

MOVIMIENTOS POR LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: LOS CASOS DEL 15-M Y #YOSOY132

José Candón Mena ¹

Resumen

Movimientos sociales como el 15-M en España o #yosoy132 en México manifiestan la preocupación por la democratización de los medios para la construcción de una verdadera democracia. Protagonizados por jóvenes familiarizados en el uso de las TIC, estos movimientos reflejan un conflicto tanto generacional como mediático. La cultura horizontal, participativa y abierta de la Red contagia sus aspiraciones de una democracia “real” o “auténtica” que se enfrenta a la cultura política hegemónica de una democracia autoritaria, basada en unos medios igualmente jerárquicos y verticales.

Palabras clave

Movimientos sociales, #yosoy132, 15-M, comunicación, Internet, democracia

Abstract

Social movements such as the 15-M in Spain or #yosoy132 in Mexico manifest concern for the democratization of the media to building a true democracy. Young starring familiar in the use of ICT, these movements reflect a generational and media conflict. The network culture, horizontal, participative and open spread their aspirations for “true” or “authentic” democracy facing hegemonic political culture of an authoritarian democracy based on a hierarchical and vertical media system.

Keywords

Social movements, #yosoy132, 15-M, communication, Internet, democracy

Movimientos por la democratización de la comunicación: Los casos del 15-M y #yosoy132

1. Introducción

El movimiento mexicano #yosoy132 se encuadra en una cada vez más frecuente dinámica de movilización en la que los jóvenes de diversos países han hecho uso de las nuevas tecnologías para convocar, organizar y difundir acciones colectivas.

Podemos remontarnos a las protestas antinucleares de la década de los ochenta en Europa como antecedente lejano del uso político de las TIC. Más relevante si cabe resulta el antecedente neozapatista que, desbordando el contexto mexicano, se convirtió en el hito fundacional del uso activista de Internet. La llamada “batalla de Seattle” que en 1999 protagonizó el movimiento altermundista consolidó estas prácticas y la valoración de la utilidad y pertinencia de la tecnopolítica que, desde entonces, no ha hecho más que reforzarse por la experiencia de episodios como el derrocamiento en 2001 del presidente Estrada en Filipinas, lo ocurrido durante el golpe de estado en Venezuela en abril del mismo año, el noviembre francés de 2000, las protestas que siguieron a los atentados del 11 de marzo de 2004 en España y el movimiento por la vivienda digna de 2006 en el mismo país y, más recientemente, la llamada “primavera árabe” de 2011 o el 15-M español.

El uso de la Red en estos movimientos vendrá de la mano de una fuerte crítica al papel de los medios de comunicación tradicionales en el escenario político contemporáneo. Las aspiraciones de democratización de los medios serán parte de una reivindicación más general de democratización de la sociedad, manifestando una crítica de fondo al modelo democrático y a la deriva autoritaria del estado y las organizaciones tradicionales de participación política.

2. Origen y desarrollo del movimiento #yosoy132

#yosoy132 surge a raíz de una protesta el 11 de mayo del 2012 en el Campus Ciudad de México de la Universidad Iberoamericana (UIA) –universidad privada y jesuita– contra el candidato presidencial del PRI² Enrique Peña Nieto. El político fue cuestionado por los estudiantes de la institución con expresiones como “ladrón”, “asesino” o “Atenco no se olvida” en referencia a los disturbios y la posterior represión que tuvo lugar en esa ciudad en 2006,³ cuando Peña Nieto era

governador del Estado de México. El candidato priísta respondió a las protestas con un discurso⁴ en el que declaró: “Tomé la decisión de emplear el uso de la fuerza pública para restablecer el orden y la paz [...] fue una acción determinada personalmente, que asumo personalmente, para restablecer el orden y la paz, en el legítimo derecho que tiene el estado mexicano, de hacer uso de la fuerza pública”.

El candidato tuvo que abandonar la Universidad rodeado por un cordón de seguridad ante los gritos de “fuera, fuera” o “la Ibero no te quiere”. El acontecimiento fue grabado por varios estudiantes y dichos vídeos fueron publicados casi inmediatamente en las redes sociales alcanzando gran difusión. Las posteriores declaraciones de políticos del PRI y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y la cobertura de los hechos por parte de los medios tradicionales de comunicación aumentó la indignación de los estudiantes. Estos fueron calificados de violentos, “acarreados” y “porreros” y se pretendió desvincularlos de la comunidad estudiantil negando incluso su adscripción a la universidad. Televisa, la cadena con mayor audiencia y a la que se acusa de apoyar al líder priísta, solo dio una versión de los hechos favorable al mismo. Un ejemplo del discurso mediático es el titular “Éxito de Peña en la Ibero, pese a intento orquestado de boicot” difundido por la Organización Editorial Mexicana, la compañía de medios impresos más grande de México⁵. La crónica del diario El Sol de México⁶ afirmaba que “estudiantes sin conocer la situación de San Salvador Atenco, ni los feminicidios en el Estado de México y con una actitud violenta en contra del candidato de la coalición Compromiso por México, Enrique Peña Nieto, intentaron boicotear su participación en un foro organizado por esta casa de estudios”.

Ante estas acusaciones 131 jóvenes publicaron un vídeo⁷ en Internet en dónde mostraban las credenciales que los acreditaban como estudiantes de dicha universidad. El vídeo muestra imágenes de la protesta con la voz de Arturo Escobar, del partido Verde aliado al PRI, afirmando: “Hay un grupo de no quiero decir jóvenes, ya estaban mayorcitos, calculo de 30 a 35 años para arriba, incitando. No pasaban de 20 personas. La información que se nos da al final es que grupos cercanos a Andrés Manuel López Obrador estuvieron promoviendo y organizando este tipo de actos”. Tras esta locución varios alumnos leen frente a la cámara un mensaje en el que dicen “estimados Joaquín Coldwell, Arturo Escobar, Emilio Gamboa, así como medios de comunicación de dudosa neutralidad, usamos nuestro derecho de réplica para desmentirlos. Somos estudiantes de la Ibero, no acarreados, no porros, y nadie nos entrenó para nada”. Tras la lectura del texto, los 131 alumnos dicen su nombre, su matrícula y, en algunos casos, la carrera y el semestre que estudian.

A raíz del vídeo la frase "131 Alumnos de la Ibero" se convirtió la tarde de ese lunes en el tema más comentado (*trending topic*) en México y en el mundo en la red social Twitter. Posteriormente surge la etiqueta (*hashtag*) #yosoy132 que expresa la solidaridad con los 131 protagonistas del vídeo y da nombre al movimiento. Seis horas después de su publicación, el vídeo había sido reproducido por 21.747 usuarios en YouTube y el *hashtag* #yosoy132 se mantuvo durante cinco días como primero en México y uno de los 10 primeros a nivel mundial. Los jóvenes crearon también la web www.yosoy132.mx y www.yosoy132media.org así como grupos en Facebook (www.facebook.com/yosoy132) y otros canales en Internet desde los que difundir y organizar el nuevo movimiento.

Ocho días después de la protesta en la Ibero, el 18 de mayo, los estudiantes convocan una marcha contra el sesgo informativo y por "su derecho humano a la información" cuyo grueso partió de la Universidad Iberoamericana hasta las oficinas de Televisa Santa Fe, mientras que desde el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) –centro educativo de enseñanza superior y también privado– realizaron una cadena humana hasta la sede San Ángel de la misma emisora. Al día siguiente se convoca a través de las redes sociales una marcha contra el candidato Peña Nieto ("marcha antiEPN") en varias ciudades del país reuniendo a unas 46.000 personas en el DF.

El 23 de mayo se lleva a cabo una nueva manifestación que finaliza en el monumento de la capital mexicana "Estela de la Luz"⁸ donde se celebra un mitin y se difunde un pliego de peticiones en torno a la democratización de los medios de comunicación. Posteriormente un grupo de manifestantes se trasladaría a las oficinas de Televisa Chapultepec donde sería entrevistado Peña Nieto, aunque el programa ya estaba grabado y se difundió según lo previsto.

También durante el partido de la selección mexicana de fútbol celebrado el 8 de junio, simpatizantes de #yosoy132 lanzaron consignas contra EPN y mostraron una camiseta gigante de la selección con la leyenda "MÉXICO #132", lo que derivó en enfrentamientos con seguidores del PRI que trataron de arrebatarles las pancartas de protesta. Como respuesta el colectivo hacktivista Anonymous atacaría luego una página priísta.

Una nueva marcha "antiEPN" recorrería el 10 de junio el paseo de la Reforma del DF congregando a unos 90.000 asistentes⁹. En su camino confluyó con otra que conmemoraba los sucesos de la matanza del Jueves de Corpus de 1971, conocida también por "el Halconazo", debido a que el movimiento estudiantil fue reprimido por un grupo paramilitar denominado Los Halcones. Tras esta

segunda marcha “antiEPN” los estudiantes se encaminaron hacia el Monumento a la Revolución y hacia el Zócalo de la Ciudad de México para ver el segundo debate de los candidatos presidenciales en las pantallas gigantes instaladas por los propios activistas. El 16 de junio, en el zócalo capitalino, se llevó a cabo el concierto organizado en apoyo al movimiento por parte del colectivo Músicos #yosoy132.

El 19 de junio se llevó a cabo un tercer debate, al margen de los dos anteriores organizados por las autoridades electorales Instituto Federal Electoral (IFE), que no fue transmitido en los canales de mayor audiencia (el canal 2 de Televisa y Azteca 13), entre los candidatos a la presidencia de la República Josefina Vázquez Mota, (PAN) Gabriel Quadri (Partido Nueva Alianza) y Andrés Manuel López Obrador (PRD). El candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, declinó por carta asistir al debate por considerarlo parcial en contra de su candidatura.

El 1 de julio, día de las elecciones, una nueva marcha en silencio e iluminada por velas y antorchas bajo el lema “en vela por la democracia” partió de la Plaza de las Tres Culturas, Tlatelolco –sitio que registró en octubre de 1968 la represión y matanza de estudiantes– por la avenida de Chapultepec hasta las instalaciones de Televisa, para finalizar en el Zócalo. Las movilizaciones continuaron tras el proceso electoral en protesta por los resultados y denunciando un supuesto fraude, pero tuvieron durante el periodo de campaña su periodo de mayor actividad pública.

El rechazo al candidato priista y la denuncia del papel de los medios caracterizan pues a un movimiento que marcará el final de la campaña electoral.

3. El contexto mediático y electoral mexicano

El contexto mediático mexicano, y la relación entre medios y política en torno a los procesos electorales, explicará la centralidad de la comunicación para el movimiento.

En cuanto al contexto mediático, el sistema televisivo mexicano se caracteriza por un duopolio entre los canales privados Televisa y TV Azteca, que dominan el 95% de las concesiones televisivas en el país. Este duopolio fue consagrado por la llamada “Ley Televisa”, nombre no oficial con el que se conoce a una serie de modificaciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT) y la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) de México. La controvertida ley fue aprobada en marzo

de 2006 y, en opinión de sus detractores, consagraba la desregulación del espectro digital en favor del Grupo Televisa y TV Azteca al concederles el uso, libre de todo cargo, de un bien público perteneciente al estado mexicano como es el espectro digital de frecuencia. Aunque fue posteriormente derogada y declarada inconstitucional, el caso mostró la capacidad de influencia de ambas emisoras sobre la legislación mexicana, que sigue permitiendo una amplia concentración de medios.

Precisamente a este duopolio televisivo se le acusa de alienarse con las élites económicas del país para apoyar al candidato del PRI. El propio fundador de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo se llegó a nombrar a sí mismo como “soldado del PRI”¹⁰. Televisa es la mayor compañía de comunicaciones en el mundo de habla española, controla el 70% de la audiencia en México y sus programas de noticias son la principal fuente de información para la población mexicana, con una televisión pública casi inexistente y una limitada influencia de la prensa escrita. Según sus detractores, Peña Nieto habría sido encumbrado desde hacía años, ocupando coberturas diarias en los informativos y en los programas del corazón gracias a una boda con Angélica Rivera, una de las más famosas protagonistas de telenovelas locales emitidas mayoritariamente por Televisa.

La polémica sobre el imperio mediático de Televisa había saltado a la actualidad a raíz de un artículo publicado por *The Guardian* y ampliamente difundido por las redes sociales en el que se acusaba a la cadena de haber vendido tanto al ex presidente Vicente Fox como a Peña Nieto una cobertura favorable en sus informativos y espacios de entrevistas y análisis desde 2005, usando esos mismos programas para desacreditar a la izquierda. Aunque esta información ya había circulado anteriormente en México, *The Guardian* aporta nuevas fuentes con la credibilidad que le da ser un medio internacional, progresista aunque desligado de intereses directos en la política mexicana. A la publicación del diario británico se sumó la revelación de cables de Wikileaks¹¹ donde la embajada estadounidense en México reconoce que “Peña Nieto está pagando por debajo de la mesa, coberturas informativas favorables”.

La estrecha relación entre la candidatura de Peña Nieto y Televisa, así como el supuesto papel de la empresa en contra del candidato del PRD López Obrador, había sido denunciada también por el periodista mexicano Jenaro Villamil¹² y por la documentación aportada por Laura Barranco, una periodista que trabajó en Televisa con Carlos Loret de Mola, el presentador del programa matutino de noticias del canal 2, el de mayor audiencia.¹³

Independientemente de la veracidad o no de las acusaciones, las sospechas sobre la promoción de Peña Nieto por parte de Televisa estaba extendida entre buena parte de la población antes del surgimiento del movimiento #yosoy132, que lo denunciará de forma explícita. Para el periodista y analista David Santacruz “#yosoy132 está moviendo más conciencias que el artículo *The Guardian*”.¹⁴

A las sospechas anteriores se suma la desconfianza en la limpieza del proceso electoral mexicano. Un 43% de la población mexicana creía que las elecciones serían “poco o nada limpias”, según el encuestador Jorge Buendía. También son un 43% de los encuestados los que dicen que tienen poca o nada de confianza en el organismo electoral, el IFE. En la memoria colectiva perduran las acusaciones de fraude en dos elecciones, que han sido fuertemente cuestionadas; en 1988 cuando el disidente del PRI, Cuauhtémoc Cárdenas, lideró la candidatura del Frente Democrático Nacional derrotada por el candidato priísta Carlos Salinas de Gortari. En 2006, el partido fundado por Cárdenas, el PRD, presentó al alcalde del DF, Andrés Manuel López Obrador que antes de la campaña lideraba las encuestas. Tras el intento de desafuero para apartarlo de la carrera presidencial, López Obrador perdió las elecciones frente al candidato del PAN, Felipe Calderón, por solo 243.934 votos, un 0,56% del total. Obrador no reconoció los resultados y denunció fraude logrando que el tribunal electoral estimara una parte de sus demandas de recuento.¹⁵ También entonces hubo protestas de sus seguidores contra la cadena Televisa, acusada de hacer campaña en su contra.

El fracaso del PAN, en particular en cuanto a la política de seguridad, volvería a postular a López Obrador como segundo candidato en la carrera presidencial, esta vez frente a Peña Nieto, provocando un intenso debate en torno al resurgir del PRI que tras 70 años en el poder volvía a tener opciones de gobierno.¹⁶

En las elecciones del 1 de julio de 2012, un total de 24 millones de jóvenes menores de 29 años formaban parte del censo electoral, lo que supone uno de cada cuatro electores. De ellos unos 14 millones nunca habían votado en unas elecciones presidenciales. El PRD contaba en el DF con un mayor respaldo, así como entre los jóvenes urbanos y universitarios protagonistas del movimiento, con el apoyo también de buena parte del mundo de la cultura.

Las encuestas mostraban al PRI como favorito, aunque el surgimiento de #yosoy132 parecía haber reducido la distancia sobre el PRD. Finalmente Peña Nieto lograría el triunfo electoral. Como

sucediera en 2006, López Obrador y sus seguidores denunciarían fraude electoral, especialmente la compra de votos y el rebase en los gastos de campaña en materia de publicidad por parte del PRI, así como el trato de favor de los principales medios de comunicación hacia el candidato priísta. A pesar de ello los tribunales mexicanos avalarían la victoria del Revolucionario Institucional.

Cabe destacar además la discusión que se ha generado por el supuesto uso de las encuestas como publicidad, debido a que el resultado final arrojó una diferencia menor a la pronosticada entre el candidato del PRI y el del PRD. De un total de 41 encuestas publicadas por diversos medios mexicanos entre noviembre de 2011 y junio de 2012 se extrae una media del 44,03% de voto al PRI frente al 25,93% del PRD¹⁷. Considerando solo las tres últimas encuestas realizadas antes de la elección, ya que la tendencia marca una leve reducción de la diferencia entre ambos candidatos conforme se acerca la cita electoral, el PRI obtiene una media del 45,3% de los votos frente al 28,13% del PRD.

Así la diferencia pronosticada por las encuestas arroja una ventaja del 18,1% en favor de Peña Nieto, un 17,17% si consideramos solo las tres últimas encuestas. No obstante el resultado final de la elección otorgó al PRI de Peña Nieto el 38,21% de los sufragios frente al 31,59% que obtuvo el PRD de López Obrador, es decir una diferencia de tan solo 6,62 puntos porcentuales. Por tanto la desviación entre el resultado pronosticado por las 41 encuestas señaladas y el del recuento definitivo de la elección fue de 11,48 puntos (de 10,55 sobre las tres últimas encuestas).

La influencia del movimiento #yosoy132 es una hipótesis plausible para explicar este desfase de más de 10 puntos porcentuales. No obstante debemos ser cautelosos a la hora de interpretar estos datos. Por un lado algunas voces denunciaron el uso persuasivo de las encuestas por parte de las empresas y medios de comunicación responsables de las mismas para postular como favorito al candidato priísta¹⁸. Sea o no cierta esta afirmación, es conocida la capacidad de la información recibida sobre la previsión de los resultados electorales para modular el comportamiento de los votantes. No obstante también se pueden producir efectos diversos, tanto el relajamiento de los partidarios de un candidato que se postula como claro ganador, de forma que pueden dar por hecho el resultado y acabar absteniéndose, como la movilización de los votantes que ante la previsión de una aplastante victoria de uno de los candidatos cambien su voto u opten por participar para frenar mayorías estables y tratar de crear contrapesos a un excesivo poder político del virtual vencedor¹⁹. Por último, la incidencia del movimiento #yosoy132 sería solo uno de los múltiples factores que podría haber influido en el resultado final de la elección.

En definitiva, los datos parecen indicar una influencia real del movimiento, algo que parece lógico dada su fuerza y su exposición pública durante la campaña, pero sería necesaria una investigación más detallada para ponderar la validez y el alcance de esta influencia.

4. El papel de Internet en la campaña electoral mexicana

Para completar el contexto mediático y electoral expuesto anteriormente es imprescindible atender a la importancia de los nuevos medios como Internet que irrumpen en la escena mediática tradicional y que han sido profusamente utilizados en las campañas electorales, incidiendo por tanto también en este contexto.

Aunque se suele destacar el uso de la candidatura de Barak Obama en las elecciones estadounidenses de 2010, lo cierto es que uno de los verdaderos pioneros fue el candidato en las primarias del Partido Demócrata de 2004 Howard Dean, quién aún perdiendo finalmente la elección obtuvo sorprendentes resultados mediante el uso intensivo de las nuevas tecnologías para recabar el apoyo de los votantes. Dean y otros marcaron el camino para la extensión del uso de las TIC en las campañas electorales, si bien el uso por parte de los movimientos sociales es mucho más rico y anterior al uso por parte de los candidatos y partidos políticos. No obstante la tendencia al uso electoral de Internet acabaría extendiéndose a otros países, incluido México.

Con una población de más de 113 millones de habitantes, solo unos 42 millones de Mexicanos serían usuarios de Internet en diciembre de 2011, según Internet World Stats²⁰ lo que representa al 36,9% de la población. Por su parte la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)²¹ cifra en 40,6 millones los internautas mexicanos al mes de diciembre 2011 . De ellos 6.049.400 se concentran en el Estado de México y 4.479.080 en el Distrito Federal. El 92% de los internautas acceden a redes sociales siendo las principales Facebook con un 90% de usuarios inscritos la principal red social en México, seguida de YouTube (60%), Twitter (55%) y Google+ (34%).

La batalla en las redes sociales estuvo presente durante toda la campaña. Un ejemplo de ello es la pugna entre la etiqueta #ConAMLOTiemblaElPeso lanzada contra el candidato del PRD y la respuesta de sus seguidores con la etiqueta #ConAMLOTiemblaEPN. Todos los candidatos hicieron uso de las redes sociales en campaña. Peña Nieto contaba con más de 930.000 seguidores en Twitter

y más de 3 millones en Facebook frente a en torno a 800.000 seguidores de López Obrador en Twitter y los más de 660.000 en Facebook.

Sin embargo existen diferencias entre el perfil de los seguidores de ambos candidatos, siendo los seguidores de López Obrador un grupo más disperso aunque numeroso, de forma que a pesar de tener un seguimiento menor en sus cuentas oficiales consigue una mayor repercusión favorable en las redes sociales como muestra que la etiqueta #HOYVotoPorAMLO fuera la más popular el día de las elecciones y que del mismo modo fueran mayoritarios los comentarios de apoyo a López Obrador y sobre todo las críticas al PRI y su candidato en las diversas etiquetas que sirvieron para seguir la campaña, como #elecciones2012 o #MiVoto2012

Ello concuerda con el perfil de los jóvenes protagonistas del movimiento #yosoy132, muy activos en las redes sociales y que, más que hacer campaña a favor de López Obrador la hicieron en contra de Peña Nieto. Concuerda también con algunos datos que indican la una mayor fuerza del PRD en entornos urbanos, especialmente en el Distrito Federal²², por lo que podemos inferir la existencia de un importante sector de jóvenes, urbanos, muchos de ellos universitarios o con estudios, lo que conlleva además un mayor nivel de acceso y uso de las TIC, que se identificarían con el movimiento #yosoy132 y muchos de los cuales apoyarían a López Obrador o al menos rechazarían al candidato Peña Nieto. Este sector, más que sus seguidores directos o los de su partido, explicaría el dominio de López Obrador en las redes sociales frente al resto de candidatos, lo que se refuerza por la tradicional desconfianza entre el candidato y los medios tradicionales.

Así lo constatan algunos observadores como el ex presidente del Instituto Federal Electoral José Woldenberg, (IFE) según el cual “los priistas han sido muy hábiles en la campaña en términos convencionales, pero las redes sociales son un terreno muy nuevo que no saben procesar y al que llegaron tarde. La izquierda está mucho mejor posicionada en ellas debido en parte a la desconfianza de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) hacia los medios tradicionales”. En la misma línea Eduardo Portas, fundador de la consultora Capital Social afirma que los seguidores de la izquierda “son un grupo más disgregado que los del PRI, sin estructura formal. Hay muchas opiniones espontáneas, sin orden, pero logran trasladar su mensaje. En Youtube y Twitter AMLO es muy defendido”. Obrador contaría así con un ejército de “paradigitales” como lo define el politólogo José Merino, frente al grupo más formal y organizado de apoyo a Peña Nieto coordinado en torno a la plataforma “ectivistas” 23.

El contraste entre las encuestas antes señaladas, en las que 39 de 41 daban la victoria al PRI y solo una al PRD y otra al PAN, y los sondeos y monitoreos realizados en su mayoría a través de Internet o en plazas públicas, que invierten claramente el resultado dando como ganador al PRD en 22 de las 24 muestras y al PAN en las otras dos, podría ser un nuevo indicio del mayor apoyo al PRD entre usuarios de Internet. Así la mayoría de éstos sondeos se realizaron a través de la web, así como en entornos urbanos, ya que las plazas públicas son la otra forma de obtención de datos utilizada en estas muestras.

No obstante, como se viene señalando en este texto, será el rol jugado por el movimiento #yosoy132 el que mostrará de forma más relevante el papel de Internet en la campaña, sirviendo de base para el surgimiento, la organización y la difusión de las protestas que, replicadas también en los medios tradicionales²⁴, centrarán buena parte del debate público y desborden la actividad virtual de los seguidores directos de los principales candidatos.

Internet constituirá para el movimiento no solo una herramienta fundamental para su actividad, sino también una parte importante de sus referencias programáticas, muy centradas en el debate sobre los medios y la comunicación en general.

5. La comunicación como eje central del movimiento

El contexto mediático señalado anteriormente hace de la democratización de los medios de comunicación, el derecho a la información y la libertad de expresión las principales reclamaciones del movimiento. Así lo recoge el pliego petitorio aprobado por el movimiento el 23 de mayo²⁵. El manifiesto propugna “un México más libre, más próspero y más justo” para paliar “la situación actual de miseria, desigualdad, pobreza y violencia” denunciando “que el sistema político y económico no responde a las demandas de todos los mexicanos”. Como respuesta los jóvenes afirman que:

“Una condición necesaria para corregir esta situación consiste en empoderar al ciudadano a través de la información, ya que ésta nos permite tomar mejores decisiones políticas, económicas y sociales. La información hace posible que los ciudadanos puedan exigir y criticar de manera fundamentada a su gobierno, a los actores políticos, a los empresarios y a la sociedad misma. Por eso, “Yo Soy 132” hace del derecho a la información y del derecho a la libertad de expresión sus

principales demandas.”

Posteriormente el movimiento se declara “ajeno a cualquier postura partidista” y afirma:

“Nuestros deseos y exigencias se centran en la defensa de la libertad de expresión y del derecho de información de los mexicanos. Nuestra preocupación se deriva del estado actual de la prensa nacional y los medios de comunicación, así como de su papel político en el contexto democrático. En esencia, nuestro movimiento busca la democratización de los medios de comunicación, con el fin de garantizar información transparente, plural e imparcial para fomentar una conciencia y pensamiento críticos.”

Entre las medidas concretas que demanda el movimiento se encuentra “la instauración de una competencia real en el mercado de medios de comunicación, en particular a lo referente al duopolio televisivo”, la publicación de un “código de ética” y el nombramiento de un “ombudsman” o defensor del espectador en todos los medios, incluir en la programación televisiva las producciones surgidas de las escuelas de Comunicación y previamente seleccionadas mediante concurso, garantizar la seguridad de las personas que se expresan libremente y en particular de los periodistas amenazados por la violencia o hacer de “el acceso a Internet un derecho constitucional efectivo”. Además incluye la “demanda inmediata” de la “transmisión en cadena nacional del debate de los candidatos a la Presidencia de la República”, una demanda que si bien no fue satisfecha fue paliada por la organización del debate organizado en Internet por el propio movimiento al que acudirían todos los candidatos excepto Peña Nieto, el 19 de junio.

Posteriormente en el “Programa de seis puntos para el cambio” presentado por el movimiento el 27 de julio26, la “Democratización y transformación de los medios de comunicación, información y difusión” vuelve a situarse como el primero de ellos.

La centralidad del tema de la comunicación para el movimiento queda reflejada también en algunos de los lemas utilizados en las distintas protestas. La famosa cita bíblica “La verdad nos hará libres” (Jn, 8:32), lema de la Universidad Iberoamericana, encabezó la web del movimiento yosoy132.mx. En general los lemas denuncian la manipulación informativa (“que los medios no se vendan”, “¡no somos uno, no somos cien, prensa vendida, cuéntenos bien!”), similar al lema español “y luego diréis que somos cinco o seis”); la promoción del candidato priísta (“Peña, la televisión es suya, las calles son nuestras”); la necesidad de un voto crítico e informado (“infórmate, vota y apaga la caja

idiota”, “estudiantes, informados, jamás manipulados”); o alusiones a las nuevas posibilidades informativas de las TIC (“Televisa: bienvenida a la era de la información”)²⁷.

Abundan las referencias a la denominada “democracia de telenovela” en alusión a Televisa y la imagen de galán de Peña Nieto, casado con una actriz del género, Angélica Rivera, “La Gaviota”, y caracterizado por su peinado, el llamado “copete”, que ha sido utilizado como símbolo tanto por sus partidarios como por sus detractores²⁸ (“Queremos escuelas, no telenovelas”, “Lucero, Gaviota: se acabó la caja idiota”).

El lema “yo sí leo, Televisa no veo” hace referencia a la polémica surgida a raíz de que el candidato del PRI no supiera mencionar al menos tres libros durante una conferencia de prensa en su visita a la Feria del Libro de Guadalajara. Preguntado por ello el fallecido escritor mexicano, Carlos Fuentes, criticó a Peña Nieto afirmando: “Este señor tiene derecho a no haberme leído, lo que no tiene derecho es a ser presidente gracias a la ignorancia”, una cita utilizada en las pancartas del movimiento que también coreó el lema “Si Fuentes viviera con nosotros estuviera”. En esta misma línea muchos lemas hacen referencia a la educación y a la cultura reflejando el protagonismo de los jóvenes universitarios como principales protagonistas del movimiento (“la vacuna contra la manipulación es la educación”).

Todo lo anterior, tanto los manifiestos, las reivindicaciones, los lemas, símbolos y las propias acciones colectivas realizadas (protestas ante sedes televisivas, organización de un debate paralelo, etc.) muestran el carácter central de la comunicación y de la cultura en el movimiento. Un movimiento que en general denuncia la manipulación informativa y promueve el acceso a los medios y su democratización, así como la protección de la libertad de expresión y la promoción de la cultura. Una democratización comunicativa que haga posible el debate entre ciudadanos informados que puedan reflexionar críticamente sobre los problemas del país. En definitiva, la reclamación de una democracia deliberativa constituye el eje central de las reivindicaciones y se enmarca en una reivindicación general de mejora democrática.

6. Comparación del movimiento #yosoy132 con el 15-M español

Como señala un testimonio recogido por Periodismo Humano, el movimiento #yosoy132:

“No responde a un llamado de un partido, o un sindicato, marca un cambio que es un

reflejo de otros cambios en el mundo, como en África, en España... Se convocaron manifestaciones por otros medios que no son oficiales y eso significa que ya no necesitamos a Televisa o Tv Azteca. Es importante venir aquí sin importar a quién apoyes para denunciar que no te puedes creer lo que construyen los medios oficiales”
29.

Dicho testimonio refleja tanto el contagio de movimientos precedentes (“como en África, en España...”) como el protagonismo compartido de las TIC (“se convocaron manifestaciones por otros medios”, “ya no necesitamos a Televisa o Tv Azteca”), la independencia de organizaciones clásicas de acción política (“no responde a un llamado de un partido, o un sindicato”) o la reivindicación central de democratización de los medios y la sociedad (“para denunciar que no te puedes creer lo que construyen los medios oficiales”). Por todo ello podemos reafirmar los paralelismos existentes entre experiencias anteriores como el 15-M y el movimiento mexicano #yosoy132.

En primer lugar, la cercanía de las elecciones presidenciales mexicanas asimila esta protesta al ejemplo español tras los atentados del 11-M, especialmente los hechos del 13 de marzo, que incidieron decisivamente en el vuelco electoral que se produjo en las elecciones generales del 14 de marzo de 2004. Y, sobre todo, al movimiento 15-M que se desarrolló en 2011 y cuyo punto álgido podemos situar en las elecciones municipales (y autonómicas en algunas regiones) del 22 de Mayo. En el caso anterior los atentados del 11-M fueron un hecho no previsto de antemano, sin embargo en el 15-M podemos destacar el aprovechamiento de las elecciones como “oportunidad política”³⁰ que amplificará la difusión de la protesta y la posibilidad de incidencia efectiva y a corto plazo del movimiento en la configuración del poder político, independientemente del resultado realmente obtenido.

En el 15-M distintas iniciativas pretenden concretar la campaña iniciada por #nolesvotes, encaminada al principio a castigar a los partidos que apoyaron la llamada “ley Sinde” contra la compartición de archivos en Internet, primero PSOE y PP y luego los nacionalistas catalanes de CIU, aunque la idea irá politizándose para incluir el rechazo a otros partidos como los nacionalistas vascos del PNV, sostén habitual junto con CIU del bipartidismo reinante, o a los que amparen casos de corrupción. Propuestas como “Op20N” (operación 20N) del colectivo Anonymous proponen votar nulo o a partidos minoritarios, señalando lo que entendían por inutilidad del voto en blanco o la abstención, la llamada “Aritmética 15M” plantea votar al partido minoritario con más posibilidades de conseguir representación y Democracia Real Ya lanzó su propia propuesta,

“Doriyakitú”, esta vez más encaminada a velar por la transparencia del proceso electoral que a fijar una estrategia concreta aunque el objetivo fuera de hecho garantizar la posibilidad de voto a partidos minoritarios³¹.

Por su parte #yosoy132 se centrará en el llamamiento a no votar al PRI, aunque esta postura generará algunos disensos por parte del movimiento que preferirá no concretar ni el apoyo ni el rechazo a ningún candidato. Algunos sectores optarán a su vez por expresar su apoyo al PRD aunque esta actitud será ampliamente rechazada. La intervención de Paco Ignacio Taibo II en la marcha del 23 de mayo y la respuesta del público refleja las tensiones para mantener la independencia del movimiento. En un momento de su intervención el escritor afirmó “Pero qué es esta cosa que dicen somos neutrales. A mí me suena muy extraño. ¿Hay alguien aquí que de veras piense votar por Peña Nieto?” a lo que mientras que un sector de los presentes respondió con un rotundo “no” de cientos de voces, otro sector respondió al grito de “apartidista, apartidista” demandando que cesara ese mensaje y llamando incluso a que abandonara la tribuna³².

La vigilancia de la limpieza del proceso electoral será otra de las acciones principales de #yosoy132 en línea con la citada campaña de DRY en el movimiento quincemayista (Doriyakitú). Ambos movimientos tratarán por tanto de influir en el proceso electoral tanto con estrategias de apoyo o rechazo a opciones políticas como, sobre todo, llamando al debate y a la reflexión de una ciudadanía informada y denunciando las carencias de los medios de comunicación dominantes como espacio para llevar a cabo esta tarea.

En segundo lugar es destacable el papel jugado por los medios de comunicación tradicionales convertidos directa o indirectamente en uno de los objetos de crítica de las protestas, así como la competencia entre las agendas y encuadres predominantes en el sistema tradicional de medios (prensa, radio, televisión) y el incipiente papel de los nuevos medios (telefonía móvil, internet). Desde la experiencia del movimiento global en Seattle, cuyo máximo exponente mediático sería la red Indymedia, el uso de las TIC por parte de los activistas ha ido parejo a una crítica a la cobertura (por deformación u omisión) de las protestas por parte del sistema tradicional de medios de comunicación. “No odies los medios, sé tú el medio” era el lema de Indymedia, creada con la intención de “romper el cerco mediático”³³. La misma situación se produjo tras el golpe de estado en Venezuela, apoyado directamente por los principales medios de comunicación privados y contrarrestado gracias al uso de Internet y la telefonía móvil.³⁴ Un suceso que Ignacio Ramonet³⁵ calificó del primer “golpe de estado mediático” y que en la misma línea es descrito en el

documental “la revolución no será televisada” rodado por el grupo de televisión irlandés Radio Telefís Éireann.³⁶ Similar situación de bloqueo mediático se produjo tras los atentados del 11 de Marzo en Madrid cuando se impuso la “mentira prudente”³⁷ y una lucha directa entre el encuadre oficial y mediático tradicional, que atribuía a ETA el atentado, y el encuadre alternativo, defendido en Internet y medios internacionales y sólo tímidamente por algún medio español, que denunciaba la manipulación del gobierno y la tesis posteriormente demostrada de la autoría islamista.

Si bien la cuestión de los medios es mucho más relevante en el movimiento #yosoy132, podemos encontrar importantes similitudes con el 15-M. Entre las reivindicaciones quincemayistas encontramos también medidas relacionadas con el concepto de democracia deliberativa, garantizando el acceso a los medios de comunicación, la libertad de expresión o la protección del periodismo de investigación. Así en los ocho puntos del manifiesto de la plataforma convocante Democracia Real Ya³⁸ y otras tablas reivindicativas encontramos el rechazo explícito a la ley Síndic y al control de Internet. Democracia Real Ya incluye también la “protección de la libertad de información y del periodismo de investigación” que parece inspirada en el caso de Wikileaks y las medidas propuestas en Islandia. En las demandas de la acampada de Barcelona³⁹ encontramos además la “eliminación de las trabas legales que impiden ejercer el derecho de emisión de los medios comunitarios libres y sin ánimo de lucro”, que responde a la tradición de medios comunitarios en Cataluña, así como la “eliminación de los monopolios de facto de los espacios radioeléctricos”. Podemos incluir también en este apartado la iniciativa Periodismo Real Ya, en la que profesionales de la comunicación plantean reivindicaciones relacionadas con la profesión y el derecho ciudadano a la información. Medidas de transparencia en la información pública, como los sueldos de los cargos electos y otras similares, también podrían encuadrarse en este conjunto de iniciativas encaminadas a favorecer un modelo de democracia deliberativa en el que la ciudadanía pueda participar en los debates públicos con libertad y acceso a los medios y la información necesaria para ello.

También la denuncia a la labor de los medios masivos está presente en el 15-M desde el inicio. De forma similar al movimiento mexicano, la cobertura de la primera protesta, en el caso español la manifestación del 15 de Mayo y en el mexicano la protesta en la Iberoamericana, es denunciada en las redes sociales como tergiversada y escasa.

El 15-M se consolida con la ocupación de la plaza del Sol de Madrid y la difusión del movimiento en las redes sociales como reacción a la más que tímida repercusión mediática de las

manifestaciones del 15 de mayo⁴⁰. La cobertura de la emisora pública TVE –que relegó las masivas manifestaciones a la última noticia de contenido político del Telediario– y otros medios fue pronto denunciada en las redes sociales como Twitter, donde se difunden etiquetas como #noesnoticia, #silenciomediatico o #periodismorealya. Sitios como meneame.net recogen comentarios como “está pasando y no lo están contando”⁴¹ o “en TVE siguen sin enterarse de que ha habido movilizaciones por todo el estado”⁴². Además de sitios de Internet, los propios espacios de participación ciudadana en los medios convencionales son multiplicados en la Red, como el caso de “Cristina, la oyente que exigió a RNE respeto para los manifestantes del 15-M”⁴³, una de las noticias más votadas en meneame.net con 4.925 meneos y 18.537 visitas en el portal, a lo que habría que sumar las 605.787, 122.802 y 9.509 reproducciones solo en tres de los archivos subidos a YouTube. Cristina que empieza su intervención con la pregunta “¿estoy hablando con la radio pública?” critica duramente el tratamiento hacia el movimiento en la tertulia radiofónica.

De forma similar, el movimiento #yosoy132 denuncia de forma muy explícita el sesgo informativo en el tratamiento mediático de la primera protesta en la Universidad Iberoamericana, el 11 de mayo de 2012, convocando una manifestación el 18 de mayo por “el derecho humano a la información” que se dirigió directamente hasta la sede de la cadena Televisa. La democratización de los medios será así una de las principales reivindicaciones del movimiento mexicano.

Para ambos movimientos la información es clave para la concienciación ciudadana sobre los asuntos públicos y en particular para el ejercicio del voto. Tanto el 15-M como #yosoy132 se declaran apartidistas, aunque eso no impide que manifiesten una crítica a los partidos dominantes, el PP y el PSOE en España o el PRI en el caso mexicano. No obstante, tanto uno como otro tratan de mantener su independencia respecto a otras opciones políticas evitando el apoyo público a cualquiera de ellas, algo que en el caso mexicano será más difícil de mantener debido a la existencia de una alternativa real y afín al movimiento como el PRD de López Obrador.

7. Conclusiones

El uso de las TIC será determinante tanto en el 15-M como en el movimiento #yosoy132, que toma fuerza a partir de la difusión en las redes sociales del vídeo en el que 131 estudiantes se identifican como los verdaderos protagonistas de la primera protesta en la Universidad Iberoamericana, contradiciendo las falsedades y manipulaciones difundidas anteriormente por políticos y periodistas.

Otro rasgo a destacar es el protagonismo de los jóvenes en muchas de las protestas señaladas, ligadas al uso de las nuevas tecnologías. Movimientos como el 15-M o #yosoy132 se caracterizan por una composición mayoritariamente juvenil, de sujetos desclasados⁴⁴ que no se identifican en términos clásicos y que rechazan su afiliación a partidos y organizaciones políticas tradicionales ante las que manifiestan profundas reservas. Jóvenes que podemos denominar “nativos digitales”⁴⁵ con un amplio conocimiento y una fuerte incorporación de las TIC en su vida cotidiana.

Postulamos que estos movimientos materializan un conflicto tanto intergeneracional como intermediático.

Intergeneracional porque evidencia la fractura entre, por una parte, la cultura política hegemónica (la cultura de la transición en el caso español⁴⁶ y la de la revolución institucionalizada en el mexicano), unas instituciones y organizaciones políticas anquilosadas (el “PPSOE” español, los 70 años de poder priísta) e incluso organizaciones tradicionales de protesta como ONG o sindicatos y, por otra parte, una nueva generación que rechaza tanto los valores como las formas organizativas clásicas, abrazando nuevos referentes como el asamblearismo y culturas políticas que promueven el hacer local y descentralizado (tradiciones libertarias y anarquistas, nacionalismos periféricos, localismos como referencia de la acción de protesta en España, indigenismo o neozapatismo en México).

Intermediático porque la estructura jerárquica, la difusión unidireccional y la recepción pasiva de los medios de masas tradicionales se identifica con un sistema político igualmente vertical, autoritario y meramente delegativo, tanto en las instituciones estatales como en las organizaciones políticas o sindicales, mientras que el modelo horizontal, interactivo y abierto de Internet se identifica con las formas de organización horizontales, participativas e informales de los nuevos movimientos y los nuevos medios sirven a los activistas para convocar, organizar y difundir su protesta, contrarrestando el poder de los medios tradicionales para determinar la agenda pública y la percepción de los acontecimientos.⁴⁷

Podemos, atendiendo a esta doble fractura generacional y mediática, definir a los protagonistas de estos nuevos movimientos como “joveNets” cuya cultura política, valores y formas de organización y de intervención política se desmarca de la cultura hegemónica en la que intervienen, preconfigurando quizás la nueva sociedad que se abre paso en la era de la información.

Ambos movimientos expresan una aspiración democrática. Mientras que la web del movimiento #yosoy132 mostrará en su cabecera el texto “por una democracia autentica”, la plataforma convocante del 15-M español se nombrará con el eslogan “Democracia real ya”. En su base, sendos movimientos manifiestan una reivindicación común de “democracia radical”⁴⁸ frente a la desafección por una democracia autoritaria y formalista que no satisface los deseos y necesidades de buena parte de la población. Una nueva democracia que para ser “real”, “auténtica”, requiere de una ciudadanía bien informada a través de un sistema de comunicación abierto, plural y participativo que de cabida a todas las voces.

Internet será un medio para expresar estas demandas, pero también un modelo de inspiración para la sociedad que se quiere construir. Una sociedad libre, abierta, horizontal y participativa como la Red.

Pese al resultado final de las elecciones y el relativo fracaso en uno de los objetivos inmediatos de ambos movimientos⁴⁹, la creciente expansión de la Red y su mayor implantación entre la juventud apunta a un futuro en el que la tecnopolítica de los “joveNets” activistas de movimientos como el 15-M y #yosoy132 puede deparar cambios (aún más) profundos. Pese al resto de brechas digitales (de renta, de educación, de género) todo apunta a un futuro en el que casi la totalidad (en países ricos como España) o una gran parte (en países emergentes como México) de la población sean “nativos digitales” que se informen e informen a través de la Red. Por ello, quizás el movimiento #yosoy132 solo sea un aviso para una cultura política hegemónica que forzosamente se verá afectada por las profundas transformaciones del sistema mediático. El mensaje del movimiento puede pues resumirse en uno de los lemas utilizados: “Televisa: bienvenida a era de la información”.

Notas y Referencias

¹ José Candón Mena - ozecai@riseup.net Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster en Comunicación Política y Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Premio Extraordinario de Doctorado en el curso 2010-2011 con la Tesis “Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información” (<http://eprints.ucm.es/12085>). Participante en varios proyectos de comunicación alternativa y promoción del uso de las TIC en organizaciones sociales. Co-fundador de Indymedia Estrecho y de Hack-Ándalus y miembro del equipo de desarrollo de la red social Lorea/N-1. Premio de investigación social de la editorial Atrapasueños por su texto sobre el movimiento 15-M en Internet. Investigador asociado del grupo Compolíticas de la Universidad de Sevilla.

² En realidad Peña Nieto representará a la coalición Compromiso por México formada por el PRI y el PVEM y López

Obrador sería el candidato de la coalición Movimiento Progresista en la que además del PRD estarían el PT, y el MC. No obstante en este texto se citarán como candidatos del PRI y el PRD por simplificar.

3 La represión de las protestas dejó como resultado dos manifestantes muertos, la detención de 207 personas - entre ellas 10 menores de edad-, 146 detenciones arbitrarias, la expulsión de cinco extranjeros y quejas contra elementos policiacos por presuntas vejaciones y violaciones sexuales a 26 mujeres. Ver [http://es.wikipedia.org/wiki/Disturbios de Atenco de 2006](http://es.wikipedia.org/wiki/Disturbios_de_Atenco_de_2006)

4 <http://www.youtube.com/watch?v=DSEmgX296Qo>

5 La compañía es dueña de una agencia de noticias, 70 periódicos, entre los que se incluyen El Sol de México, ESTO y La Prensa, 24 estaciones de radio, un canal de televisión y 44 sitios de internet.

6 (<http://www.oem.com.mx/oem/notas/n2538119.htm> 11 de mayo de 2012, Consultado el 2 de junio de 2012)

7 <http://www.youtube.com/watch?v=P7XbocXsFkI>

8 El monumento Estela de Luz, ha sido fuertemente criticado por la corrupción que imperó en su construcción al existir una diferencia de 700 millones de pesos entre el proyecto original y el erogado; además de 15 meses de retraso.

9 <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/06/10/miles-de-ciudadanos-se-manifiestan-en-la-segunda-marcha-anti-pena-nieto>

10 <http://www.jornada.unam.mx/2002/10/13/004a1pol.php>

11 <http://www.guardian.co.uk/world/2012/jun/11/wikileaks-us-concerns-televisa-pena-nieto>

<http://www.cablegatesearch.net/cable.php?id=09MEXICO212>

12 <http://jenarovillamil.wordpress.com/>

13 <http://es.scribd.com/doc/96431912/Chat-entre-Laura-Barranco-y-Carlos-Loret-de-Mola-1-Noticias>

14 <http://periodismohumano.com/sociedad/yosoy132-los-jovenes-que-quieren-sanear-la-democracia-mexicana.html>

15 http://es.wikipedia.org/wiki/Fraude:_M%C3%A9xico_2006

16 El escritor Vargas Llosa calificaría los 70 años de gobierno priísta como "la dictadura perfecta" y el historiador Enrique Krauze usaría el término "dictablanda". Ver <http://es.wikipedia.org/wiki/Dictablanda> y http://elpais.com/diario/1990/09/01/cultura/652140001_850215.html

17 Los datos han sido extraídos del resumen del artículo de Wikipedia dedicado a la elección donde pueden consultarse las referencias. Para la encuesta realizada por Berumen y asociados / OUE en Junio de 2012, al presentarse los datos por intervalo, se ha escogido la cifra menor para ambos candidatos a la hora de hacer la media. http://es.wikipedia.org/wiki/Elecciones_federales_en_M%C3%A9xico_de_2012#Encuestas_electorales_por_candidatos

18 <http://www.telesurtv.net/articulos/2012/06/27/afirman-que-verdaderos-resultados-electorales-desmentiran-a-encuestadoras-de-mexico-6292.html>

19 BOUZA, Fermín (1998) "Comunicación política: Encuestas, Agendas y Procesos Cognitivos Electorales". En Praxis Sociológica, N° 3.

20 <http://www.internetworldstats.com>

21 <http://www.amipci.org.mx/>

22 Un estudio de la consultora Mente Digital sobre el uso de Twitter en México del año 2011 cifra en un 60% el porcentaje de cuentas en el DF, seguido del 17% en Monterrey y el 10% en Guadalajara. <http://mentedigital.com/site/?p=14>

23 Creado en diciembre de 2009, e-ctivismo se define como "una red nacional de jóvenes voluntarios comprometidos con México" que brinda "apoyo incondicional" al aspirante priísta a través de las redes sociales o actividades altruistas. Por su parte el PAN disponía de una plataforma similar llamada e-pan con unos 11.500 participantes en el programa Josefinapuntos, que premia a los usuarios con reuniones con la candidata.

24 La propia Televisa se hará eco de las protestas, por ejemplo dando la palabra al movimiento en al menos dos ocasiones y durante unos 30 minutos cada una en el noticiario de Loret de Mola.

25 <http://www.animalpolitico.com/2012/05/declaratoria-y-pliego-petitorio-de-yo-soy-132/>

26 <http://enah132.wordpress.com/2012/07/09/programa-de-lucha-no-accion-yo-soy-132/>

<http://www.jornada.unam.mx/2012/07/28/politica/005n1pol>

27 <http://www.jornada.unam.mx/2012/05/24/politica/019n1pol>

28 <http://ectivismo.com/copetizate/>

<http://www.adnpolitico.com/2012/2012/04/05/jovenes-priistas-invitan-a-ponerse-el-copete-de-pena>

<http://periodismohumano.com/sociedad/libertad-y-justicia/yosoy132-la-primavera-preelectoral-mexicana.html>

29 <http://periodismohumano.com/sociedad/libertad-y-justicia/yosoy132-la-primavera-preelectoral-mexicana.html>

30 TARROW, Sidney. (1997). El poder en Movimiento. Madrid, Alianza.

31 <http://democraciarealya-sevilla.blogspot.com/2011/11/doriyakitu-comparte-y-difunde.html>

32 <http://www.jornada.unam.mx/2012/05/24/politica/019n1pol>

33 <http://www.indymedia.org/es/>

-
- 34 GONZALO, Morelis. (2004). Ciberpolítica en acción o cómo los venezolanos nos apropiamos socialmente de la red. *Razón y Palabra*, n° 38.
- 35 RAMONET, Ignacio (2002). *Propagandas silenciosas. Masas, cine, televisión*. Caracas, Valquima.
- 36 http://es.wikipedia.org/wiki/La_revoluci%C3%B3n_no_ser%C3%A1_transmitida
- 37 SAMPEDRO BLANCO, Víctor Fco. (2005). *13-M Multitudes On-line*. Madrid, Los Libros de la Catarata.
- 38 <http://www.democraciarealya.es/documento-transversal>
- 39 <http://acampadabcn.wordpress.com/demandes>
- 40 CANDÓN MENA, José (2011) “La batalla de la agenda: De las redes sociales a la agenda mediática, política y electoral”, en *Actas del V Congreso Periodismo en Red*, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo II, celebrado del 15 al 16 de noviembre de 2011. (de próxima publicación).
- 41 <http://www.meneame.net/story/madrid-barcelona-ya-han-tomado-calle/00019>
- 42 <http://www.meneame.net/story/represion-brutal-policia-manifestacion-15-mayo-madrid/1#c-29>
- 43 <http://www.meneame.net/story/cristina-oyente-exigio-rne-respeto-manifestantes-15m>
- 44 En el caso del 15-M, protagonizado por clases medias y jóvenes precarizados, no se invocará el lenguaje del movimiento obrero mientras que #yosoy132 surgirá, paradójicamente, de universidades elitistas y tampoco se identificará en términos de clases sociales sino en un concepto más amplio de ciudadanía.
- 45 9 (5): 1-6.
- 46 GUILLEM MARTÍNEZ (ed.) (2012). *CT o la cultura de la transición: Crítica a 35 años de cultura española*. Barcelona, De Bolsillo.
- 47 CANDÓN MENA, José (2011) *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*. Tesis Doctoral. Facultad de CC. de la Información, Universidad Complutense de Madrid. (<http://eprints.ucm.es/12085>).
- 48 CALLE COLLADO, Ángel (2011). *Democracia Radical*. Barcelona: Icaria.
- 49 A pesar de cierto interés de algunos sectores de ambos movimientos por influir en las elecciones, sería simplista reducir el objetivo de estos movimientos a la configuración electoral, pues manifiestan una crítica mucho más incisiva. Su influencia inmediata en los resultados electorales es irrelevante en comparación con su influencia en la cultura política que, aunque difícil de medir, es mucho más profunda.