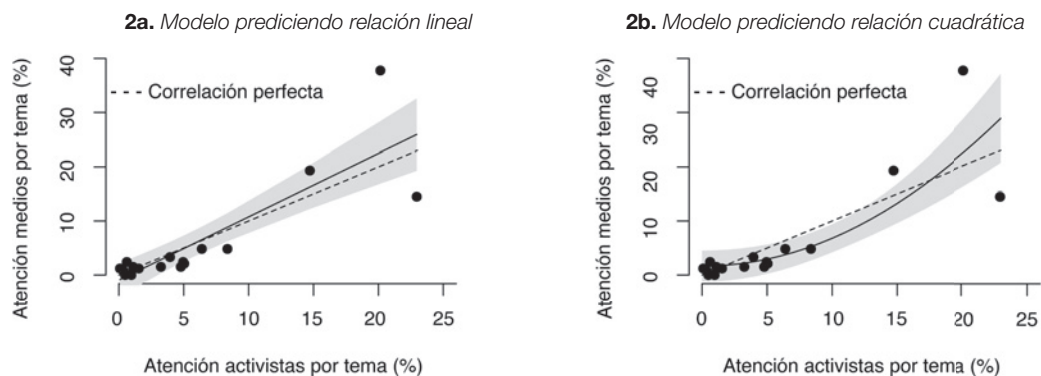
GRÁFICO 1. *Temas discutidos por los activistas del 15-M y su cobertura mediática*



lar a lo acontecido en las manifestaciones de Pittsburgh en 2009) a pesar de las tensiones que se dieron en las plazas entre «indignados» y prensa (Micó y Casero-Ripollés, 2014: 867). A diferencia de investigaciones anteriores, estos resultados muestran que acciones de tipo «conectivo» pueden, en ciertas ocasiones, tener una mayor capacidad para establecer la agenda de los grandes medios. Sin embargo, los resultados también indican que los medios de comunicación tendieron a sobredimensionar los temas principales y a dar una menor cobertura a los secundarios, introduciendo, de esta manera, un cierto sesgo reduccionista en su cobertura del debate del movimiento 15-M. Particularmente, tal y como esperábamos al formular la tercera premisa, uno de los temas más sobredimensionados por los medios fue el de las libertades civiles. Este incluye debates como el derecho o no de los manifestantes de acampar en las plazas; las quejas por parte de los comerciantes de las zonas afectadas por las acampadas; la presencia policial en torno a las concentraciones; las opiniones de las diferentes Juntas Electorales y Gobiernos

(central y autonómicos) sobre la legalidad de los asentamientos; y también la desocupación violenta de acampadas como la de *Plaça Catalunya* en Barcelona. La cobertura del 15-M confirma los resultados obtenidos en investigaciones precedentes: los medios de comunicación tienden a focalizar su atención en los acontecimientos más violentos vinculados con la intervención policial y tienden, asimismo, a prestar a los hechos un mayor interés que al contenido de las protestas. Para el caso de los «indignados», esto se vio reflejado en el hecho de que el debate en torno a las libertades civiles ocupó prácticamente el 40% de la cobertura mediática.

Más allá de la especial atención que los medios prestaron a este tema, al analizar la correlación entre el debate de los activistas y la cobertura mediática, encontramos que la relación entre las dos agendas es cuadrática y no lineal. Por ello, tal y como apunta el gráfico 1, a medida que los activistas prestaron más atención a un tema determinado, su capacidad para marcar la agenda de los medios también aumentó (véase el gráfico 2).

GRÁFICO 2. Relación entre la atención a cada uno de los temas por parte de los activistas y los medios

Concretamente, los resultados señalan que existe un punto de inflexión alrededor del 15% de la atención, momento en que los medios de comunicación dejan de infravalorar las demandas para pasar a sobredimensionarlas. Así pues, la capacidad de los activistas para configurar la agenda mediática estuvo sujeta no tanto al contenido de sus reivindicaciones sino a la importancia relativa que los activistas dieron a cada tema, siendo el 15% el umbral de la mediatización.

Para profundizar en el análisis de la influencia mutua entre medios y activistas, a continuación modelamos la agenda de los dos actores utilizando series temporales con componentes autorregresivos de media móvil (ARMA). Puesto que la respuesta a la protesta por parte de la clase política también pudo haber condicionado ambas agendas, utilizamos esta influencia como variable de control. En el primer modelo (modelo 1) predecimos el porcentaje de atención que los activistas prestaron a cada tema día a día y en el segundo (modelo 2) predecimos el porcentaje de la cobertura mediática que cada tema ocupó también diariamente. En ambos modelos la variable dependiente se ha construido apilando por días la relevancia relativa de cada tema e introduciendo una variable dicotómica por cada uno de los temas. Es decir, utilizamos un modelo de efectos fijos

que estima una constante diferente en cada caso. De esta forma, contemplamos la posibilidad de que las variables independientes no afecten con la misma intensidad a la atención prestada a cada tema por activistas o medios. Las variables independientes en ambos modelos son: la atención que los activistas (modelo 1) o los medios (modelo 2) prestaron a cada uno de los temas los tres días anteriores —AR(3)—; los posibles *shocks* externos que marcaron la agenda de los activistas (modelo 1) o los medios (modelo 2) los dos días anteriores —MA(2)—; y la atención que la clase política prestó a los diferentes temas aquel mismo día y el día anterior⁵. Además, en el modelo 1 también contemplamos la posibilidad de que la agenda de los medios aquel mismo día o el día anterior pudiera marcar el debate de los activistas y, en el modelo 2, cómo el debate de los activistas en los últimos días pudo haber marcado la cobertura mediática. La especificación de los modelos es la siguiente:

⁵ La decisión de utilizar un componente autorregresivo AR(3) y un componente de media móvil MA(2) la hemos tomado después de analizar el correlograma de las dos variables dependientes (agenda de los activistas y de los medios) y el Criterio de Información de Akaike (AIC) de diferentes especificaciones. En este caso la especificación ARMA(2,3).

$$ACT = act_{t-1}\phi_1 + act_{t-2}\phi_2 + act_{t-3}\phi_3 + \varepsilon_{t-1}\rho_1 + \varepsilon_{t-2}\rho_2 + \beta_t med_t + \beta_2 med_{t-1} + \beta_3 med_{t-2} + \beta_4 pol_t + \beta_5 pol_{t-1} + \beta_6 tema_{1\dots} + \beta_{23} tema_{17} + \varepsilon_t$$

$$MED = med_{t-1}\phi_1 + med_{t-2}\phi_2 + med_{t-3}\phi_3 + \varepsilon_{t-1}\rho_1 + \varepsilon_{t-2}\rho_2 + \beta_t act_t + \beta_2 act_{t-1} + \beta_3 pol_t + \beta_4 pol_{t-1} + \beta_5 tema_{1\dots} + \beta_{22} tema_{17} + \varepsilon_t$$

Los coeficientes del modelo 1 (tabla 4, coeficientes ar1, ar2 y ar3) enseñan que el debate de los activistas se explica principalmente por el debate de estos mismos los tres días anteriores. Los resultados indican que, cuando los activistas decidieron prestar atención a un tema (o aumentar la atención sobre este), en los dos siguientes días fue altamente probable que los manifestantes continuaran aumentando la atención a esta

misma cuestión. Además, podemos observar que la agenda de los «indignados» también se vio marcada por sucesos inesperados o repentinos (véase el coeficiente ma2 del modelo 1, tabla 4) que tuvieron lugar durante los dos días anteriores (e.g. desalojamientos, pronunciamientos de las Juntas Electorales o resultados electorales) y además por la cobertura mediática de las protestas aquel mismo día y el día anterior

TABLA 4. *Coficiente de los modelos ARMA que predicen la atención que activistas y medios prestan a cada uno de los temas*

	Modelo 1 (ACT)		Modelo 2 (MED)	
	coef.	error std.	coef.	error std.
ar1	0,305	(0,125)*	0,446	(0,212)*
ar2	0,695	(0,126)*	0,483	(0,178)*
ar3	-0,351	(0,059)*	-0,221	(0,055)*
act _t	—	—	0,458	(0,150)*
act _{t-1}	ar1	ar1*	0,184	(0,141)
act _{t-2}	ar2	ar2*	—	—
act _{t-3}	ar3	ar3*	—	—
med _t	0,058	(0,020)*	—	—
med _{t-1}	0,116	(0,022)*	ar1	ar1*
med _{t-2}	—	—	ar2	ar2*
med _{t-3}	—	—	ar3	ar3*
pol _t	0,116	(0,023)*	-0,035	(0,061)
pol _{t-1}	0,058	(0,025)*	-0,061	(0,068)
ma1	-0,148	(0,120)	-0,529	(0,219)*
ma2	-0,852	(0,120)*	-0,471	(0,218)*
constante	0,044	(0,005)*	-0,018	(0,015)
Observaciones	342		342	
R ²	0.75		0.33	
PronunciadoR ²	0.73		0.29	

Notas: * Coeficiente estadísticamente significativo (p. value < 0.05).

Coeficientes y errores estándar de las variables dicotómicas por cada tema (efectos fijos) no presentes en la tabla.

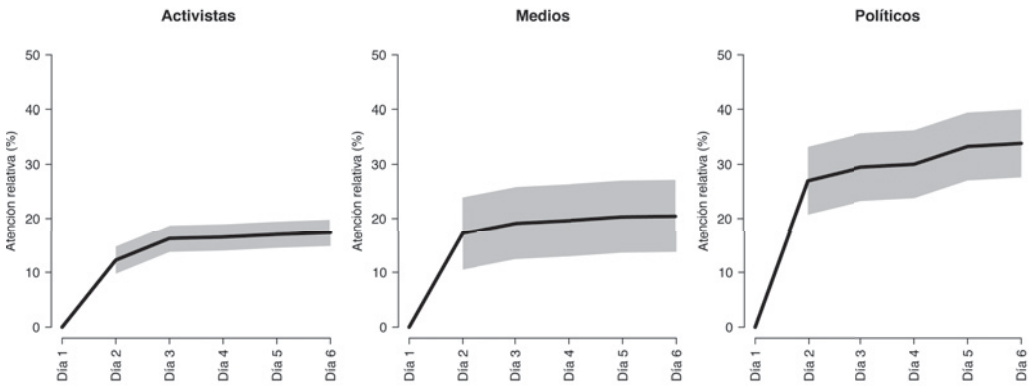
(coeficientes med_t y med_{t-1}). Finalmente, el modelo indica que, en menor medida, aquello que discutieron los políticos también marcó el debate de los activistas (coeficientes pol_t y pol_{t-1}).

Por otro lado, los coeficientes del modelo 2 señalan que la agenda de los medios también se puede explicar por la naturaleza de la cobertura mediática los días anteriores (véanse los coeficientes ar_1 , ar_2 y ar_3). A pesar de ello, puesto que el debate de los activistas marcó diariamente la selección de temas a los que los medios prestaron atención, esto implica que el efecto de la propia cobertura mediática no sea tal sino el fruto de la

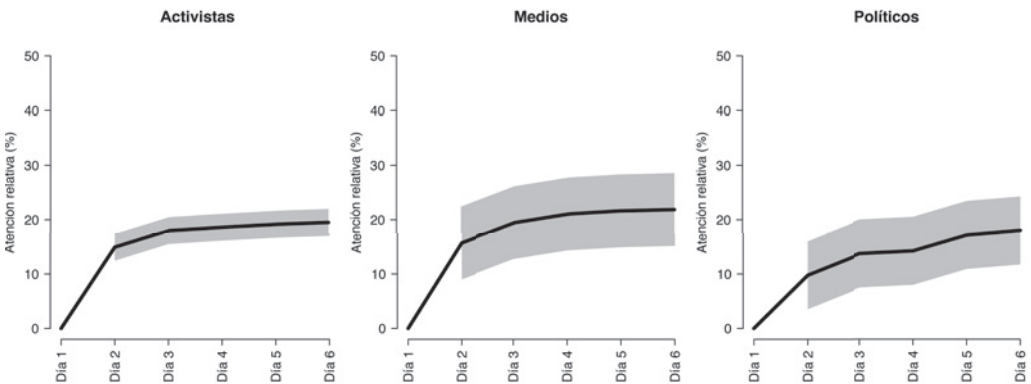
influencia de los activistas en los días anteriores. A la vez, los resultados indican que el debate político no afectó la cobertura mediática del movimiento (coeficientes pol_t y pol_{t-1} modelo 2).

En consecuencia, los activistas sí tuvieron una gran capacidad para marcar la agenda de los medios y, aunque estos también repercutieron (en menor medida) en el debate de los manifestantes, básicamente su efecto se basó en minimizar o maximizar la atención de los manifestantes a determinados temas (tal y como hemos visto en el gráfico 2). Para poder visualizar estas dinámicas de influencia, en el gráfico 3 simulamos la

GRÁFICO 3. Resultados de la simulación de un aumento del 10% de la atención relativa sobre dos temas por parte de los activistas (Intervalo de Confianza de 1 desviación estándar)



3a. Sistema electoral y de partidos



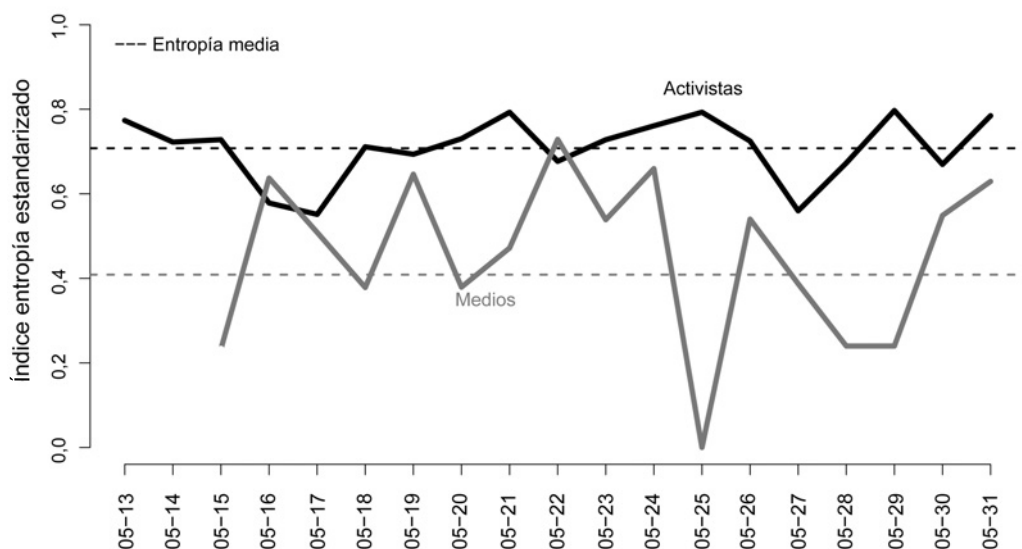
3b. Libertades civiles

interacción entre la agenda de los activistas, medios y políticos respecto de dos temas distintos: en primer lugar, el sistema electoral y de partidos, y en segundo lugar, la política de vivienda. Concretamente, en los dos gráficos (3a y 3b) simulamos que a día 1 ningún grupo presta atención a estos dos temas para, a continuación, introducir un aumento de la atención de los activistas de un 10% el día 2. A partir de aquí, simulamos la reacción de los medios y de los políticos utilizando los coeficientes de los modelos 1 y 2 (controlando por cualquier otro cambio de atención y/o choque externo). Finalmente, también calculamos cómo la reacción de estos dos grupos establece retroactivamente la atención de los manifestantes.

Los resultados de esta simulación muestran que los medios son sensibles a los cambios de atención de los activistas y que terminan prestando una atención relativa similar a cada una de las reivindicaciones. También vemos que la atención mediática influye, a su vez, el debate de los manifestantes, quienes sin el eco de los medios se-

guirían dedicando a estos temas solo un 10% de sus mensajes en Twitter. Sin embargo, fruto de la cobertura mediática, los activistas acaban prestando una atención del 18% al tema sistema electoral y de partidos y del 20% al tema libertades civiles. Si comparamos la capacidad de los activistas para marcar la agenda de los medios con la capacidad de los medios para marcar la agenda de los activistas, vemos que quienes tienen mayor influencia son los activistas. Como demuestra el gráfico, al primer cambio de atención generado en Twitter (del 0 al 10%), los medios aumentan la atención respecto a los dos temas del 0 al 18%. Esta influencia de 18 puntos de los activistas sobre los medios es mucho mayor que la del 10 al 18% (sistema electoral y de partidos) o del 10 al 20% (libertades civiles) generadas por los medios (y políticos), aunque a la vez engendradas por los mismos manifestantes. Además, aunque la cobertura mediática tendió a sobredimensionar ciertos temas, observamos que la evolución del debate de los activistas a lo largo del mes

GRÁFICO 4. Índice de entropía estandarizado (0-1) indicando la distribución de la atención a través de los temas por parte de activistas durante las protestas del 15-M



de mayo se mantiene muy plural en todo momento (gráfico 4). En parte, esto puede ser debido al formato específico de protesta que adoptó el 15-M: la creación de comisiones temáticas durante las acampadas en las plazas seguramente facilitó que el discurso del movimiento se mantuviera plural e igualmente activo en todos sus frentes. Aunque en algunos momentos los medios focalizaron su atención en una minoría de temas (véase mayo 25 en el gráfico 4), el hecho de que diferentes grupos de activistas mantuvieran activas en todo momento asambleas temáticas pudo minimizar la capacidad de los medios para establecer la agenda de los activistas.

DISCUSIÓN

En este artículo hemos estudiado el 15-M y su discurso entre el 13 y el 31 de mayo de 2011 para ver hasta qué punto este movimiento «conectivo» fue capaz de trasladar sus demandas a los medios de comunicación de masas. Basándonos en la literatura existente, nuestras conjeturas iniciales eran que el discurso del 15-M fue muy plural, que los medios solo cubrieron una parte de las demandas del movimiento, que los medios prestaron especial atención a aquellos temas relacionados con episodios de violencia policial y que la cobertura mediática terminó marcando el debate de los activistas en las plazas. Los resultados del análisis corroboran la primera conjetura mostrando que los activistas discutieron sobre un total de 18 temas. En gran medida, también corroboran la tercera premisa al mostrar que los medios tendieron a sobredimensionar las reclamaciones sobre libertades civiles al estar relacionadas con el desalojo de las plazas. Sin embargo, los resultados corroboran las conjeturas opuestas a la segunda y cuarta premisas: los medios dieron cobertura a todas las demandas del 15-M y esta no influyó el contenido del debate de los activistas en las plazas.

Al tratarse de un estudio de caso, en este artículo no ha sido posible ver hasta qué punto otras variables relacionadas con un movimiento social «conectivo» o su contexto pueden condicionar la capacidad de este para trasladar sus demandas a la agenda de los medios y para mantener la pluralidad de su discurso. Sin embargo, respecto de la cuarta conjetura, creemos que la creación de comisiones temáticas en las plazas durante las protestas facilitó que el movimiento mantuviera un discurso plural ajeno a la cobertura mediática. Respecto de la segunda hipótesis, basándonos en los resultados de otras investigaciones sobre movimientos sociales y en la revisión de la literatura que hacen Benford y Snow (2000), proponemos tres posibles teorías para explicar por qué encontramos lo opuesto a lo esperado inicialmente.

En primer lugar, autores como McAdam *et al.* (1996) y Benford y Snow (2000) sugieren que ciertas oportunidades políticas (como cambios en la estructura institucional o la convocatoria de elecciones) pueden facilitar la movilización social. Estos autores sugieren que durante estos episodios políticos los ciudadanos perciben tener una mayor capacidad para influir la toma de decisiones; esto facilita que movimientos sociales ideológicamente cercanos a estos ciudadanos consigan movilizarlos. Siguiendo esta lógica, una posible teoría para explicar la gran capacidad del 15-M para establecer la agenda mediática es que los grandes medios de comunicación, conocedores del gran potencial de movilización social en periodo electoral, prestaran una mayor atención al 15-M y a sus demandas para poder descifrar a qué partido podía favorecer. Existe en España un precedente en este sentido. En marzo de 2004, las encuestas llevadas a cabo una semana anterior a las elecciones generales apuntaban a una victoria cómoda del Par-

tido Popular⁶. Sin embargo, después de los atentados terroristas y la posterior movilización por parte de la ciudadanía (conocida como la *Revolta de los Móviles*), el curso de las elecciones cambió por completo y el Partido Socialista terminó ganando aquellas elecciones. Es posible, pues, que en mayo de 2011 los medios de comunicación cubrieran el discurso del 15-M con mayor rigurosidad porque la movilización sucedió en período electoral.

En segundo lugar, otros autores como Tarrow (1998), Goodwin *et al.* (1999) y Benford y Snow (2000) también sugieren que los movimientos sociales tienen una mayor capacidad movilizadora cuando existe un agotamiento cultural. Los ciudadanos son más proclives a la movilización cuando perciben que la cultura hegemónica ha fracasado y que los movimientos sociales proponen una nueva cultura alternativa. En este sentido, en mayo de 2011 la cultura existente antes de la crisis financiera del 2008 había colapsado por completo (existía una alta desafección política, desconfianza con el sistema financiero, importante rechazo de los postulados neoliberales...) y el movimiento de los «indignados» se convirtió en un laboratorio de ideas que tenía como objetivo forjar una nueva cultura. Desde este punto de vista, los medios de comunicación podrían haber considerado que también a sus lectores les atraía el debate sobre las nuevas ideas políticas emergentes y, por este motivo, cubrir extensamente la gran pluralidad de propuestas del 15-M.

Finalmente, autores como Walsh *et al.* (1993), Evans (1997) y Benford y Snow (2000) argumentan que las características del público a quien se dirige un movimiento social son importantes a la hora de determinar el discurso y éxito de la movilización. Discursos distintos llaman la atención de públicos dis-

tintos. Asimismo, ciertos públicos llaman más la atención de la clase política y de los medios que otros. En este sentido, se puede argumentar que los medios prestaron especial atención al movimiento de los «indignados» y sus demandas porque este fue capaz de movilizar no solamente a un gran número de personas sino también a un público plural. Aunque Anduiza *et al.* (2014) muestran que la edad media de los activistas fue estadísticamente menor que la de movilizaciones no «conectivas», otros autores como Fernández-Planells *et al.* (2013: 131) señalan que «con los *yayoflautas*, tres generaciones de abuelos, padres e hijos —cuatro si contamos los carritos de niños que acompañaban a sus padres/madres— se unieron al movimiento de los Indignados». Por lo tanto, es posible que los medios de comunicación dieran amplia cobertura al discurso del 15-M porque este captó la atención de un público numeroso y plural entre el cual podía encontrarse gran parte de la audiencia de los propios medios de masas.

La evolución política posterior a mayo de 2011 ratifica en parte la existencia de dos de estos factores de tipo contextual. En primer lugar, el éxito de nuevos partidos políticos que han incorporado demandas del movimiento 15-M sugiere un agotamiento de la cultura política anterior y la existencia de una demanda de nuevos postulados políticos. Aunque las primeras formaciones políticas que se crearon justo después del 15-M no fueron capaces de conectar con el gran público (e.g. Partido X, Asamblea Ciudadana o Confluencia), otros partidos como Podemos, Guanyem Barcelona o Ahora Madrid han conseguido un gran éxito electoral (elecciones europeas 2014 y municipales 2015) a través de incorporar un gran número de postulados políticos propuestos por el movimiento de los «indignados», como, por ejemplo, implementar auditorías ciudadanas de deuda pública, aumentar los procesos de democracia directa (e.g. referendos vinculantes) o paralizar los desahucios. Además,

⁶ Pablo Jiménez de Sandoval (29 de febrero de 2004), «La reválida de las encuestas», *El País*.

estos nuevos partidos políticos de izquierdas han sido capaces de conseguir la atención de un público numeroso a la vez que plural. Por ejemplo, encuestas recientes sobre las elecciones generales de 2015 muestran cómo la expectativa de voto de Podemos es similar en ciudadanos entre 18-34, 35-54 y 55-64 años; lo que sugiere que el movimiento de los «indignados» contó con el apoyo de un público variado⁷.

En resumen, nuestros resultados muestran que movimientos sociales «conectivos», con una organización descentralizada y que se desarrollan intensivamente en Internet y las redes sociales, son capaces de aglutinar un gran número de demandas sin sacrificar, por ello, su capacidad para establecer la agenda mediática. En futuras investigaciones es necesario analizar un mayor número de acciones «conectivas» para poder así determinar qué otros factores (como la creación de asambleas temáticas *offline*, la existencia de una oportunidad política, agotamiento cultural o un público plural) pueden influir la relación entre acciones «conectivas» y medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Anduiza, Eva; Cristancho, Camilo y Sabucedo, José M. (2014). «Mobilization through online Social Networks: The Political Protest of the Indignados in Spain». *Information, Communication and Society*, 17(6): 750-764.
- Aragón, Pablo *et al.* (2013). «Communication Dynamics in Twitter During Political Campaigns: The Case of the 2011 Spanish National Election». *Policy and Internet*, 5(2): 183-206.
- Bakardjieva, Maria (2012). «Reconfiguring the Media-polis: New Media and Civic Agency». *New Media and Society*, 14(1): 63-79.
- Benford, Robert D. y Snow, David A. (2000). «Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment». *Annual Review of Sociology*, 26: 611-639.
- Bennett, W. Lance (1983). *News: The Politics of Illusion*. White Plains, New York: Longman.
- Bennett, W. Lance y Segerberg, Alexandra (2012). «The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics». *Information, Communication and Society*, 15(5): 739-768.
- Bimber, Bruce; Flanagin, Andrew J. y Stohl, Cynthia (2005). «Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment». *Communication Theory*, 15(4): 365-388.
- Bimber, Bruce; Flanagin, Andrew J. y Stohl, Cynthia (2012). *Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change*. New York: Cambridge University Press.
- Borge-Holthoefer, Javier *et al.* (2011). «Structural and Dynamical Patterns on Online Social Networks: The Spanish May 15th Movement as a Case Study». *PLoS One*, 6(8): e23883.
- Brosius, Hans-B. y Kepplinger, Hans M. (1992). «Linear and Nonlinear Models of Agenda-setting in Television». *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36(1): 5-23.
- Casero-Ripollés, Andreu y Feenstra, Ramón A. (2012). «The 15-M Movement and the New Media: A Case Study of how New Themes Were Introduced into Spanish Political Discourse». *MIA. Media International Australia*, 144: 68-76.
- Castells, Manuel (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew (2007). «Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity». *Political Communication*, 24(3): 283-301.
- Chadwick, Andrew (2011). «The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the “Bullyinggate” Affair». *The International Journal of Press/Politics*, 16(1): 3-29.
- Della Porta, Donatella; Peterson, Abby y Reiter, Herbert (2006). *The Policing of Transnational Protest*. Burlington, Vermont: Ashgate.
- Druckman, James N. (2001). «The Implication of Framing Effects for Citizen Competence». *Political Behavior*, 23(3): 225-256.

⁷ Votantes de los partidos por edad y sexo, *El País* (24 de agosto de 2015): http://elpais.com/elpais/2015/08/22/media/1440261779_288461.html (acceso el 14 de septiembre de 2015).

- Evans, John H. (1997). «Multi-Organizational Fields and Social Movement Organization Frame Content: The Religious Pro-Choice Movement». *Sociological Inquiry*, 67(4): 451-469.
- Fernández-Planells, Ariadna; Feixa, Carles y Figueiras-Maz, Mònica (2013). «15-M en España: diferencias y similitudes en las prácticas comunicativas con los movimientos previos». *Última Década*, 21(39): 115-138.
- Fuchs, Christian (2012). «Behind the News. Social Media, Riots, and Revolutions». *Capital and Class*, 36(3): 383-391.
- Gamson, William A. (1990). *The Strategy of Social Protest*. Belmont, California: Wadsworth.
- Gamson, William A. y Modigliani, Andre (1989). «Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach». *American Journal of Sociology*, 95(1): 1-37.
- Garrett, R. Kelly (2006). «Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs». *Information, Communication and Society*, 9(2): 202-224.
- Gitlin, Todd (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley, California: University of California Press.
- González-Bailón, Sandra; Borge-Holthoefer, Javier y Moreno, Yamir (2013). «Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion». *American Behavioral Scientist*, 57(7): 943-965.
- Goodwin, Jeff; Jasper, James M. y Khattra, Jaswinder (1999). «Caught in a Winding, Snarling Vine: The Structural Bias of Political Process Theory». *Sociological Forum*, 14(1): 27-54.
- Iyengar, Shanto y Kinder, Donald R. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago, Illinois: University of Chicago Press.
- Jenkins, J. Craig (1983). «Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movements». *Annual Review of Sociology*, 9: 527-553.
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Koopmans, Ruud (2004). «Movements and Media: Selection Processes and Evolutionary Dynamics in the Public Sphere». *Theory and Society*, 33: 367-391.
- Laer, Jeroen van y Aelst, Peter van (2010). «Internet and Social Movement Action Repertoires». *Information, Communication and Society*, 13(8): 1146-1171.
- Lupia, Arthur y Sin, Gisela (2003). «Which Public Goods are Endangered?: How Evolving Communication Technologies Affect the Logic of Collective Action». *Public Choice*, 117(3-4): 315-331.
- McAdam, Doug; McCarthy, John D. y Zald, Mayer N. (1996). *Comparative Perspectives on Social Movements. Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCarthy, John D.; McPhail, Clark y Smith, Jackie (1996). «Images of Protest: Dimensions of Selection Bias in Media Coverage of Washington Demonstrations, 1982 and 1991». *American Sociological Review*, 61(3): 478-499.
- Micó, Josep-Lluís y Casero-Ripollés, Andreu (2014). «Political Activism online: Organization and Media Relations in the Case of 15M in Spain». *Information, Communication and Society*, 17(7): 858-871.
- Miller, George A. (1956). «The Magical Number Seven, Plus or Minus Two. Some Limits on Our Capacity for Processing Information». *Psychological Review*, 63(2): 81-97.
- Naughton, John (2001). «Contested Space: The Internet and Global Civil Society». En: Anheier, H.; Glasius, M. y Kaldor, M. (eds.). *Global Civil Society 2001*. New York: Oxford University Press.
- Neuman, Russell; Bimber, Bruce y Hindman, Matthew (2011). «The Internet and Four Dimensions of Citizenship». En: Edwards, G.; Jacobs, L. R. y Shapiro, R. Y. (eds.). *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Norman, Donald A. y Bobrow, Daniel G. (1975). «On Data-limited and Resource-limited Processes». *Cognitive Psychology*, 7(1): 44-64.
- Oliver, Pamela E. y Maney, Gregory M. (2000). «Political Processes and Local Newspaper Coverage of Protest Events: From Selection Bias to Triadic Interactions». *American Journal of Sociology*, 106(2): 463-505.
- Shaw, Donald L. y McCombs, Maxwell E. (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. Saint Paul, Minnesota: West Publishing Co.
- Smith, Jackie et al. (2001). «From Protest to Agenda Building: Description Bias in Media Coverage of

- Protest Events in Washington D.C.». *Social Forces*, 79(4): 1397-1423.
- Tarrow, Sidney G. (1998). *Power in Movement*. New York: Cambridge University Press.
- Vliegenthart, Rens y Walgrave, Stefaan (2012). «The Interdependency of Mass Media and Social Movements». En: Semetko, H. A. y Scammel, M. (eds.). *The Sage Handbook of Political Communication*. London: Sage Publications.
- Walsh, Edward; Warland, Rex y Smith, D. Clayton (1993). «Backyards, NIMBYs, and Incinerator Sitings: Implications for Social Movement Theory». *Social Problems*, 40(1): 25-38.
- Zhu, Jian-H. (1992). «Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting». *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 69(4): 825-836.

RECEPCIÓN: 10/02/2015

REVISIÓN: 24/07/2015

APROBACIÓN: 09/12/2015

ANEXO 1. DICCIONARIO

Tema	Expresiones clave	Expresiones negativas
100. Macroeconomía	capitalismo, capitalista, rico, ricos, pobre, pobres, desigualdad, desigualdades, injusticias, revolución, democracia económica, sistema económico, justicia social, injusticia social, los de abajo	
107. Política fiscal	sicav, sicavs, impuesto, impuestos, evasión, fiscal, fiscales, tobin, tributos, tributación, IRPF, IVA, sumergida, recalificaron, militar, deuda, deudas, ejércitos	
202. Discriminación género	género, patriarca, mujeres, machista, machismo, feminismo, feminista, aborto, discriminatorias	
207. Libertades civiles	expresión, libertad, derecho, dcho, dchos, derechos, libertades, concentrarse, sinde, SGAE, CEDRO, opendata, voz, leysinde, JEC, veto, reflexión, desalojará, desalojo, desalojan, desalojar, prohibición, dignidad, callar, callao, detenidos, expresarnos, expresar, exprésate, expresamos, expresamos, expresan, expresen, expresarse, expresión, open data, inmensa manifestación, junta electoral, resistencia pasiva, cultura libre	prohibir, libertad con cargos, libertad bajo fianza, estado de derecho, estado de derecho, voz de galicia
230. Inmigración	extranjería, inmigrante, inmigrantes, inmigración, patera, pateras, libre circulación, somos todos diferentes	
505. Política de empleo	desempleo, paro, parados, empleo, emigra, emigrar, emigrado, emigrantes, oportunidades, fuga, despido, despidos, despiden, prestación, subsidio, salario, remuneración, contrato, contrata, subcontrata, subcontratado, subcontratada, cotizar, cotiza, cotizado, cotizados, sindicatos, mileurista, trabajadores, despedido, despedidos, asindical, empleados, trabajando, parad@s, generación perdida, reforma laboral, mano de obra, no tengo futuro, precariedad laboral, derecho al trabajo, trabajo digno, sin trabajo, puesto de trabajo, contra el ERE, ERE de Telefónica	sindicatos policiales, se empleo
700+800. Med. amb y energía	sostenible, sostenibilidad, ecología, ecológico, ecológica, nuclear, nucleares, medio ambiente	

Tema	Expresiones clave	Expresiones negativas
1300. Políticas sociales	recorte, recortes, austeridad, funcionarazo, funzonarazo, pensionazo, pensión, jubilados, jubilación, sanidad, hospital, hospitales, médico, médicos, sanitario, sanitarios, educación, bolonia, escuela, escuelas, licenciatura, licenciaturas, universidad, universidades, matrícula, estudiantes, educativo, educativa, pensiones, privatizando, privatizar, privatizaciones, privatización, privatizado, servicios públicos, servicios sociales, cambio social	
1400. Política de vivienda	vivienda, viviendas, piso, pisos, casas, hipoteca, hipotecas, hipotecar, desahucio, desahucios, desahuciar, desahuciados, desahuciadas, pisito, okupación, sintecho, dación en pago, sin casa, no tenemos casa, burbuja inmobiliaria, sin techo	
1501. Política bancaria	banco, bancos, banca, banquero, banqueros, rescate, bankia, botín	
1502. Mercados de valores	crisis, crisi, especulación, especular, mercado, mercados, bolsa, ibex, capital, FMI, mercads, financieros, financiero	la capital
1707. Medios de comunicación	medios, kiosco, informado, tertulianos, tertuliano, televisamos, peticiones, informativos, opinadores, televisión, periodismo, ninguneaban, periódicos, televisamos, prensa nacional, televisada, derecha mediática, cinco o seis, asco informativo, manipulación mediática, impresentable silencio, informe semanal, aprended a contar, no te enteras	informativos telecinco, trabajar a los medios
2007. Corrupción	privilegios, corrupto, corruptos, corrupta, corrupción, chorizo, chorizos, gurtel, gúrtel, millet, atraco, vitalicio, vitalicia, forráis, imputada, imputadas, imputado, imputados, ipad, limusina, limusinas, malaya, dimite, dimisión, dimitir, dimita, transparencia, juzgó, hartazgo, rectitud, responsabilidades, fabra, robarnos, caraduras, camps, políticos, coche oficial, político honesto, tu botín, mi crisis, casta política, responsabilidad política, contra los políticos, clase política, gobierno que tenemos, mercedes clase a, pensión vitalicia	
2011. Organización institucional	iglesia, religión, episcopal, justicia, jueces, judicial, tribunal, tribunales, laicismo, misas, separación	a los tribunales

Tema	Expresiones clave	Expresiones negativas
2012+2060. Sist. elect. y partidos	partidos, bipartidismo, bipartidista, apartidista, apartidistas, apartidismo, PP, PSOE, PPSOE, PP-PSOE, PSOE-PP, PP+PSOE, PSOE+PP, barrera, votarás, voto, blanco, blancos, nulo, nulos, abstención, abstenciones, votando, votar, aprovechen, votante, hondt, hont, proporcional, primarias, partido, ley electoral, reforma electoral, sistema electoral, no les votes, si tú no vas, mismo collar, rajoy ni zapatero, rajoy o a zapatero, rajoy o zapatero, zapatero ni rajoy, zapatero o a rajoy, zapatero ni rajoy	
2015. Gobierno y democracia	democracia, referéndum, regeneración, generación, soñar, sueño, cómplice, cómplices, sistema, ere, reflexionen, escuchar, escucharnos, sordera, cambio de rumbo, no nos representan, iniciativa popular, iniciativa legislativa popular, políticos tradicionales, política tradicional, políticos sordos, cambio de época, no se enteran, propuestas ciudadanas, espacio público, participación ciudadana, legislación popular, participación activa, cómplices pasivos	
2040. Memoria histórica	franquismo, franquista, franco, dictadura, memoria histórica, guerra civil	
2099. Monarquía	monarquía, república, republicano, republicana, zarzuela, familia real	