

Iniciativas ciudadanas como alternativa a los medios tradicionales

Los movimientos sociales se han organizado para tratar de mejorar el tejido político. En muchas ocasiones y como consecuencia de esas movilizaciones se ponen en marcha iniciativas impulsadas por los propios ciudadanos con las que pretenden difundir sus mensajes al margen de los grandes medios. Son los propios ciudadanos los que con la tecnología y las herramientas digitales, especialmente las redes sociales, impulsan proyectos periodísticos para organizar su comunidad y difundir aquello que sucede en su entorno más cercano. En este propósito por hacer llegar el contenido que se genera en su área de influencia, el móvil juega un papel esencial, ya que permite la cobertura de determinados acontecimientos. Este dispositivo se convierte, por tanto, en un aliado para los individuos que quieren tomar fotos, grabar vídeos o mandar tuits desde el lugar donde se producen los hechos. En la última parte del artículo se analizan varios proyectos de periodismo ciudadano a través de las que sus impulsores buscan informar a la sociedad de su realidad y de los hechos que acontecen a su alrededor como alternativa al silencio informativo de los medios de comunicación tradicionales, que por contra optan por mantenerse al lado de las directrices oficiales de gobiernos y poderes políticos.

Palabras clave: movimientos sociales, medios ciudadanos, participación ciudadana, periodismo, redes sociales.

1. Introducción

La tecnología y las herramientas digitales han derribado las estructuras tradicionales sobre las que durante muchos años se han apoyado los medios de comunicación. El viejo modelo de comunicación unidireccional basado en mensajes jerárquicos ha sucumbido a la multidireccionalidad de un entorno, el digital, donde los ciudadanos, lejos de ser aquellos agentes pasivos que recibían información sin posibilidad de feedback, han adoptado un rol radicalmente distinto convirtiéndose en usuarios activos capaces de generar contenido y de participar en el proceso comunicativo.

Asimismo, se ha producido un cambio muy importante y es que el control que ejercía los medios sobre la información ya no existe. Ahora los medios no son los únicos que tiene información. Se ha pasado de un sistema fundamentado en la escasez informativa -donde solo los medios y los periodistas tenían acceso a las fuentes- a otro donde la característica principal es precisamente la sobreabundancia informativa. Las herramientas digitales han democratizado la generación de contenidos y han propiciado que muchos ciudadanos distribuyan, gracias a las redes sociales, grandes cantidades de información.

No menos importante es otro factor que también afecta muy decisivamente en ese papel activo que asumen hoy los ciudadanos: la escasa credibilidad de la que gozan los medios convencionales. “Los ciudadanos empiezan a perder el interés y la confianza en los medios tradicionales y en gran medida en los profesionales que no se plantean cambios en este nuevo ecosistema informativo” (1).

(1) Espiritusanto, O. (2014) “Periodismo ciudadano: colaboración y evolución positiva”. Informe sobre la transformación de los medios de comunicación” (http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2014/02/56-71-INFORME_periodismo-ciudadano.pdf).

Lo cierto es que la pérdida de credibilidad y la popularización en el uso de Internet y de las tecnologías digitales permite hoy que ciudadanos y profesionales de la información generen contenidos en idénticas condiciones técnicas. De ahí que sea tan importante que el periodista acepte las reglas del juego del nuevo contexto comunicativo y se adapte a los cambios sin menospreciar la participación de los ciudadanos en las rutinas productivas de la información. Y por ello también son muchos los ciudadanos que, ayudados o no por profesionales, deciden poner en marcha iniciativas de comunicación o distribuir sus propias piezas informativas mediante las nuevas plataformas sociales, especialmente Twitter por su rapidez y viralidad.

En las próximas líneas analizaremos, en primer lugar, cómo los movimientos sociales se organizan a través de Internet y de las redes sociales y, en segundo lugar, cómo las movilizaciones ciudadanas son capaces de impulsar proyectos periodísticos con el objetivo de narrar determinados acontecimientos y trasladar a la sociedad aquello que acontece a su alrededor.

2. Movimientos sociales y tecnologías digitales

La generalización del acceso a Internet y del uso de las tecnologías, muy especialmente del móvil en los últimos años, ha creado las denominadas "multitudes conectadas" (2) que, en determinadas situaciones, se transforman en auténticos activistas capaces de movilizar a millones de personas en diferentes rincones del planeta con un solo clic.

Según los últimos datos ofrecidos por la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT) (3), a final de este 2014 habrá 3.000 millones de internautas en el mundo, el 40% de la población mundial. Asimismo, los abonados a los móviles se aproximarán a la población total de la Tierra, casi 7.000 millones. Estas cifras no vienen más que a confirmar que la población mundial está absolutamente intercomunicada. Lo explica muy bien Manuel Castells (4): "Hemos pasado de un mundo dominado por la comunicación de masas a un mundo en que ésta coexiste con la autocomunicación de masas". Y añade: "La comunicación en Internet es multimodal, en tiempo escogido y con referencia constante a un repositorio de información digitalizada en donde se almacena el 90 por ciento de la información del planeta. Y la comunicación móvil asegura una interconectividad permanente y casi ubicua". En definitiva y como antes se apuntaba, se ha pasado de un modelo de comunicación caracterizado por la emisión de mensajes de una fuente a muchos receptores a otro en donde numerosos emisores envían mensajes a numerosos receptores, intercambiándose los papeles de modo instantáneo.

(2)

Tascón, M. y Quintana, Y. (2012) Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas. 102.

(3)

"La UIT publica las cifras de TIC de 2014" http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2014/23-es.aspx#U3FCSK1_sfE

(4)

Castells, M. (2014) "El poder de las redes" en El poder de las redes sociales, dossier publicado por La Vanguardia, número 50.

Pero, además, Internet es un espacio de libertad, en el que los ciudadanos, especialmente los jóvenes, buscan una vía para la participación política y el control de los gobiernos que no encuentran en el mundo físico. De este modo, utilizan las redes sociales para debatir, organizarse en red y movilizarse. Surgen así protestas, movimiento sociales, revueltas y revoluciones que nacen en el entorno digital para después trasladarse a la calle y plantar cara a gobiernos opresores o dictaduras.

En los últimos años hemos asistido al nacimiento de multitud de movilizaciones sociales que han utilizado el potencial de la tecnología, Internet y las redes sociales para rebelarse contra el estatus quo establecido y promover cambios radicales en sus sociedades. La Primavera Árabe, el Movimiento del 15M en España, el Occupy Wall Street, las

protestas en Turquía y Brasil en el verano de 2013 son movimiento sociales que se originaron por muy diversas razones, pero todos ellos tienen un patrón común, que se apoya en las siguientes características:

- Se trata de movimientos espontáneos, no programados;
- Nacen en la Red (en la mayoría de los casos en las redes sociales y, fundamentalmente, en Twitter dada su rapidez e instantaneidad), sin líderes y sin organización;
- Son muy virales y se expanden como la pólvora;
- Buscan desafiar a los poderes políticos y económicos.

3. Las redes sociales, las “palancas” de las movilizaciones ciudadanas

Las redes sociales y la consolidación de un modelo de comunicación en red, basado en la generación y envío de mensajes de muchos a muchos, ha trasladado el poder a la comunicación en manos de los ciudadanos.

Desde un punto de vista estrictamente social, todos convendremos en que es evidente que las plataformas sociales que han ido apareciendo a lo largo de los últimos años han servido para ampliar las relaciones sociales de los individuos y, a la vez, estrechar los lazos y conexiones que se pueden generar entre ellos.

Las redes sociales se han convertido también en un excelente canal para la movilización social y la participación ciudadana, como así lo demuestran multitud de movimientos sociales que han cristalizado en diferentes países y que se han servido de estas herramientas para luchar contra determinados regímenes políticos o defender causas internacionales de muy diversa índole. El poder de difusión de mensajes que ofrecen estas plataformas ha dotado a las movilizaciones ciudadanas de un altavoz único capaz de silenciar la agenda temática oficial de los medios tradicionales y de alentar la participación en ellas de personas con posturas más alejadas a los motivos o razones que han originado esos movimientos.

En cualquier caso y sin pretender minimizar una pizca la importancia de este fenómeno, lo cierto es que existen algunas investigaciones globales que muestran que el uso de las redes sociales para la protesta y la movilización social no es una práctica tan generalizada como pudiera pensarse. Es el caso de la encuesta realizada en 17 países por parte de investigadores del Laboratorio de Comunicación del Instituto de la Universidad de Lisboa, en colaboración con la Fundación Gulbenkian durante el primer trimestre de 2013 (5). En ella, por ejemplo, se revela que la utilización de estas herramientas es mayoritaria cuando se trata de apoyar “lo que los encuestas parecen clasificar como causas nacionales o internacionales, potencialmente compartido por un amplio grupo de poblaciones nacionales o que, por su dimensión nacional transversal, atraen la atención de un gran número de ciudadanos en el mundo”.

(5)
Cardoso, G. (2014)
“Movilización social y redes sociales” en El poder de las redes sociales, dossier publicado por La Vanguardia, número 50.

Otros datos que se destacan en este estudio son el uso mayoritario que se realiza entre los encuestados para “referirse positiva o negativamente a las políticas aplicadas por los gobiernos (un 45,7%)” más que “para referirse positiva o negativamente a una figura política determinada (un 39,1%)”. Asimismo, es interesante resaltar que durante 2012 (periodo de esta

investigación) los usuarios de Internet habían empleado las redes sociales para alentar la participación en un acontecimiento cultural (un 30%) que para movilizar la participación en manifestaciones en la calle (un 17,9%). No obstante, también es de interés subrayar que el grupo más comprometido políticamente de los usuarios de los medios sociales en esta investigación es el de las personas que durante ese año habían utilizado sitios como Facebook o Twitter para invitar a la participación en las protestas y manifestaciones en la calle.

Más allá de estos datos, la realidad confirma que en muchos lugares del mundo los ciudadanos se han volcado en estos espacios para movilizarse contra sus gobiernos o para promover un cambio en sus instituciones políticas. Las revueltas y manifestaciones en varios países árabes son, sin duda, los ejemplos más interesantes del uso que sus ciudadanos han hecho de las tecnologías (especialmente, el móvil), Internet y las redes sociales.

En Irán, en 2009, días antes de los comicios electorales, uno de los asesores del presidente Ahmadinejad y candidato a la reelección calificaba a los seguidores de Musaví, principal oponente, como unos fanáticos de las tecnologías que dedicaban mucho tiempo a sus ordenadores. Un mes antes de las elecciones, los partidarios de Musaví habían creado decenas de páginas en Facebook para pedir el voto congregando a 7.500 simpatizantes en torno a esta plataforma. Ante la influencia y poder que adquiriría esta red social tanto dentro como fuera del espacio digital, el Gobierno iraní decidió cortar su acceso. Sin embargo, esa medida no logró frenar el intenso debate que se generó en el ciberespacio y, de hecho, Internet se transformó en la gran plaza que alentaría y promovería las protestas que se iban a desencadenar posteriormente.

Tras el recuento electoral, el papel de la Red se intensificó y, además de Facebook, entró en juego Twitter. Durante aquellos días fueron millones los mensajes que se difundieron al mundo desde la red de microblogging, que consiguió no sucumbir a los ataques lanzados por las autoridades iraníes. Gracias a las redes sociales y a los móviles, grandes medios de todo el mundo pudieron hacerse eco de estas revueltas. La censura gubernamental hizo que la única información que saliera del país fuera la que distribuyeran los iraníes a través de estas plataformas. Uno de los ejemplos más paradigmáticos del uso que hicieron algunos medios del material que difundieron los iraníes fue el vídeo que mostraba a una joven desangrándose en la calle tras recibir un disparo de los militares pro gubernamentales. Aquel vídeo de la mujer, identificada como Neda, se grabó desde un dispositivo móvil y se colgó en YouTube para después recorrer los programas informativos de todo el mundo.

Poco después, las redes sociales fueron protagonistas en las movilizaciones ciudadanas que se registraron en Túnez y Egipto, donde el uso de Internet y las herramientas digitales ayudó a la caída de los regímenes opresores y no democráticos de estos países, lo que no significa, por otro lado, que no hubiera un malestar social y político entre la ciudadanía que viera en estos canales de comunicación el mejor catalizador para conducir las protestas y revueltas de la calle. Una investigación (6) basada en entrevistas online a 30 jóvenes de los países protagonistas de los cambios políticos durante la Primavera árabe de 2011 (Túnez, Egipto y Libia) viene a reforzar precisamente esa idea que comparten muchos analistas y expertos de que Internet y las redes sociales influyeron en el proceso de cambio de los gobiernos de estos países, pero de una manera relativa. Así, el 92% de los jóvenes árabes entrevistados –residentes en Madrid, Barcelona y Santiago de Compostela– cree que Internet y las redes sociales hicieron más visibles en el exterior las protestas y los conflictos de sus países y sostienen que ambas plataformas (Facebook y Twitter) compensaron en parte los bloqueos informativos y la censura a la que estaban sometidos los medios locales.

(6) Soengas, X. (2013) "El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial". Revista Comunicar 41: Los agujeros negros de la comunicación. Vol. 21-2013.

Pero, sin embargo, a la hora de valorar el papel de la tecnología en las revueltas baja hasta el 45% los que afirman que la red ha influido en el desarrollo de los hechos y en el éxito de las protestas de la Primavera árabe y solo el 32% califica como decisivos los apoyos virtuales. Éstos últimos consideran que se precipitaron las caídas de los gobiernos porque a través de Internet y de los canales sociales se conocieron fuera las consecuencias de las represiones que se cometían y eso desencadenó la solidaridad de muchos países con los rebeldes y opositores, algo que de alguna manera permitió el aislamiento de las autoridades. Al 81% le ha sorprendido un estallido de las protestas tan generalizado, pese a que eran conscientes del malestar social y preveían un movimiento ciudadano si bien no de estas dimensiones.

Pero los movimientos ciudadanos en torno a una causa común y su traslado al mundo digital, especialmente a las redes sociales –y dentro de éstas, a Twitter–, también ha llegado años después a los países de Occidente. En el caso de España, el movimiento del 15-M representa, sin duda, el ejemplo más significativo de este tipo de movilizaciones conectadas y vinculadas a las herramientas digitales. El también llamado movimiento de los indignados surgió a raíz de la manifestación del 15 de mayo de 2011 convocada por diversos colectivos, donde después de que unas decenas de personas decidieran acampar en la madrileña Puerta del Sol esa noche se produjeron una serie de protestas pacíficas en distintos puntos de la geografía española con el fin de promover una democracia más participativa alejada del estatus quo político sustentado en el bipartidismo y en los poderes económicos. Aquello que, en un principio, parecía que se iba a quedar en una manifestación más, se transformó en un movimiento multitudinario que llenó la Red de mensajes de apoyo a la causa y de contenido audiovisual sobre la evolución de un movimiento que tuvo en el ciberespacio su mejor aliado.

Internet fue su principal vía de difusión y desde el principio jugó un papel imprescindible para los organizadores de las protestas, no solo en Madrid, sino en el resto de ciudades españolas donde muy diversos colectivos animaron a la participación ciudadana. ¿Por qué fue esencial la Red?

- Por el libre acceso, difusión y distribución de contenidos;
- Por la gran cantidad de usuarios de redes sociales como Facebook y Twitter, donde la información, fotos, vídeos, testimonios y comentarios de todo tipo circulan a gran velocidad extendiéndose a cualquier rincón del planeta;
- Por el amplio acceso a dispositivos con conexión permanente a Internet como los ordenadores y portátiles, pero sobre todo los smartphones o teléfonos inteligentes que permiten la interconexión de la información y la distribución de contenidos de modo inmediato;

A lo largo de todo el proceso, el 15-M ha sido capaz de articular de una manera directa y extraordinaria una interconexión entre el mundo físico –los grupos locales que se constituyeron dentro del movimiento– y el mundo virtual, principalmente el que tiene como canal las redes sociales y de ello da cuenta las campañas virales en Facebook o los múltiples hashtags creados en Twitter tanto los días previos como durante y después de la gran manifestación, que llevó a la calle a 130.000 españoles. Algunos datos que corroboran la relevancia de Internet como instrumento para movilizar a la ciudadanía son los siguientes: “el 82 por ciento de las personas que participó en la manifestación del 15-M se enteraron de la convocatoria por las redes sociales. Además, el tráfico de Internet en España aumentó un 17 por ciento en lo que se refiere al tráfico de los smartphones en los momentos de la explosión del movimiento” (7).

(7)
Toret, J. y Monerde, A.
(2013) “15-M acontecimiento, emociones colectivas y movimientos en red” en El poder de las redes sociales, dossier publicado por La Vanguardia, número 50.

#15m y #15mani se convirtió en un trending topic (tema caliente en Twitter) a nivel global durante varias horas de aquel 15 de mayo de 2011. Y ello fue posible porque miles de ciudadanos de distintas regiones de España compartieron en esta plataforma fotos, vídeos y comentarios en tiempo real, permitiendo además romper el bloqueo mediático al que tenían sometido a este fenómeno los medios convencionales. Otros hashtags que llegaron a ser TT aquel día fue #acampadasol #tomalaplaza y #spanishrevolution y, poco después, también entró en escena #democraciareal. El movimiento del 15-M traspasó las fronteras españolas y se transformó en una movilización internacional, congregando a personas de otros países y conformándose protestas locales bajo hashtags como #europeanrevolution o #yeswecamp.

Tras la primera convocatoria global del 15-O, se gestó Occupy Wall Street (#occupywallstreet), una rama de la acción de protesta de este movimiento mundial que en septiembre ocupó el Zuccotti Park de Lower Manhattan en Nueva York. Esta movilización pacífica se dirigió contra el poder de las empresas y las evasiones fiscales y, al igual que el 15-M, se valió de la tecnología y de las herramientas digitales para sumar adeptos a la causa. Pocos días después de que naciera Occupy Wall Street en la ciudad neoyorquina se registraron protestas en 52 ciudades, entre ellas, Boston, San Francisco, Los Ángeles y Chicago.

No han acabado aquí, sin embargo, las movilizaciones ciudadanas en diversos rincones del planeta. A las anteriores les han seguido las protestas contra Putin que, aunque no han logrado apejar del poder al dirigente ruso, se han convertido en un refugio para los ciudadanos de este país, así como han servido para seguir demostrando el poder de la tecnología y de las redes sociales para movilizar a los individuos en una sociedad bajo la censura; las manifestaciones en Grecia, donde la muerte a tiros de un joven por un policía, la huelga de hambre de inmigrantes y la ocupación de la plaza Sintagma de Atenas han sido los catalizadores para la aparición de redes dedicadas a la ayuda social; la rebelión de junio de 2013 en Turquía caracterizada por los enfrentamientos entre los “indignados” y la policía en Estambul, que ha demostrado el poder de expansión que tienen las plataformas sociales, pasando de 1,8 millones a 9,5 millones de usuarios en tan solo 12 días; y, finalmente, las revueltas de junio de 2013 en Brasil, que han supuesto, entre otras muchas cosas, la pérdida de liderazgo de partidos y sindicatos o la falta de impulso de los medios tradicionales para crear opinión pública.

Desde un punto de vista estrictamente de la organización, todos estos movimientos sociales se sirven de Internet y de las redes sociales porque favorecen los procesos de auto-organización y reducen los costes de la acción colectiva para actores pobres en recursos, que no pueden fácilmente acceder, por ejemplo, a los medios de comunicación tradicionales que, lejos de dar voz a estos colectivos, los excluyen de su agenda o los hacen prácticamente invisibles (8). Igualmente, “se adaptan a las necesidades organizativas de estos movimientos sociales dotándolos de una estructura organizativa horizontal, abierta y flexible en la que múltiples grupos de afinidad pueden coordinarse de forma descentralizada adoptando la estructura reticular de Internet”.

Si nos centramos en el enfoque digital o tecnológico, tenemos que destacar que estas movilizaciones pacíficas “están caracterizadas por la emergencia contagiosa y protagonista de protestas de redes ciudadanas sin estructuras formales previas, que hacen un uso intensivo y estratégico de las redes sociales digitales, de la telefonía móvil y de Internet, que toman el espacio urbano, y que producen fuertes e intensas movilizaciones afectivas con múltiples impactos en gran parte de la sociedad” (9). En definitiva, estamos ante un fenómeno social que se sustenta sobre la utilización de las tecnologías (especialmente, la móvil) y las herramientas

(8)
Candon, J. I. (2012)
“Ciudadanía en la Red: poder y contrapoder en los medios de comunicación”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 18, número 2.

(9)
Toret, J. y Monterde, A. (2013a
38)

digitales, con hincapié en las redes sociales, para canalizar movimientos espontáneos de ciudadanos que se organizan a través de esos espacios y que trasladan su protesta virtual a la calle. Para ello, se sirven de la inmediatez y de la capacidad expansiva y de contagio que tienen estas plataformas sociales.

4. Proyectos mediáticos impulsados por los ciudadanos

Acabamos de ver cómo los ciudadanos se organizan a través de Internet y, específicamente, de las redes sociales para promover movilizaciones contra gobiernos, poderes políticos o económicos. Las tecnologías digitales se convierten en instrumentos para canalizar la protesta que, después, se traslada a la calle. Sin embargo, no es el único uso que los individuos otorgan a estas herramientas, el poder que éstas tienen para distribuir contenido informativo por doquier y llevar sus mensajes a la comunidad es la punta de lanza que permite construir iniciativas mediáticas con las que estos ciudadanos pretenden contar su realidad.

No cabe duda de que la democratización y popularización de las herramientas de comunicación en Internet permiten a los ciudadanos crear contenido sobre su entorno más cercano o sobre lo que está pasando durante un determinado acontecimiento de la actualidad, ya sea de carácter político o social o ya sea una catástrofe o un accidente del que sean testigos.

Las tecnologías digitales que hoy están a disposición tanto de periodistas como de ciudadanos posibilitan que éstos puedan impulsar proyectos mediáticos, en algunos casos con la ayuda y orientación de profesionales de la información, o compartan contenido informativo a través de las redes sociales. Ahora bien, debe quedar claro en este punto que no nos referimos aquí a la forma más sencilla de participación como es dar un “me gusta” en Facebook o un retweet en Twitter, si no a una mayor implicación del ciudadano aportando valor informativo a su comunidad o al mundo.

Existe también un modelo que se podría calificar de “híbrido”, porque en él el papel que asume el usuario es colaborar con el periodista o el medio en la realización de una pieza informativa más o menos compleja. Es lo que se denomina como el “Pro-am: periodismo profesional y ‘amateur” (10). Y de ello dan buena cuenta algunos ejemplos que apunta Clay Shirky en IPI Report, *Brave News Worlds*: “La audiencia ahora nos ofrece modelos profesional-aficionado que eran impensables e inviables hace diez años: Propublica, para abarcar todos los actos electorales de Iowa en 2008, contó con la participación de ciudadanos, una hazaña que no hubiera sido posible de otro modo; al igual que la reconfiguración de la política presidencial de Corea por OhmyNews, sitio de periodismo pro-am; o el seguimiento de The Guardian de los gastos de los miembros del Parlamento del Reino Unido, porque este trabajo, sí lo hubieran realizado empleados, hubiera resultado muy caro y llevado mucho tiempo” (11).

Lo cierto es que en todos estos casos la colaboración de la ciudadanía es imprescindible para que el trabajo periodístico que llevan los profesionales pueda materializarse sin que ello suponga una carga excesiva para éstos y sin que comporte elevados costes para los medios o redacciones implicadas, como es el ejemplo que cita Shirky del periódico The Guardian y que siempre se ha mostrado como una de las primeras prácticas aplicadas al periodismo de lo que se conoce como “crowdsourcing”, esto

(10) Espiritusanto, O. y Gonzalo, P. (2011) *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Fundación Telefónica-Ariel.

(11) Espiritusanto, O. y Gonzalo, P. (2011a)

es, la “colaboración abierta distribuida” a la que se recurre cuando se han de abordar trabajos de gran dificultad y, por ello, se opta a abrir éstos a la participación en masa (12).

4.1. Modelos de participación ciudadana

Entre los tipos o modelos de participación de los ciudadanos, destacan los que a continuación se describen:

Participación ciudadana basada en la vigilancia electoral y política. Como ya hemos visto en el epígrafe anterior, a lo largo de los últimos años han surgido movilizaciones ciudadanas en países con un censura férrea y con contextos de agitación política y social muy especiales. Así, se han descrito los casos de las protestas de Irán después de los comicios en 2009, las manifestaciones en Irán a las que han seguido las de Túnez y las de Egipto en 2011. En todos estos movimientos se demuestra el poder de las redes sociales para difundir mensajes sobre todo lo que ha ido sucediendo en ellos.

La herramienta más utilizada por los ciudadanos ha sido Twitter, que sin duda desempeña un papel de gran relevancia en la transmisión en tiempo real (al momento) de información sobre los hechos acontecidos en estos países. Hay que destacar además que en algunos de estos casos como en el de Irán, si no hubiera sido por la labor informativa realizada por los iraníes no se hubiese tenido acceso a lo que estaba ocurriendo allí, debido a la censura impuesta por el Gobierno a la hora de permitir la entrada de periodistas y corresponsales de diversas partes del mundo. Además, la clasificación temática que permite la red de microblogging a través de los “trending topic” es una característica realmente interesante para agilizar las búsquedas de contenido específico.

Por supuesto, también tuvieron protagonismo en estas revoluciones digitales otras redes sociales como Facebook por sus potencialidades para crear comunidad en torno a una causa o como canal de conversación o YouTube para la subida de información en formato vídeo.

Participación ciudadana para cubrir atentados, catástrofes o accidentes, entre otros. A menudo asistimos a cómo los ciudadanos testigos de situaciones de crisis o desastres naturales contribuyen con sus contenidos a través de las redes sociales a la solidaridad. También en estos casos el rol que juega la ciudadanía resulta imprescindible para contar al mundo lo que está sucediendo en lugares y situaciones complicadas. Ejemplos de este tipo de participación lo encontramos en los atentados del 11-S en Nueva York, los del 7-J en Londres y los del 11-M en Madrid.

En enero de 2010 el terremoto que azotó a Haití devino en un caudal de aportaciones, comentarios, mensajes y todo tipo de información (textual, pero también fotos y vídeos) en las redes sociales sobre esta catástrofe natural en la isla. Numerosos usuarios de Twitter y de Facebook, principalmente, utilizaron estas plataformas con dos objetivos: informar de lo que estaba sucediendo minuto a minuto y canalizar las peticiones de ayuda que se realizaban desde diferentes organizaciones e instituciones, ya fueran de dentro o de fuera del país caribeño.

Otras herramientas que han contribuido a la participación ciudadana en casos de conflictos armados es Ushahidi, “una plataforma de comunicación para la ciudadanía, de código abierto, creada en medio de la crisis electoral vivida en Kenia en 2008, para que los ciudadanos pudieran informar, en tiempo real, de los actos de violencia o incidentes de relevancia y

(12) Según recoge la Wikipedia

plasmarlos en un mapa” (13). Esta herramienta también se usó para informar del terremoto de Haití y, después, en el de Chile.

Participación ciudadana basada en la información local o “hiperlocal”. En este caso, la participación de los ciudadanos está ligada a sitios de noticias online que invitan a éstos a contribuir con contenidos que no suelen tener cabida en los medios tradicionales. Uno de los ejemplos pioneros es la Red de Diarios Ciudadanos de Chile (que se creó en 2005 con la publicación de “El Morrocotudo”), donde la participación de los ciudadanos es vital, de hecho, representa un 60%. La idea que se persigue en este tipo de proyectos es incorporar las aportaciones informativas de los ciudadanos a los medios, estableciéndose un proceso de filtrado y revisión por parte del equipo de periodistas que trabajan en la redacción. Aunque la mayor parte de estas iniciativas se localizan en el mundo anglosajón, existen bastantes también en Latinoamérica como HiperBarrio Colombia y en España podemos destacar algunas de gran interés como, por ejemplo, GranadaiMedia, OMC Radio, Hortaleza Periódico Vecinal o Lanova.cat.

Solo como muestra de la filosofía que suele definir estos proyectos que se engloban en lo que también se denomina como periodismo comunitario, a continuación se recogen algunas ideas que destaca lanova.cat (14) en su web:

“Básicamente, lanova.cat es un medio de participación ciudadano e hiperlocal. Queremos que sea abierto, cooperativo y participativo, ya que el usuario es el que aporta el contenido a la web. Queremos que los usuarios tengan un papel activo, queremos que estén en el centro del proceso informativo.

Para construir una sociedad más democrática es necesario que los ciudadanos dispongamos de toda la información posible para interpretar la realidad. La información de proximidad, la información hiperlocal, es básica para construir esta nueva sociedad. Desde lanova.cat pensamos que la información del entorno inmediato muchas veces no llega a los medios de comunicación por incapacidad o desidia y que deben ser los propios ciudadanos quienes la hagan visible. Actualmente, gracias a las herramientas tecnológicas de las que disfruta buena parte de la población, esto es posible. La mejor manera de definir esta nueva vía de acceso a la información es el “periodismo ciudadano”. Somos pioneros en este nuevo concepto de información local en Cataluña, y lanova.cat no quiere ser un sustituto de los medios de información profesionales, sino una herramienta que complemente la oferta informativa existente.

Creemos que la gente tiene la necesidad de compartir informaciones útiles para el resto de la comunidad sin que un editor la filtre por motivaciones económicas, políticas o, simplemente, porque no la considere importante. Explicando y difundiendo estas historias, ayudaremos en la construcción de una sociedad más informada, conectada y democrática”.

Como decíamos en el ámbito anglosajón existen multitud de iniciativas de este tipo y todas ellas tienen una misma finalidad: poner en valor la realidad más cercana a los habitantes de una comunidad de vecinos, un barrio o una ciudad. La falta de información local e hiperlocal en los medios convencionales está presente en las razones o motivaciones que llevan a periodistas y activistas a montar iniciativas con las que dar voz a “marginados” o “minorías” alejados de los focos de interés que mueven a los medios tradicionales.

Algunas de las últimas iniciativas en lengua inglesa que han llegado al espacio mediático son The Bristol Cable, NeighborMedia, The Croydon Citizen o Call a Journalist. En este último caso, la base principal que rige el funcionamiento de esta aplicación es la colaboración entre los

(13) Espiritusanto, O. y Gonzalo, P. (2011b)

(14) Lajas, J. (2013) “Lanova.cat, información ciudadana hiperlocal en Vilanova i la Geltrú”. [<http://www.periodismociudadano.com/2013/11/11/lanova-cat-informacion-ciudadana-hiperlocal-en-vilanova-i-la-geltru/>]

periodistas y los ciudadanos en aras de proporcionar la mejor y más rápida información sobre un hecho concreto. Se trata de una herramienta que permite a los miembros del público avisar a un periodista cuando sean testigos de un acontecimiento de interés periodístico, como una acción policial, una manifestación o cualquier accidente. La aplicación se comunicará con un periodista inmediatamente y le facilitará las coordenadas GPS para localizar el incidente, junto con los datos de interés. Según Dominik Brueck (15), subeditor de esta web de información local, el contenido que les ofrecen los ciudadanos desde el lugar de los hechos los están permitiendo ofrecer coberturas más precisas.

Participación ciudadana en los grandes medios. Ya hemos visto algunos ejemplos en los que medios hiperlocales, con una plantilla de periodistas, recurren a la aportación de los ciudadanos para realizar determinadas coberturas o generar contenido sobre ciertos acontecimientos de la actualidad. Los grandes medios también han apostado por la participación de los ciudadanos promoviendo proyectos, entre los que cabe citar, por ejemplo, a iReport, que es uno de los proyectos más veteranos.

Creado por CNN en 2006, se presenta como una plataforma que permite a cualquier ciudadano enviar fotos y vídeos sobre acontecimientos e incluso publicar sus propias noticias. A lo largo de los años ha ido incorporando nuevas funcionalidades. En 2011 y con el propósito de profundizar más en la filosofía de colaboración con la que nació, el sitio web lanzó un nuevo diseño para convertirse en un lugar de “amigos, fuentes y temas que interesan” (16). Recientemente, iReport ha habilitado una funcionalidad en Google Glass que transforma en fuentes periodísticas a los usuarios de estos dispositivos en un intento por adoptar las tecnologías “wearerables”. Según indica el grupo informativo en una nota publicada en su web: “Hemos lanzado un mecanismo que permite a los Explorers compartir vídeos y fotos con la CNN directamente desde sus Google Glass” (17).

También otros medios como The New York Times han entendido que la colaboración con su audiencia es esencial y, por ello, han emprendido acciones dirigidas a alfabetizar a estos nuevos usuarios activos en cómo utilizar las herramientas digitales a su alcance para generar un contenido de calidad y que aporte valor al medio. En este sentido, el periódico neoyorquino ha impulsado dos proyectos: uno de carácter formativo para facilitar la labor de los ciudadanos en tareas informativas y otro basado en un acuerdo con la plataforma Blottr, que suministra contenidos al New York Times Syndicate, un servicio que ofrece material a suscriptores dentro del mundo editorial (18).

Fuera de la órbita anglosajona existe un proyecto enormemente interesante promovido por el periódico más importante de Indonesia, Kompas. En 2008 este diario decidió crear Kompasiana, una red de informadores ciudadanos que publican noticias, opiniones e incluso piezas de ficción online. Desde su lanzamiento se ha convertido en la iniciativa ciudadana de mayores dimensiones de este país como así de contundente lo demuestran estos números: nada menos que 200.000 colaboradores que diariamente generan 800 artículos.

En definitiva y salvando las peculiaridades, se trata de iniciativas impulsadas por los grandes medios que buscan explotar al máximo la participación de una audiencia cada vez más proactiva y que demanda formar parte del proceso informativo. Algunas asociaciones profesionales de periodistas, por ejemplo la Society of Professional Journalists de Estados Unidos, ha manifestado en varias ocasiones la necesidad de que los medios convencionales integren las aportaciones procedentes de los ciudadanos, porque además la colaboración de éstos puede enriquecer una cobertura informativa determinada o puede ayudar al periodista a encontrar un enfoque diferente a la hora de elaborar una pieza periodística (un reportaje, una crónica... o un relato multimedia). Escuchar a la

(15)

Gonzalo, P. “Call a journalist: un ejemplo de colaboración entre periodismo ciudadano y profesional” [http://www.periodismociudadano.com/2014/02/07/call-a-journalist-un-ejemplo-de-colaboracion-entre-periodismo-ciudadano-y-profesional/]

(16)

Declaraciones de Lila King, directora de participación de CNN Digital, a Beet. TV recogidas por Clases de Periodismo [http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/08/02/cnn-ireport-se-convertira-en-una-red-social-para-noticias/]

(17)

“Introducing CNN iReport + Google Glass” [http://ireport.cnn.com/blogs/ireport-blog/2014/05/07/introducing-cnn-ireport-google-glass]

(18)

Espiritusanto, O. (2014) “Periodismo ciudadano: colaboración y evolución positiva”. Informe sobre la transformación de los medios de comunicación” (http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2014/02/56-71-INFORME_periodismo-ciudadano.pdf).

audiencia e invitarla a participar debería ser una obligación para todas las redacciones clásicas, ancladas algunas de ellas todavía en un modelo limitado de participación, donde la tarea de los usuarios se ve reducida a la publicación de un comentario, ya sea en el medio o en sus perfiles sociales, o al envío de una foto o un vídeo en situaciones muy específicas. Bien es verdad que no es un aspecto generalizado y que, como se ha visto anteriormente, existen proyectos de “crowdsourcing” en los que la colaboración de los ciudadanos (véase el caso de The Guardian) ha sido vital para realizar un trabajo periodístico de gran enjundia.

Hay que apuntar, finalmente, que en los nuevas iniciativas periodísticas que han visto la luz en los últimos años y que han sido promovidas por profesionales de la información el papel de la audiencia es muy relevante y se cuenta con ellos para tomar determinadas decisiones que afectan a la cobertura de algunos asuntos de la actualidad. En noviembre de 2012, eldiario.es, un medio nativo digital y que se centra en temas políticos, económicos y sociales, lanzó una pregunta a sus socios sobre qué debía hacer el medio en relación con la huelga general. La pregunta exacta era: “¿Qué debería hacer eldiario.es durante la huelga general?” Se dieron dos respuestas: cerrar completamente eldiario.es o cerrar parcialmente eldiario.es e informar solo de la huelga. Ésta último fue la opción mayoritaria votada por los socios de este medio. Se trata de un hecho puntual pero que demuestra el compromiso de este diario digital con aquellas personas que más han confiado en el proyecto.

4.2. Iniciativas ciudadanas nacidas al calor de los movimientos sociales

En líneas anteriores, hemos destacado el papel que las redes sociales han desempeñado en las principales revueltas de las que han sido protagonistas diferentes países, especialmente los países árabes con la llamada Primavera árabe. Este rol no solo ha sido clave a la hora de la organización de esos movimientos, sino como canal para trasladar al mundo lo que en estos lugares del planeta estaba pasando minuto a minuto.

Precisamente, la labor que han desarrollado estos ciudadanos con sus teléfonos móviles, sus tabletas o sus ordenadores ha servido para que periodistas y grandes medios tuvieran acceso a contenidos para elaborar sus piezas informativas sobre estos acontecimientos que dieron la vuelta al mundo y que llenaron las redes sociales de comentarios, reivindicaciones y material en todos los formatos: textos, vídeos y fotos.

Pero más allá de la utilización de estas plataformas sociales para distribuir aquello que sucede a su alrededor, los ciudadanos han dado un paso adelante y han sentido la necesidad de crear sus propios medios para trasladar a su comunidad más próxima y más lejana la voz de sus protagonistas y el impulso de sus acciones y objetivos, entre otras razones, porque los medios de comunicación tradicionales han dado la espalda en muchas ocasiones a estas movilizaciones sociales o los han minimizado de una manera increíblemente injustificada.

Normalmente, y según algunas investigaciones (19), la cobertura de este tipo de movimientos sociales por parte de los medios convencionales suele caracterizarse por dos formas básicas: la primera se fundamenta en la exclusión o la invisibilidad, de manera que no entran en la agenda, son obviados o minimizados; y la segunda es la connotación negativa y la criminalización de las protestas. La evidencia del movimiento ciudadano obliga al medio a cubrir la información, pero desde una óptica exclusivamente sombría y oscura.

(19) Candon, J. I. (2012b)

Por ello y ante la dificultad para conseguir un espacio que refleje la realidad y que se aleje de esa mirada negativa y a veces hasta violenta, los movimientos ciudadanos suelen rechazar a los medios tradicionales como canales para difundir sus mensajes. Los observan con una actitud muy crítica y llegan a identificarlos como parte de las estructuras del poder político y económico y, en definitiva, con el status quo que ellos pretenden derribar desde sus trincheras pacíficas.

En definitiva, la falta de un altavoz capaz de transmitir aquello que ocurre alrededor de las movilizaciones sociales y las motivaciones inherentes a un colectivo dinámico y con ansias de contar al mundo sus reclamaciones y sus actividades lleva a estos movimientos ciudadanos a emprender iniciativas y proyectos, en la mayoría de los casos usando las tecnologías digitales, para contar su realidad con las voces de sus protagonistas y con un punto de vista que se ajusta a sus inquietudes comunicativas sin pasar por el filtro y el tamiz de unos medios que se suelen alejar de sus planteamientos y que tratan de reducir a la mínima expresión su potencial y su influjo en la sociedad o trasladan mensajes negativos de unas movilizaciones que, si por algo se definen, es por la defensa de las acciones pacíficas y no violentas.

Indymedia es un ejemplo muy claro de medio que surge durante las protestas contra la reunión de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en la ciudad estadounidense de Seattle en 1999. Durante aquellos días se organizaron manifestaciones y concentraciones que dieron lugar a la creación de este sitio web en el que se deposita información y que se convierte en un verdadero modo de comunicación para los manifestantes. Entre sus principios fundacionales, está la capacidad de todos sus miembros de crear, distribuir o filtrar sus propias noticias, pero también se establecen una serie de normas editoriales que todo aquel que publica alguna pieza debe asumir.

Este sitio web se concibe como una red de distintos centros de medios independientes con presencia en diferentes países, ciudades o regiones. Indymedia es, para muchos, el antecedente de los medios ciudadanos que se han ido creando posteriormente (20). Fue pionero en agrupar, dar visibilidad y facilitar la publicación de la información textual y multimedia generada por las personas y grupos activistas que participaron en estas protestas, rompiendo así el cerco mediático de los medios tradicionales. En definitiva, la principal aportación que introdujo este proyecto fue contar con la participación ciudadana, lo que llevó a convertirle en un auténtico modelo de publicación de contenido abierto y colaborativo, que es la esencia que impregna a este tipo de plataformas mediáticas, donde periodistas y ciudadanos colaboran en aras de ofrecer una información cercana y ajustada, en este caso, a la realidad de un movimiento social contra la globalización.

De hecho, tras Seattle llegaron otros nodos de Indymedia vinculados a eventos “antiglobalización” o “altermundistas” en distintas ciudades de Canadá y de Europa, donde se extendió rápidamente esta red de medios cuyo objetivo ha sido siempre la información sobre temas de carácter político o social.

A lo largo de los años y con el desarrollo de las tecnologías digitales y el acceso cada vez mayor a las herramientas de comunicación que Internet pone a disposición de los ciudadanos han ido apareciendo distintas iniciativas vinculadas a movimientos sociales que han buscado en ellas una tabla de salvación ante la desidia y la falta de atención de los medios convencionales o la censura impuesta por los poderes políticos y económicos.

Uno de los casos paradigmáticos de la participación de los ciudadanos en la creación de plataformas mediáticas para esquivar la censura

(20)
Espiritusanto, O. y Gonzalo,
P. (2011c)

gubernamental es Siria, el país más peligroso del mundo para ejercer el periodismo, según Reporteros Sin Fronteras (21), quien en noviembre de 2013 denunció que 25 periodistas profesionales y 70 reporteros ciudadanos habían sido asesinados desde el comienzo de la guerra en Siria en 2011. El hecho de que solo unos pocos periodistas hayan podido acceder al país para informar de la grave situación que atraviesa el pueblo sirio por los enfrentamientos protagonizados por los partidarios del Gobierno y los de las fuerzas de la oposición ha llevado a los ciudadanos a convertirse en la única fuente de información a la que han recurrido los medios internacionales para hacerse eco de lo que estaba aconteciendo en este país, siempre con las debidas precauciones y tratando de comprobar y verificar lo difundido por estos intrépidos reporteros con móviles y tabletas en mano.

Sobre las iniciativas concretas aparecidas en Siria durante el conflicto son Syrian Observatory for Human Rights, integrado por una red de informadores que se han ganado la confianza de medios tan relevantes en el mundo como The New York Times o las agencias Reuters y AP. Otro proyecto interesante es Syria Tracker, una plataforma que utiliza como base Ushahidi. Su objetivo es geolocalizar y documentar los crímenes cometidos en el conflicto a partir de bases de datos y de los informes elaborados por los propios ciudadanos. Finalmente, podemos destacar por su funcionamiento como agregador de noticias Aleppo Media Center, un sitio web mantenido por un grupo de voluntarios residentes en esta ciudad.

Otro de los puntos geográficos en los que han nacido de forma espontánea espacios mediáticos promovidos por los ciudadanos es Grecia. Las movilizaciones sociales que surgieron en este país en contra de los recortes por la crisis económica han dado lugar a iniciativas como Radiobubble, una comunidad independiente de medios apadrinada por un grupo de voluntarios basada en un modelo de comunicación abierto. Su ideario se sustenta sobre un único propósito: informar al mundo de los acontecimientos de un país azotado por la crisis y sacando a la luz temas que los medios tradicionales tratan de ignorar. Uno de sus compromisos informativos de calado es dar a conocer todas aquellas acciones encaminadas a contribuir solidariamente con los ciudadanos más necesitados.

Los proyectos mediáticos impulsados por ciudadanos en diversos países no se conciben únicamente como prolongación de movimientos sociales más o menos profundos o intensos, sino como contestación a decisiones gubernamentales de ocultar a la sociedad información sobre determinados hechos que acontecen en el país. La censura informativa y la falta de transparencia que caracteriza la actuación de algunas instituciones políticas ha llevado también a grupos de activistas y ciudadanos a plantear iniciativas con las que buscan contar lo que está pasando en relación a un accidente, catástrofe natural u otro hecho de actualidad. Se trata, en definitiva, de medios ciudadanos que emergen para combatir esa censura y proporcionar a la población los datos necesarios para conocer una realidad.

(21)

"News providers targeted by both government and opposition forces" [<http://en.rsf.org/syria-news-providers-targeted-by-both-28-08-2013,45115.html>]

(22)

Fukushima: Radiation, Politics and Public Relations II, publicado en Veterans Today [<http://www.veteranstoday.com/2012/11/11/fukushima-radiation-politics-and-public-relations-ii/>]

Entre los muchos ejemplos en esta línea, podemos encontrar el del desastre nuclear de Fukushima. Un estudio (22) realizado por la profesora Majia Nadesan de la Universidad de Arizona sobre la crisis comunicativa desatada tras el trágico accidente en la central japonesa refleja que tanto el gobierno de Japón como el de Estados Unidos ocultaron información vital para los ciudadanos sobre los riesgos a los que se enfrentaban tras el desastre y que los medios de comunicación tradicionales, lejos de informar sobre ello, siguieron las directrices marcadas por los poderes políticos para no publicar información en ese sentido. Ante estas circunstancias de censura informativa, como se pone de manifiesto en el citado informe,

surgen varios proyectos informativos liderados por ciudadanos que sortearon ese cerco y pudieron hacer llegar a los ciudadanos información accesible y contrastada sobre las consecuencias que este terrible accidente tenía para los afectados.

El 15M, un hervidero de propuestas ciudadanas

El movimiento del 15M es, sin duda, el ejemplo más representativo en nuestro país de cómo la ciudadanía utiliza las herramientas digitales y, especialmente, las redes sociales para, primero, organizarse y, segundo, canalizar las protestas y buscar más apoyos en el entorno de la Red. Sin embargo, las plataformas sociales no han sido los únicos vehículos que han acompañado a los activistas y ciudadanos del 15M empleado en la difusión de sus mensajes y de todo el material que se ha ido generando a lo largo de las manifestaciones en toda España, si no que se han creado diferentes proyectos mediáticos con los que el 15-M ha tratado de contrarrestar el vacío informativo que desde los medios convencionales se impuso desde los primeros compases de este movimiento ciudadano.

Lo han puesto de manifiesto varios autores. Los medios de comunicación españoles ningunearon al 15M desde el principio. Algunos, incluso, decidieron ir más allá criminalizando las protestas y ofreciendo en todo momento un enfoque absolutamente negativo y lejano a la realidad que en aquellos días se vivía en la calle. Lo cierto es que los medios tradicionales, fueran de una u otra tendencia ideológica, “fueron incapaces de cumplir con el papel de dar voz a los más débiles en los momentos duros de la crisis en los que el rodillo financiero, la corrupción y la presión institucional no dejaba salidas más allá de la indignación y la protesta” (23).

Como se ha apuntado en líneas anteriores, el 15-M no encontró apoyo informativo inicialmente en los medios clásicos, -que decidieron o minimizar la protesta o reducirla a un prisma negativo y con tintes violentos-, pero, en cambio, sí lo obtuvo de medios nativos digitales, muchos de ellos con muy pocos años de vida, que apostaron por una cobertura informativa muy intensa que pusieron en manos de periodistas jóvenes y con muchas ganas de protagonizar unos hechos históricos de gran trascendencia para la sociedad española. Fue el caso, por ejemplo, de Periodismo Humano o Diagonal. Bien es cierto que a lo largo de las manifestaciones y dada la gran cantidad de contenidos que se generaron en torno a las mismas, los medios tradicionales decidieron abrir sus agendas al movimiento y empezaron a incorporar algunas informaciones como, por ejemplo, aquellas que provenían de las diferentes asambleas que se celebraron en aquellos días en la acampada de Sol.

En cualquier caso, el desarrollo de medios propios fue una de las necesidades que detectaron pronto las acampadas de Sol que se crearon durante el movimiento del 15-M. Una de las primeras iniciativas que vio la luz fue la de Ágora Sol Radio. Esta emisora de radio, promovida desde la comisión de Comunicación que se creó en el corazón de la #spanishrevolution, inició su andadura el 26 de mayo de 2011. Dos años después, una de sus impulsoras, Sofía de Roa, explica, en declaraciones para eldiario.es: “Nos sorprendemos de lo bien que ha ido el proyecto”. Y es que la emisora sigue su expansión desde el punto de vista de creación de nuevos contenidos y espacios que se suman a los que se pusieron en marcha con el fragor de las protestas. Cuenta con un equipo de 25 personas y son ellas, precisamente, las que a través de su contribución económica mensual, que asciende a 10 euros, han conseguido que la radio haya crecido y continúe hoy sus emisiones. Para Roa, “la clave (del éxito) es el compromiso”.

Según se recoge en su página web, esta emisora funciona de modo asambleario y es gestionada de forma directa por los que tienen un papel

(23) Sanclemente, J. “El 15M y los medios de comunicación”, post en su blog “entre medios” [<http://www.josesanclemente.com/2013/05/el-15m-y-los-medios-de-comunicacion.html>]

activo en ella. Así, las decisiones se aprueban en consenso por todos los miembros que forman parte de este proyecto informativo. Aunque en sus raíces sigue vivo el espíritu de profundo cambio del 15M, Ágora Sol Radio trabaja sobre unos pilares absolutamente intocables y que están en consonancia con el movimiento que son el respeto a los derechos humanos, a la diversidad de culturas, al medio ambiente, a la libertad de expresión y de opinión y al derecho de las personas a elegir sobre su propia vida.

No es el único proyecto mediático que nació al calor de las manifestaciones del 15M, aunque en este caso, prácticamente un año después. A finales de marzo de 2012 llegaba tomalatele con el propósito de convertirse en una plataforma audiovisual para que las asambleas organizadas pudieran difundir sus mensajes, reivindicaciones y propuestas para la sociedad. Asimismo, se presentaba como un espacio para alojar los diferentes “streamings” que han hecho de los distintos colectivos y usuarios los ojos y las bocas de las protestas en el entorno digital para el mundo entero. En su primer año de trayectoria no ha parado de crecer y se ha transformado en lo que sus promotores denominan como un “magazine audiovisual de información crítica”.

Esta iniciativa televisiva, impulsada por un grupo de ciudadanos procedentes de las distintas asambleas populares, cuenta con la participación de asambleas y colectivos de todo el país, pero también de movimientos internacionales. Los objetivos con los que nace esta plataforma de televisión abierta a la colaboración ciudadana, según se recoge en su web, son:

Servir de plataforma audiovisual a las diferentes asambleas y colectivos que participan en el proyecto;

Recoger y difundir las propuestas y actividades de los movimientos sociales y de los acontecimientos relacionados con las preocupaciones que mueven al 15-M como son los deshaucios, los abusos del poder financiero, los recortes sociales, el desempleo, el racismo o la vulneración de los derechos de los ciudadanos, entre otros;

Ofrecer formación audiovisual, técnica y periodística para que cualquier ciudadano o colectivo pueda subir sus vídeos desde cualquier asamblea en España.

En el ámbito audiovisual, existen otros proyectos similares también promovidos desde el interior de estos movimientos. Es el caso de Audiovisol, un canal de vídeos, donde se pueden ver los distintos “streamings” de las marchas y manifestaciones celebradas no solo en el 15M español, sino también otras protestas a nivel mundial. Este proyecto, junto a otros forman parte de la web madrid.tomalaplaza.net. En este sitio se puede acceder a contenido muy diverso sobre el movimiento en Madrid, las asamblea de Sol, las diferentes comisiones y grupos de trabajo que dependen de ella y que están divididas por temáticas concretas. Asimismo, se puede entrar en una sección de noticias en la que se da cuenta de todas las actividades, eventos, reuniones e informaciones que genera el 15-M. Sin duda, un completo programa de actos que demuestran la vitalidad de una movilización que se ha convertido prácticamente en un estilo de vida para numerosos madrileños.

Además, de madrid.tomalaplaza.tv cuelgan otras iniciativas informativas lanzadas por los ciudadanos como es “Madrid 15m, el periódico de las asambleas”, un rotativo que se edita cada mes y que se distribuye a través de las asambleas de barrio o a través de la web vía correo electrónico. Según figura en su página web, este periódico pretende difundir “una imagen (del 15M) veraz entre la ciudadanía, a la par que servir como

herramienta alternativa de información. Creemos que de la misma forma que hay que reclamar el espacio público para encontrarnos y unirnos como seres humanos, tomando las plazas, rebelándonos y creando, es necesario tomar la prensa, y aunque sea una vez al mes, que los ciudadanos puedan contar con un medio de información diferente, abierto, crítico, asambleario, horizontal, 'no profesionalizado', con vocación de fomentar el pensamiento crítico y matizar esa visión artificial del 15M como un movimiento de pensamiento único”.

Existen otros proyectos de plataformas mediáticas nacidas al calor de movilizaciones ciudadanas. Uno de los ejemplos más recientes son los llamados Mídia Ninja (siglas que responden a Narrativas Independientes, Periodismo y Acción), que surgieron durante las protestas en Brasil en el verano de 2013 contra la corrupción política, la subida del transporte público y los gastos generados por el Mundial de Fútbol de 2014.

Integrado por unas cien personas, este colectivo decidió retransmitir en directo las manifestaciones organizadas en este país al constatar que los medios tradicionales entre los que figura el O' Globo, como en otras tantas ocasiones, estaban dando la espalda a la sociedad brasileña ofreciendo una visión de la realidad muy diferente a la suya y ocultando las cargas policiales y los enfrentamientos violentos con las fuerzas de seguridad.

Mídia Ninja es un proyecto informativo basado en la difusión de contenido a través de las redes sociales (aunque el foco se centra en Twitter y Facebook) y especialmente en la retransmisión en tiempo real y sin cortes de lo que sucedía en las calles del país brasileño en aquellos días. A través de vídeos, este grupo de activistas y ciudadanos trata de documentar los enfrentamientos con la policía. Sus herramientas: ordenadores, cámaras de fotos y, sobre todo, móviles. Desde cada uno de ellos, estos ciudadanos comprometidos con la información realizaron coberturas de gran impacto, mucho más del que consiguieron tener los medios tradicionales. Y es que éstos, una vez más, volvieron a evitar dar cuenta de lo que estaba pasando en las calles, alejándose de la realidad y de las reivindicaciones de los manifestantes. Ante esta situación, surge Mídia Ninja como una alternativa informativa.

La repercusión de los Mídia Ninja (24) fue enorme y de ello dan fe las cifras de seguidores que cosecharon en sus perfiles sociales. Durante las semanas de protestas, esta iniciativa logró sumar en su página de Facebook casi 139.000 “me gusta” y más de 13.000 seguidores en Twitter. Pero el trabajo periodístico de este proyecto liderado por ciudadanos y activistas no se reflejó solo en las plataformas sociales y en las diferentes retransmisiones realizadas durante las marchas, sino que llegó a los medios de comunicación convencionales, que dedicaron algunos artículos a analizar la relevancia y efecto de este fenómeno. Lo cierto es que entre sus éxitos informativos está la entrevista exclusiva al alcalde de Río, Eduardo Paes, del Partido de los Trabajadores de la presidenta Dilma Rousseff. Y es que por primera vez un mandatario de alto nivel concedía una entrevista a una iniciativa ciudadana de este tipo.

En definitiva, la necesidad de comunicar y expresar las demandas sociales ha llevado al surgimiento de este colectivo de ciudadanos ávidos de contar la realidad de las protestas y del descontento de la sociedad. En este caso de nuevo lo más importante es mostrar lo que está pasando en un momento dado, aunque sea con imágenes y vídeos no editados, con malos encuadres y sin cortes, pero con un gran dinamismo, un estilo ágil y rápido y con mucha instantaneidad. Y, además, usando herramientas muy sencillas de utilizar como Twitcasting, una aplicación para iOS y Android destinada a transmitir vídeo en buena calidad desde un smartphone y compartirlo de forma inmediata en las redes sociales.

(24)

“El periodismo alternativo se populariza en Brasil al calor de las protestas”, publicado en elpais.com. Disponible en [\[http://internacional.elpais.com/internacional/2013/07/31/actualidad/1375240483_414732.html\]](http://internacional.elpais.com/internacional/2013/07/31/actualidad/1375240483_414732.html)

Otros movimientos ciudadanos más recientes como el llamado Movimiento Girasol en Taiwán (25) (entre marzo y abril de 2014) también han originado la creación y puesta en marcha de varias iniciativas informativas alentadas por jóvenes activistas para dar cuenta de las protestas en la calle. En este caso, incluso tomaron parte de esos proyectos estudiantiles de periodismo de la Universidad Nacional de Taiwán, que participaron muy activamente en la cobertura de las manifestaciones.

5. Conclusiones

A lo largo del artículo se ha tratado de analizar cómo los movimientos sociales utilizan las tecnologías y herramientas digitales que Internet pone a su disposición para la organización de sus protestas y la difusión de sus mensajes. Ello nos ha llevado a estudiar cuál es el uso que estas movilizaciones ciudadanas dan a las redes sociales y cómo promueven plataformas mediáticas para informar de aquello que acontece en su comunidad y dentro de esos movimientos. Las principales conclusiones a las que llegamos tras esos análisis son:

La tecnología y las herramientas digitales han trastocado el modelo tradicional de comunicación basado en la unidireccionalidad. El entorno digital ha traído un sistema comunicativo basado en la multidireccionalidad y en la capacidad del usuario para generar contenido y participar en el proceso comunicativo;

La generalización del acceso a Internet y del uso de las tecnologías, muy especialmente del móvil en los últimos años, ha creado las denominadas “multitudes conectadas” que se transforman en activistas capaces de movilizar a millones de personas en diferentes partes del mundo con un solo clic;

Internet es un espacio de libertad, en el que los ciudadanos, sobre todo los jóvenes, buscan una vía para la participación política y el control de los gobiernos que no encuentran en el mundo físico. Por esta razón, recurren a las redes sociales para debatir, organizarse en red y movilizarse. Surgen así protestas, movimientos sociales, revueltas y revoluciones que nacen en Internet y después se trasladan a la calle;

Todos los movimientos sociales que han surgido en los últimos años tienen un patrón común, que se apoya en las siguientes características: se trata de movimientos espontáneos, nacen en la Red, sin líderes y sin organización, son virales y se expanden como la pólvora y buscan desafiar a los poderes políticos y económicos;

Las redes sociales se han convertido en un excelente canal para la movilización social y la participación ciudadana, como así lo demuestran multitud de movimientos sociales que han cristalizado en diferentes países y que se han servido de estas herramientas para luchar contra determinados regímenes políticos o defender causas internacionales de diversa índole. El poder de difusión que tienen estas plataformas ha dotado a las movilizaciones ciudadanas de un altavoz único capaz de silenciar la agenda temática oficial de los medios tradicionales;

Los movimientos sociales recurren a Internet y las redes sociales porque favorecen los procesos de auto-organización y reducen los costes de la acción colectiva para actores pobres en recursos que no pueden acceder, por ejemplo, a los medios de comunicación convencionales que, lejos de dar voz a estos colectivos, los excluyen de su agenda o los hacen invisibles;

(25)

“Cómo la tecnología y los medios ciudadanos le dieron forma al Movimiento Girasol en Taiwán”, publicado en Global Voices en español. Disponible en [<http://es.globalvoicesonline.org/2014/05/31/como-la-tecnologia-y-los-medios-ciudadanos-le-dieron-forma-al-movimiento-girasol-en-taiwan/>]

Desde el punto de vista digital o tecnológico, estas movilizaciones se caracterizan por “la emergencia contagiosa y protagonista de protestas de redes ciudadanas sin estructuras formales previas, que hacen un uso intensivo y estratégico de las redes sociales digitales, de la telefonía móvil y de Internet”;

Las tecnologías digitales que hoy están a disposición de los ciudadanos posibilitan que éstos puedan impulsar proyectos mediáticos, en algunos casos con la ayuda y orientación de periodistas, o compartan contenido informativo a través de las redes sociales;

Actualmente, existen varios modelos de participación ciudadana, unos destinados a la vigilancia política, otros a la cobertura de atentados, catástrofes o accidentes, otros a la información local o “hiperlocal”, y finalmente aquellos que se desarrollan en los grandes medios;

A lo largo de los últimos años y como consecuencia de diferentes movimientos, como es el caso del 15M, surgen iniciativas ciudadanas que pretenden informar de estas movilizaciones sociales como alternativa al silencio informativo de los medios tradicionales. Además, con estos proyectos buscan trasladar a la sociedad su realidad, aquello que acontece a su alrededor sin la intermediación de los medios convencionales, muy alejados en la mayoría de las ocasiones de estos movimientos y sus reivindicaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Bowman, S. y Willis, C.** We Media: How audiences are shaping the future of news and information. Yale University Press, 2003.
- **Cerezo, J.** (de) Comunicación política 2.0. Cuadernos de Comunicación Evoca, número 4. 2011. Disponible en formato pdf en <<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos4.pdf>>
- **Espiritusanto, O. y Gonzalo, P.** Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. Ariel. Colección Fundación Telefónica, 2011.
- **Espiritusanto, O.** “Periodismo ciudadano: colaboración y evolución positiva”. Informe sobre la transformación de los medios de comunicación (2014). Disponible en formato pdf <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2014/02/56-71-INFOFORME_periodismo-ciudadano.pdf>.
- **Gillmor, D.** We the media: Grassroots Journalism by the People for the People. O'Reilly Media, 2006.
- **Fumero, A.** et al. Web 2.0. Fundación Orange, 2007. Disponible en formato pdf <http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp>
- **Tascón, M. y Quintana, Y.** Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas. Los Libros de la Catarata, 2012.
- **VV.AA.** “El poder de las redes sociales”, dossier publicado en La Vanguardia. Número 50, enero-marzo 2014.