



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

CURSO 2013-2014

**MOVIMIENTOS SOCIALES:
ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS Y
COBERTURA MEDIÁTICA**

***MOVIMIENTO 15-M Y MOVIMIENTO ESCUELA
PÚBLICA LAICA Y GRATUITA***

Autora Lucía García Carretero

Tutora Dra. Eva Campos Domínguez

Primera convocatoria

Agradecimientos

A Eva Campos porque sus consejos, paciencia y dedicación me han motivado a mejorar y me han enseñado a disfrutar de cada frase de este Trabajo Fin de Grado.

A Dafne Calvo y María Díez, por su constancia y colaboración, siempre dispuestas a ayudar, a compartir dudas y aciertos.

A Laura Fraile, Mar Domínguez, Jorge Castrillón, Conchi Ayala y Guillermo Martín, por la amabilidad en sus respuestas.

A mi familia, por su capacidad para entender que, pese a todo, el periodismo es el mejor oficio del mundo.

**“Todos vosotros sois una *génération perdue*.
Pensé que todas las generaciones se pierden por algo
y siempre se han perdido y siempre se perderán”
Ernest Hemingway, 1964**

MOVIMIENTOS SOCIALES: ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS Y COBERTURA MEDIÁTICA

MOVIMIENTO 15-M Y MOVIMIENTO ESCUELA PÚBLICA LAICA Y GRATUITA

Resumen

Desde finales del siglo XX, Internet y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han propiciado un nuevo escenario en el que tanto los medios como los ciudadanos tratan de explorar nuevas formas de comunicación y de adaptar las ya existentes al nuevo contexto. En este escenario cambiante, los movimientos sociales surgidos a comienzos del siglo XXI se han visto retados a superar las limitaciones comunicativas y a conjugarlas con nuevas pautas en la Red con el fin de recuperar la visibilidad y acceder a la esfera mediática.

Este Trabajo Fin de Grado busca conocer, por un lado, cómo es la comunicación externa que dos movimientos sociales (15-M y Escuela Pública Laica y Gratuita) llevan a cabo en Internet y, por otro, cuál es la información que sobre ellos publican dos medios de comunicación digitales (*elnoretdecastilla.es*, también con versión en papel y *ultimocero.com*, nativo digital), en un escenario local (Valladolid).

Las conclusiones revelan que existe una diferencia en la cobertura mediática de los movimientos según el cibermedio analizado, y que los movimientos sociales no explotan las posibilidades de Internet en su comunicación externa.

Palabras clave

Ciberperiodismo, cobertura mediática, movimientos sociales, estrategias comunicativas, Internet, redes sociales.

Índice

1. Introducción	Pág. 5
1.1 Justificación del trabajo	Pág. 5
1.2 Marco teórico	Pág. 8
1.2.1 Los movimientos sociales: origen, concepto y características	Pág. 8
1.2.2 Ciberperiodismo: Internet como espacio y medio de comunicación	Pág. 12
1.2.3 Cobertura y comunicación de los movimientos sociales.....	Pág. 15
1.3 Metodología	Pág. 18
1.3.1 Planteamiento del trabajo de campo	Pág. 18
1.3.2 Objetivos	Pág. 21
1.3.3 Hipótesis y preguntas de investigación	Pág. 22
1.3.4 Método de análisis del trabajo de campo	Pág. 23
2. Contexto	Pág. 26
2.1 Introducción	Pág. 26
2.2 Cobertura mediática	Pág. 26
2.3 Comunicación externa. Páginas web y <i>Twitter</i>	Pág. 30
3. Conclusiones	Pág. 32
4. Bibliografía	Pág. 36

Anexos

Anexo 1: Manual de codificación

Anexo 2: Fichas de codificación

Anexo 3: Transcripción de las entrevistas

1. Introducción

Los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de formación académica en el Grado en Periodismo de la Universidad de Valladolid en asignaturas como *Periodismo Participativo en Red*, *Ciberperiodismo*, *Metodologías de Investigación en Comunicación*, *Teorías de la Comunicación y de la Información* y, entre otras, *Comunicación Organizacional* han asentado las bases para el desarrollo de este trabajo y han motivado su orientación hacia el estudio de las estrategias comunicativas de los movimientos sociales y su cobertura mediática.

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) es el resultado del interés personal de la autora por la comunicación digital: las nuevas rutinas y procesos de producción periodística, el papel de los cibermedios en la esfera mediática, así como los canales de participación que la Red ofrece tanto para periodistas como para los ciudadanos. En concreto, el trabajo referido se centra en el estudio de las estrategias comunicativas del Movimiento 15-M y Escuela Pública Laica y Gratuita de Valladolid, que son analizados como emisores y como fuentes informativas en el proceso comunicativo en Red.

La influencia o alteración que ha producido Internet en las estrategias comunicativas y en la cobertura mediática se encuentran en plena evolución y desarrollo, por lo que interesa en este TFG conocer cuáles son las dinámicas informativas de ambos movimientos sociales en el escenario comunicativo actual.

1.1 Justificación del trabajo

A finales del siglo XX los investigadores comenzaron a explorar las posibilidades de la comunicación digital. Así, por ejemplo, en 1996, Morris y Ogan advirtieron sobre el potencial que Internet ofrecía como medio de comunicación de masas y proponían un modelo de comunicación de uno a uno (*one to one*), de uno a muchos (*one to many*) y de muchos a muchos (*many to many*). Pocos años después, Castells (2003) explicaba que el proceso comunicativo se estaba concentrando en torno a la autocomunicación de masas que él definía como la comunicación interactiva que procesa mensajes de muchos para muchos y donde los emisores/receptores conforman la “audiencia creativa” que gestiona los mensajes y canales comunicativos. A partir de entonces, los autores han señalado que el *feedback* entre esta audiencia creativa y los periodistas o medios de comunicación superaría algunas de las limitaciones de la comunicación tradicional, donde la posibilidad de retorno o *feedback* del receptor parecía más reducida. La participación de los públicos, que se gestionaba mediante las

cartas al director, zapping, llamadas a programas, buzones de sugerencias o, entre otras, mediante encuestas parece haberse transformado en nuevas formas de interacción no solo entre el emisor y el receptor, sino también entre varios receptores, donde los periodistas podrían actuar como moderadores y catalizadores. Con la llegada de la web 2.0¹ la comunicación entre emisores y receptores es más visible mediante comentarios en las piezas periodísticas, encuestas a los cibernautas sobre temas de actualidad, charlas y entrevistas en las que las preguntas son formuladas por los usuarios –ya sea de manera sincrónica o asincrónica–, entre otras formas. También, algunos cibermedios incluyen foros en los que los lectores pueden expresar opiniones y han incorporado direcciones de correo genéricas a través de las cuales los lectores contactan con la redacción o con el periodista (Salaverría y Cores, 2005).

Internet, como espacio o medio de comunicación,² reduce los costes de participación, promueve la identidad colectiva y crea comunidad (Garret, 2006).³ Para autores como Castells (2012) la “sociedad red”, como resultado de las redes de comunicación en Internet, se encuentra conectada con la red financiera, la red política y la red de los medios de comunicación, lo que facilita el proceso de construcción de significados comunes. Este nuevo medio (Internet) multiplica los puntos de producción y consumo de información, una nueva estructura que da soporte a la comunicación humana y permite la comunicación de la sociedad global con mayor rapidez y alcance que los medios de comunicación de masas. Autores como García de Torres y Pou Américo (2003), Díaz Noci y Salaverría (2003) y Castells (2003) afirman que Internet, desde el punto de vista comunicativo, es un canal en el que se desarrollan distintas herramientas para la comunicación, que abarca todo tipo de comunicación mediada y que, según estos autores, es capaz de sustituir los canales de comunicación interpersonales.

Según lo anterior, cabe la posibilidad de que redes sociales en Internet, como *N-1.cc*,⁴ *Tuenti*, *Tumblr*, *Flickr* o canales en la plataforma *YouTube*, además de *Facebook* o *Twitter*, contribuyan

¹Web 2.0: término acuñado por Tim O’Reilly y MediaLive Internacional que hace referencia a una nueva generación de páginas web que se caracterizan por aprovechar la inteligencia colectiva, modelos de programación ligeros, software no limitado a un único dispositivo y que suponen el fin del ciclo de las actualizaciones de software. Disponible en <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (Consulta: 12/05/2014).

²Como se señala al inicio de este trabajo, autores como Morris y Ogan (1996) entienden Internet como medio de comunicación.

³Traducción propia de: “The literature describes three mechanisms that potentially link technology and participation: reduction of participation costs, promotion of collective identity, and creation of community” (Garret, 2006:5).

⁴N-1.cc: dispositivo tecnopolítico sin ánimo de lucro que pretende ampliar nuestras posibilidades de crear y difundir contenidos usando herramientas libres, desarrolladas y autogestionadas desde una ética horizontal y antagonista para la base y desde la base. Disponible en <https://n-1.cc/about> (Consulta: 07/04/2014).

a la organización y desarrollo de los movimientos sociales. En este sentido, para León, Burch y Tamayo (2005) Internet interconecta diferentes redes de ordenadores –y dispositivos móviles– de todo el mundo y facilita la interrelación de muchos a muchos que permite establecer niveles de coordinación y aglutinaciones por encima de la distancia geográfica.

La comunicación interna mediada por Internet, como afirma Dalton (2006),⁵ permite la retroalimentación interpersonal, la aceptación de los compañeros, el refuerzo de las normas del grupo y la construcción de identidades –tanto personales como colectivas–; es decir, los antecedentes clave del comportamiento de protesta. Durante la *Ocupación de Wall Street*⁶ los espacios invadidos fueron nodos de redes de comunicación tanto dentro como fuera de la ocupación (Castells, 2012).

Es importante señalar, también, que en este contexto España se encuentra en crisis económica desde 2007,⁷ lo que ha propiciado la crisis política y la desafección ciudadana⁸ hacia los representantes políticos. Para Castells (2012), la inestabilidad financiera, la crisis del euro, el paro y el desempleo juvenil son factores clave para el estallido de las revoluciones. La vinculación entre los movimientos sociales y los nuevos espacios de autonomía que Castells entiende como la combinación entre el espacio urbano y el espacio en Internet, así como la situación política actual, el papel de la ciudadanía en el sistema político y los medios de comunicación como intermediarios entre ciudadanía y política componen una interesante materia de estudio para los investigadores (Dahlgren, 2013).

Por otra parte, autores como Garrett (2006), Tilly & Wood (2009) o Sampedro (2005) han basado parte de sus obras en el origen de los movimientos sociales, en la influencia que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) ejercen sobre el nuevo mapa político, social y mediático así como sus posibles consecuencias en los sistemas democráticos en los que se critica la participación popular limitada al sufragio episódico y las apariciones

⁵Traducción propia de: “By allowing multiple channels for interpersonal feedback, peer acceptance, and reinforcement of group norms, these sites also promote the construction of personal and group identities that are key antecedents of protest behavior” (Dalton et al., 2009 en Valenzuela, Arriaga & Scherman, 2012: 302).

⁶*Occupy Wall Street* es el nombre que recibe la protesta que ha ocupado el parque Zuccotti de Nueva York desde 2011.

⁷ Fecha de inicio de la crisis económica española según el diario económico Expansión. Disponible en <http://www.expansion.com/2013/05/04/economia/1367690914.html> (Consulta: 02/04/2014).

⁸Según datos del Barómetro de marzo de 2014 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) el 40,1% y el 44,4% de los encuestados considera que la situación económica general de España es mala y muy mala respectivamente. En respuesta a “¿Cómo calificaría usted la situación política general de España?”, el 32,3% la considera mala y el 47,4% muy mala.

anecdóticas de los movimientos sociales en los medios de comunicación (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011).

Por lo tanto, en base a las lecturas realizadas para este TFG, se podría considerar que Internet posibilita o genera nuevas estrategias de comunicación interna en los movimientos sociales. Actúa como medio comunicativo tanto en el seno de los movimientos sociales como en su relación con los públicos o ciudadanos: “los movimientos sociales son comunicación viva hacia dentro y hacia fuera” (León, Burch y Tamayo, 2005:11) y su flexibilidad horaria y geográfica promueve lo que Sampedro y Sánchez-Duarte (2011) han denominado “prácticas híbridas”, donde conviven el espacio virtual y el espacio real.

Para intentar conocer estas nuevas dinámicas comunicativas, este TFG desarrolla, a continuación, el análisis del marco teórico –donde se expone qué son los movimientos sociales, cuáles son sus características y cuáles son, hasta la fecha, los estudios que se han realizado sobre su estrategia comunicativa– para intentar conocer, a través de un análisis de campo y estudio concreto en la segunda parte de este trabajo, las características comunicativas propias de los movimientos Escuela Pública Laica y Gratuita y Movimiento 15-M de Valladolid.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Los movimientos sociales: origen, concepto y características

Los movimientos sociales forman parte de la actividad política, social y mediática de las democracias occidentales contemporáneas. Markoff (1996, en Tilly & Wood, 2009) sitúa el origen de los movimientos sociales en el siglo XVIII. Tal y como los conocemos en la actualidad, comenzaron a florecer en Inglaterra a finales de este siglo y arraigaron en Europa, Estados Unidos y demás lugares durante el siglo XIX. Este autor otorga a los medios de comunicación la responsabilidad de contribuir a su aparición, cuando afirma que el inicio de la alfabetización generalizada y la aparición de nuevos medios de comunicación proporcionaron a grupos separados de gente la sensación de moverse al mismo ritmo. No obstante, los movimientos sociales han ido cambiando desde el siglo XVIII hasta la actualidad, tal y como explican Tilly & Wood (2009).

Para conocer el origen de los movimientos sociales actuales en las democracias occidentales y entender sus pautas de comunicación es necesario plantear un salto temporal hasta finales del

siglo XX. En España, el *Nunca Más*, el *No a la Guerra* contra la intervención española en la guerra de Irak y las manifestaciones y protestas no oficiales en los días posteriores a los atentados del 11 de marzo en Madrid son la antesala de los actuales movimientos sociales (Sampedro, 2005). La desobediencia civil se materializó, según el mismo autor, porque la sociedad tomó conciencia de su capacidad de movilización y de su identidad colectiva. Además, “la oposición a la Ley Sinde abrió la estructura de oportunidad política” (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011:238). Reclamaron responsabilidades políticas ante el desastre del petrolero *Prestige*, demandaron explicaciones y respuestas tras los atentados del 11-M y manifestaron su desaprobación ante la intervención en Irak.

En nuestros días, dos siglos después de la aparición de los primeros movimientos sociales, la *Revolución de las Cacerolas* en Islandia (2009), la *Revolución de los Jazmines* en Túnez (2010-2011) y la ocupación de la Plaza de Tahrir en Egipto el 25 de enero de 2011, entre otros ejemplos, han motivado la aparición de “una nueva generación de activistas que ha descubierto nuevas formas de cambio político mediante la capacidad de comunicarse y organizarse de forma autónoma” (Castells, 2012: 38). Su nueva forma de conformarse y actuar está cambiando gracias a su nueva configuración comunicativa en la Red.

Castells (2012) relata el origen y desarrollo de este movimiento: la revolución tunecina fue impulsada, ampliada y coordinada mediante Internet y la cadena de televisión *Al Jazeera*. El germen de esta revolución fue la inmolación de Mohamed Buazizi a las puertas de un edificio institucional. Horas más tarde, la sociedad se manifestó ante el mismo edificio y la protesta fue grabada y colgada en Internet. En 2008, en Islandia, el cantante Hordur Tofarson cantó su indignación contra banqueros y políticos frente al parlamento islandés. El video tomado de su actuación se convirtió en viral y, varios días después, miles de personas manifestaron su protesta en la plaza Austurvollur. De esta forma, Internet fue el impulsor de estas concentraciones sociales: “No son simples herramientas, sino formas de organización, expresiones culturales y plataformas específicas de autonomía política” (Castells, 2012:108).

En Egipto, *El Movimiento Juvenil 6 de abril* surgió de las protestas políticas durante las elecciones de 2005 y 2010, de la lucha por los derechos de las mujeres y de las luchas obreras (Castells, 2012). Este movimiento utilizó la red social *Facebook* para movilizar a la sociedad. Como expone este autor, mediante la creación de un grupo de debate en esta red social consiguieron movilizar a 60.000 ciudadanos. Se crearon varios grupos más en *Facebook* entre los que destaca “We are all Khaled Said” en memoria de un joven activista que, tras la difusión

de un video que denunciaba la corrupción política, fue abatido por la policía en junio de 2010. Internet y las redes sociales tuvieron un importante papel en esta revolución: los manifestantes grababan los acontecimientos con sus teléfonos móviles, compartían los vídeos en *YouTube* y *Facebook* a menudo en tiempo real, deliberaban a través de *Facebook*, se coordinaban en *Twitter* y mediante blogs difundían opiniones y contribuían al debate (Castells, 2012).

Si las movilizaciones del 13 y 14 de marzo de 2004 en España (tras los atentados del día 11) fueron convocadas mediante cadenas de mensajes de telefonía móvil a través de círculos de confianza como afirma Sampedro (2005), con las revoluciones árabes e Islandia las redes sociales ampliaron estos círculos hacia una movilización generalizada que superó las fronteras de las relaciones personales y de la situación geográfica (Castells, 2012).

En este contexto, es necesario referir la definición que Hardt y Negri (2004) realizan de los movimientos sociales como la organización de la multitud: plural, multicolor y capaz de producir todo tipo de bienes en torno a una crisis de valores en el ámbito político, económico y social. La desafección política, la pérdida de confianza y la recuperación de poder y de responsabilidad por parte de la multitud –que había sido cedida a las élites representativas, según mantienen los mismos autores– han generado una mayor participación social de grupos heterogéneos coordinados en torno a unos objetivos comunes y concretos.

Aunque existen movimientos sociales desde hace varios siglos, los autores coinciden en señalar que la crisis económica y sus consecuencias en los sistemas democráticos occidentales han generado cambios en su organización horizontal y estructura donde los ciudadanos han recuperado, gracias a las posibilidades de comunicación que ofrece Internet, la capacidad crítica reorganizando el espacio público y el poder que los medios de comunicación de masas ejercen. Para Sampedro y Sánchez-Duarte “la horizontalidad de prácticas, organización y generación de propuestas responden al concepto de devolución. Todo lo trabajado y deliberado debe retornar al movimiento con dos objetivos: difundir y retroalimentarse de modo cooperativo” (2011:240). Una multitud organizada en movimientos sociales que, según estos autores, ha cuestionado la toma de decisiones y ejecución por parte de sus representantes de forma unilateral y donde estos últimos llevan a cabo “la construcción de significados en las mentes a través de mecanismos de manipulación simbólica” (Castells, 2012:22).

Otros autores (Tilly 2004, 2007 en Tilly y Wood, 2009) vinculan la labor que desempeñan los movimientos sociales con los episodios de democratización a lo largo de la historia. Consideran que “la democratización de los países fomenta la formación de los movimientos sociales [...], los

movimientos sociales afirman la soberanía popular [...] y su vigencia y eficacia dependen en gran medida del trabajo de emprendedores políticos” (2009:82-83).

Los mismos autores sostienen que la multitud está formada por emprendedores políticos que superan sus diferencias de clase en la búsqueda de fines admitidos por todos, lo que intensifica su acción encauzándola con mayor rapidez y pragmatismo. También aseguran que los movimientos sociales promueven la aparición de organizaciones y asociaciones, favorecen el acercamiento entre la sociedad y la política –aislada y desvinculada de las desigualdades sociales existentes– y facilitan la movilización de personas de las redes de confianza interpersonales a la política pública.

Por el contrario, la necesidad de propuestas concentradas políticamente y la coordinación entre las distintas voces necesarias, según Tilly y Wood (2009), para una mayor democratización pueden resultar insuficientes en la práctica. Dentro del Movimiento *Ocupa Wall Street* de Nueva York, el organismo encargado de la toma de decisiones, de manera exclusiva, ha sido la Asamblea General. Como explica Castells (2012), las propuestas requieren, al menos, el consenso del 90% de sus miembros para ser aprobadas por lo que la participación directa en el seno de los movimientos sociales también encuentra limitaciones (la del 10% restante en este caso).

Los espacios de autonomía que define Castells (2012), en los que actúan y se desenvuelven los movimientos sociales, combinan el espacio físico o urbano y el espacio virtual. El espacio físico está compuesto por las calles, plazas y edificios ocupados y, según este autor, la toma o invasión del espacio público aporta visibilidad y simbolismo a los movimientos sociales ya que supone una recuperación de un lugar que les pertenece. El espacio virtual incrementa la identidad colectiva de los movimientos sociales como resultado de la unión entre la tecnología y la participación (Garret, 2006). Los individuos interesados en este tipo de movilizaciones encuentran en las redes sociales, blogs y webs un espacio de diálogo y organización que supera las limitaciones del espacio físico.

En este contexto, cabe señalar nuevamente que Michael Hardt y Antonio Negri (2004) plantean varios requisitos imprescindibles que deben darse para que la multitud organizada pueda considerarse un movimiento social. En primer lugar, requieren un proyecto político para empezar a existir (el Movimiento 15-M no contaba con él en el momento de su aparición). Deben llevar a cabo la movilización de lo común reflejado en la forma de vestir, en los símbolos gestuales y en patrones de lenguaje y comunicación propios para expresar los deseos comunes, lo que para

González Pacho (2013) son formas y mensajes impactantes para que los movimientos sociales y otras formas de manifestaciones ciudadanas capten la atención de los medios de masas y no pasen desapercibidos. Además, es necesaria la comunicación entre distintos movimientos –que favorezca la comunicación red en la Red– y que los movimientos sociales cuenten con métodos comunes de actuación –como la combinación del espacio virtual y el espacio real–.

Castells (2012) en *Movimientos sociales en red: ¿un modelo emergente?* señala la existencia de unas pautas de actuación y comportamiento comunes de los movimientos sociales contemporáneos y estrechamente, vinculadas a las oportunidades que ofrece Internet. Están conectados a la Red de numerosas formas, principalmente a través de Internet y de las redes de comunicación móviles que contribuyen a su formación, organización y desarrollo. Además, la existencia continuada de los movimientos sociales del siglo XXI tiene lugar en el espacio libre de Internet donde llevan a cabo la coordinación y la deliberación mediante múltiples nodos independientes pero, al mismo tiempo, interconectados.

Por lo tanto, para tratar de conocer el comportamiento de los movimientos sociales, cómo se organizan y se coordinan en el espacio virtual al que Castells (2012) se refiere, resulta necesario conocer cuáles son las posibilidades que Internet ofrece como espacio y medio de comunicación.

1.2.2 Ciberperiodismo: Internet como espacio y medio de comunicación

El contexto comunicativo que ha surgido con la aparición de Internet y la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación contempla cambios en las rutinas de producción, edición y consumo de contenidos. Con Internet, los públicos denominados pasivos y homogéneos, propios de la comunicación de masas, han evolucionado hacia una audiencia que es masiva cuantitativamente –por el alcance mediático de Internet– pero segmentada la recepción de los mensajes (Alonso, 2010). Llorca Abad (2005) entiende Internet como un espacio que permite formas de comunicación novedosas y sorprendentes donde, al mismo tiempo, perdura la comunicación de masas. El mismo autor afirma que la comunicación de masas y la comunicación interpersonal han avanzado hacia un proceso comunicativo en el que el emisor y el receptor se encuentran, teóricamente, al mismo nivel comunicativo y donde los parámetros de espacio y temporalidad se han difuminado. “Las relaciones en el intercambio comunicativo superan las definiciones de interpersonal y masivo [...], se dan relaciones que exceden lo interpersonal, en la medida en que son más de una las personas que intervienen en el proceso comunicativo, sin llegar a ser masivo” (Llorca Abad, 2005:23). Para López García (2005) el modelo unidireccional y la estructura jerárquica de los medios de comunicación tradicionales

han perdido fuerza a favor de los receptores o usuarios que otorgan a la información un valor u otro en función de sus necesidades e intereses.

Por otro lado, aunque la llegada de Internet ha transformado el proceso comunicativo, el concepto de comunicación de masas prevalece en gran medida en este espacio (Alonso, 2010). Según este autor, no todos los usuarios se encuentran necesariamente en igualdad de condiciones a la hora de desarrollar proyectos web y los grandes sitios continúan perteneciendo a empresas o instituciones con recursos económicos elevados, como ocurre con los medios tradicionales. Aun así, el mismo autor considera que la verdadera novedad comunicativa de Internet consiste en llenar el espacio o hueco que los medios tradicionales aún no han explorado en la web 2.0.

Este proceso, denominado por Gómez Tornero (2007) “globalización informativa”, es una de las principales potencialidades que Internet ha incorporado al proceso comunicativo. Los nuevos medios en Internet, o cibermedios, aprovechan las posibilidades que el periodismo *on line* ofrece con el fin de, según el mismo autor, desarrollar una esfera pública más democrática y participativa. A través de Internet, Tornero, asegura que el nuevo periodismo es capaz de difundir informaciones y opiniones alrededor de todo el mundo y permite la elaboración de textos interactivos que contribuyen a que el *feedback* del proceso comunicativo se desarrolle con mayor facilidad.

A lo largo de los años noventa del siglo XX, y con cierto retraso frente a Estados Unidos (Díaz Noci y Meso Ayerdi, 1999), los medios de comunicación españoles iniciaron su adaptación hacia nuevas formas comunicativas del mundo digital. Primero fue la revista cultural *El Temps* y el *Boletín Oficial del Estado*, ambas en 1994. Años más tarde, con la generalización en el uso de ordenadores, los principales periódicos españoles comenzaron su andadura conectados a la Red planetaria. En la actualidad, veinte años después del inicio de esta transformación, conviven en Internet medios de comunicación con presencia exclusiva en la Red, las versiones en Internet de los medios tradicionales, como resultado de un proceso que Roger Filder (en Parra y Álvarez, 2011) acuña como “mediamorfosis”⁹ y sitios web cuya función principal es la producción y/o gestión de contenidos de información periodística en cualquiera de sus formas como los blogs o bitácoras. En relación a estos últimos, no existe unanimidad entre los investigadores a la hora de considerarlos cibermedios y, por tanto, medios de comunicación. Salaverría (2004), Alonso y Martínez (2010), Yuste y Barceló (2004) o, entre otros, López García (2005) entienden los blogs

⁹Para Filder (en Parra y Álvarez, 2001) los medios de comunicación no surgen por generación espontánea ni independiente. Aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos y, cuando emergen nuevas formas, las antiguas no mueren, evolucionan y se adaptan.

como medios de comunicación en Internet. También autores como Tricas García y Merelo Guervós (2005) encuentran entre las múltiples funciones y finalidades de estos sitios la función periodística. Además de para compartir conocimiento, opiniones e información corporativa, estos autores entienden los blogs como una herramienta periodística capaz de abordar contenidos hacia los que los medios de comunicación tradicionales no muestran interés. Alonso (2010) afirma que si la finalidad de los blogs es la elaboración de contenidos periodísticos no hay motivo para no considerarles cibermedios ya que su contenido prima sobre su naturaleza. Este autor considera que la información periodística es más relevante que la estructura tradicional de los medios de comunicación social. Orihuela, en cambio, define los blogs o bitácoras como “sitios web estructurados originalmente como diarios personales, basados en enlaces noticias y opiniones que se actualizan de modo regular, escritos con un estilo informal y subjetivo, [...] un tipo de medio que no es periodismo por ser weblog y no va a sustituir al periodismo ni a los medios tradicionales pero les está haciendo cambiar” (en Sánchez González, 2005:168).

El ciberperiodismo y, por tanto, los cibermedios permiten la creación de contenidos de manera flexible y colaborativa, facilitan la actualización continua y sintetizan, en un solo medio, las características propias de los medios de comunicación clásicos (García de Torres y Pou Américo, 2003). La actualización de contenidos permite renovar constantemente la información sin la necesidad de esperar a un momento concreto del día, como ocurre con las ediciones de los periódicos en papel. De esta forma, el mensaje periodístico digital tiene una vigencia menor si no hay voluntad de conservarlo. La hipertextualidad, otra de las características de los cibermedios según estos autores, ha modificado la narración periodística ya que permite profundizar en los hechos noticiosos mediante informaciones relacionadas, contenido audiovisual e incluso mediante datos en bruto. Finalmente, otra de las principales características que el proceso comunicativo en Internet y los cibermedios ofrecen es la participación de los usuarios a través de la interactividad. La participación no se limita a la reacción de los usuarios ante las informaciones sino que requiere de una respuesta o *feedback* por parte de periodistas y medios. “Para que la interactividad en la Red alcance la plenitud debe trascender de la participación a la co-participación, ir más allá de la posibilidad de re-accionar ante los contenidos o propuestas del emisor y abrirse a múltiples opciones de pregunta/respuesta, de acción/reacción, hacia un auténtico diálogo co-participativo” (Martínez Rodríguez, 2005:276). Algunas de las herramientas de participación que los cibermedios ofrecen a los usuarios son las redes sociales que no solo permiten compartir contenidos sino que, además, permiten interactuar mediante comentarios

(*Facebook*) o menciones¹⁰ (*Twitter*). Otras formas de participación son los comentarios en las piezas periodísticas, la tecnología RSS¹¹ y el correo electrónico de redacciones y medios.

1.2.3 Cobertura y comunicación de los movimientos sociales

Desde su aparición en el siglo XVIII, los movimientos sociales, tal y como los conocemos hoy en día, han experimentado cambios no solo en su estructura, organización y actuación, sino también en el ámbito comunicativo y en cómo son presentados a la sociedad por parte de los medios de comunicación. Antes de la generalización del uso de Internet, la batalla de los movimientos sociales por participar en la esfera mediática se libraba en los medios de comunicación de masas. En un estudio realizado por Alcalde Villacampa (2004) sobre la influencia de los *mass media* en los movimientos sociales, el autor establece una relación proporcional entre el grado de cobertura mediática y una opinión pública favorable a los movimientos sociales: cuánto mayor es la atención de los medios, mejor es la percepción ciudadana. Por el contrario, si los medios omiten informaciones en relación a los movimientos sociales como actores políticos estos últimos resultan perjudicados.

En contraposición a lo anterior, autores como León, Burch y Tamayo (2005) consideran que la aparición de los movimientos sociales en los medios de comunicación de masas no siempre favorece a estos últimos y su importancia radica más en valores cualitativos –cómo aparecen– que cuantitativos –cuánto aparecen–. Los mismos consideran que existe una “triple estrategia” de los *mass media* basada, principalmente, en la ocultación/revelación y la deslegitimación. Para estos autores, algunos medios ocultan lo que hacen, piensan o dicen las organizaciones sociales y, por el contrario, magnifican sus aspectos negativos. Cuando la importancia o presencia de los movimientos en la sociedad crece y adquieren popularidad, los medios de comunicación no pueden silenciarlos u obviarlos por lo que, según León Burch y Tamayo (2005), a partir de este momento, la estrategia de los medios de comunicación se fundamenta en la deslegitimación, basándose en la ilegalidad y el uso de violencia por parte de los movimientos. “La importancia que brindan los medios de comunicación en sus coberturas a los movimientos genera la mejor publicidad, o no, para que los movimientos continúen con vida” (Enacam y Rocca, 2005:2). Ante la posible falta de presencia mediática de los movimientos sociales en los medios o la “triple

¹⁰ Mención: cualquier actualización de Twitter que contenga el nombre del usuario en el cuerpo del tweet incluyendo las respuestas en una conversación. Disponible en <https://support.twitter.com/articles/243906-que-son-las-respuestas-y-menciones#> (Consulta: 07/05/2014).

¹¹ La tecnología RSS permite a los usuarios recibir directamente en sus ordenadores o páginas web información actualizada sin necesidad de consultar los sitios web. Disponible en <http://www.rss.nom.es/> (Consulta: 07/05/2014).

estrategia” comunicativa de León Burch y Tamayo (2005), para alcanzar una comunicación “democrática” algunos movimientos sociales han optado por crear sus propios medios: prensa escrita con funciones más internas que externas y programas de radio en emisoras de pequeños propietarios dispuestos a ceder parte de su espacio y tiempo (León, Burch y Tamayo, 2005).

En cuanto a la presentación que los medios de comunicación, en especial la televisión, realizan de los grupos sociales,¹² Callejo Gallego (2008) afirma la existencia de dos modelos: la “presentación directa” y la “presentación indirecta”. En el primer modelo, uno o varios individuos son presentados por los medios como concreción del grupo y, en el segundo, se hace referencia a la identidad de uno o varios individuos como pertenecientes a un grupo.

En la actualidad, la comunicación de masas propia de los medios tradicionales está siendo transformada por la difusión de Internet y la web 2.0 así como por la comunicación inalámbrica (Castells, 2008), lo que posibilita la democratización de la información y permite a actores comunicativos sin presencia en los medios tradicionales, como pueden ser los movimientos sociales, participar en la esfera mediática. Para Sampedro, la prensa tiende a ignorar la opinión pública discursiva,¹³ la cual se genera en numerosas áreas públicas como, por ejemplo, en foros de expertos, de activistas o en plataformas ciudadanas, ya que resulta más difícil de seguir y transmitir que la opinión pública agregada¹⁴ y “se encuentra en boca de infinidad de actores, no siempre legitimados como fuentes” (2000:184).

Las TIC han favorecido la transformación del público pasivo en audiencia activa ya que le permiten controlar los flujos informativos y contribuyen al acceso a la información sin intermediarios (Haro y Sampedro, 2011). El público puede decidir en mayor medida qué contenidos quiere recibir y cuáles no. Los movimientos sociales, no sólo como receptores, sino también como emisores en el proceso comunicativo, han encontrado en la Red un espacio o canal a través del que pueden darse a conocer y difundir información a la sociedad de manera directa. De esta forma, a través de Internet se puede llevar a cabo una comunicación horizontal que parte directamente de los movimientos y en la que los movimientos sociales no requieren, exclusivamente, de los *mass media* como canal en el proceso comunicativo.

¹²En este trabajo se entiende como grupo social “toda agrupación que no corresponde con un grupo político [...] que se presenta como grupo en el medio de comunicación” (Callejo Gallego, 2008:36).

¹³Sampedro (2010) entiende como opinión pública discursiva el resultado del proceso colectivo donde las voluntades individuales deliberan y se condicionan entre sí mediante actos comunicativos que se genera tanto en la esfera central (ligada a los centros de poder y que se expresa de forma agregada) como en la esfera periférica (más horizontal, crítica y desarrollada de forma autónoma por la sociedad).

¹⁴La opinión pública agregada se encuentra sometida a un mayor control por parte de las élites, posee mayor probabilidad de ser construida artificialmente y es la suma de juicios individuales (Sampedro, 2010).

La comunicación de los movimientos sociales depende del tipo de movimiento y de su organización. Son redes de comunicación interactiva y multidireccional en Internet y cada vez más, en las redes de comunicación inalámbrica. Para autores como Hardt y Negri (2004) la comunicación de los movimientos sociales se basa en un modelo organizado en red distribuida, policéntrico. Y Sampedro explica: “de los nuevos canales y los medios (espacio o canal virtual) cabe destacar su altísimo grado de personalización. Ayudan a tejer redes informales, no planificadas, que en el caso de la telefonía móvil entran en el terreno de la intimidad” (2005:78). Este tipo de comunicación digital potencia la comunicación interpersonal y la comunicación en pequeños grupos (nodos) que, para Castells (2003), interactúan *on line* y *off line*.

El mensaje que producen y gestionan los movimientos sociales es unificado, un discurso con eslóganes que representan o sintetizan parte de sus demandas y objetivos. Emplean términos comunes que han interiorizado en su toma de decisiones y que forman parte de la identidad del movimiento. “Su fuerza no estriba tanto en su número como en el hecho de que compartan un discurso, una narrativa, ciertas creencias. El marco simbólico es el que les une y el que atrae a nuevos individuos y grupos al movimiento” (Díez Puertas y Römer Pieretti, 2013:13).

Si bien Internet agiliza la comunicación y resta el control de los medios establecidos (Chomsky en León, Burch y Tamayo, 2005), con la mediación de Internet (cibermedios, páginas web, blogs y redes sociales) la información producida encuentra acceso en un número limitado de receptores, está condicionado por el interés de los públicos activos hacia informaciones concretas, ya sea mediante el acceso a los sitios web, como “*seguidores*” en *Twitter* o mediante la opción de “*me gusta*” en *Facebook*. El público es selectivo y accede a informaciones concretas fruto de su interés personal. “Internet permite acercar el contenido deseado y especializado al consumidor de la información, generando nuevos tipos de comunicación interpersonal y redefiniendo la comunicación de masas [...]” (Llorca Abad, 2005:28).

Tras consultar bases de datos nacionales como IN-RECS o Dialnet e internacionales como WOS o Scopus, además de Google Académico y la bibliografía encontrada en la red de bibliotecas de la Universidad de Valladolid, no se han encontrado, para este TFG, referencias académicas suficientes basadas en el análisis de la cobertura mediática en Internet de los movimientos sociales. Sin embargo, aunque pocos trabajos tratan aún la relación entre ambos, sí se han hallado algunas obras basadas en el tratamiento que llevan a cabo los medios tradicionales de estos movimientos. Es por ello, que en este TFG resulta interesante conocer cuál es la relación entre movimientos sociales y cibermedios y, para profundizar en ello, los próximos epígrafes se

centrarán en tratar de conocer cuál es la cobertura mediática de *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* en Valladolid de los movimientos 15-M y Escuela Pública Laica y Gratuita con representación en esta ciudad.

1.3 Metodología

1.3.1 Planteamiento del trabajo de campo

Este trabajo se estructura en torno a dos ejes que pretenden analizar, por un lado, las estrategias comunicativas de los movimientos sociales y, por otro, el tratamiento informativo que, sobre ellos, realizan los medios de comunicación.

Para ello, se han seleccionado dos cibermedios de Valladolid, dos movimientos sociales y dos fechas para la recogida de datos:

Los cibermedios elegidos son la edición digital de *El Norte de Castilla –elnortedecastilla.es–* y *ultimocero.com*. En base a las definiciones de cibermedios referidas en el marco teórico, las páginas web de los movimientos seleccionados podrían considerarse, también, como cibermedios siempre que su finalidad sea la producción, gestión y difusión de contenidos informativos.

Los movimientos seleccionados son el 15-M y Escuela Pública Laica y Gratuita de Valladolid. Las fechas escogidas son los días 27 de marzo de 2014 (huelga en Educación) y 15 de mayo (tercer aniversario del 15-M). Durante los días 26 y 27 de marzo de 2014, tuvo lugar una huelga estudiantil, a nivel nacional, en señal de desacuerdo del sector educativo en relación a la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), contra el aumento de las tasas universitarias, en contra de la degradación de la Formación Profesional, el despido de profesores y los recortes generalizados en la Educación Pública. La elección del tercer aniversario del movimiento 15-M se debe a que con periodicidad anual, los días 15 de mayo de los últimos dos años se han llevado a cabo protestas, asambleas, concentraciones y manifestaciones de carácter especial con motivo de su aniversario. Los medios de comunicación conocen estas circunstancias y, algunos de ellos, llevan a cabo una cobertura mediática especial durante estos días.

En la elección de estos movimientos sociales se han tenido en cuenta las diferencias existentes entre ambos y la posibilidad de que sus estrategias comunicativas difieran. El Movimiento 15-M está constituido por comisiones que gestionan las demandas de los ciudadanos en relación a

diferentes materias mediante asambleas y que más tarde son votadas en la Asamblea General. EPLyG¹⁵ forma parte de los movimientos que Castells (2012) denomina “programáticos”, se centran en un único objetivo o varios objetivos concretos.

Ante el desconcierto de los medios de comunicación durante las primeras horas de vida del Movimiento 15-M, en el año 2011, las redes sociales actuaron como impulsoras. En Valladolid, la movilización de *Los Indignados*¹⁶ se realizó en los dos espacios ya mencionados en el marco teórico (virtual y físico). Según Jorge Castrillón¹⁷ –activista del 15-M Valladolid– “*en primer lugar y tras la manifestación del 15 de mayo de 2011 de carácter nacional, el 16 de mayo un grupo de vallisoletanos a través de conversaciones en la red social Facebook se citaron en un céntrico bar con el objetivo de concentrarse para mostrar su rechazo ante el intento de desalojo de la acampada de Sol*”. Un procedimiento similar al de la concentración del miércoles 17 del mismo mes, esa misma noche tuvo lugar la primera acampada del 15-M Valladolid en Fuente Dorada. *Los Indignados* de Madrid, de Valladolid y de otras ciudades españolas mantuvieron la comunicación a través de las redes sociales hasta el último día de ocupación de la plaza, el 21 de julio. *YouTube* se convirtió en el medio de comunicación audiovisual de los españoles (Castells, 2012). Es en este momento cuando, para González Pacho, “los medios de comunicación quedan relegados a un segundo plano y son los propios usuarios los que retratan la realidad y dejan constancia en la red para que otros accedan a ella. Se da un salto del activismo 1.0 al ciberactivismo 2.0: los movimientos sociales no persiguen informar o sensibilizar tanto como crear debate, orientar la acción y, como fin último, buscan una transformación” (2013: 25).

El conflicto social que da lugar al movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita, también conocido como *Marea Verde*,¹⁸ se inició el 7 de julio de 2011. En esta fecha, el gobierno de Esperanza Aguirre, con Lucía Figar como consejera de Educación, anunció la reducción del 10% de la plantilla y el aumento de la carga lectiva de los profesores en 20 horas (Díez Puertas y Römer Pieretti, 2013). Su estructura en red está formada por varios nodos: asociaciones estudiantiles y sociales, federaciones, partidos políticos y sindicatos de enseñanza que configuran una estructura interna de mayor complejidad y limitan la horizontalidad en la toma de decisiones debido a las características particulares de cada colectivo. Su objetivo común, lo que les une y al

¹⁵Siglas del movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita.

¹⁶Además de 15-M, este movimiento recibe el nombre de “Los Indignados”, “Toma la plaza” y “Spanish Revolution”. Disponible en <http://wiki.15m.cc/wiki/15M> (Consulta: 08/05/2014).

¹⁷Declaraciones del activista del 15-M Valladolid Jorge Castrillón en conversaciones a través de correo electrónico.

¹⁸Se denomina *Marea Verde* a las protestas y reivindicaciones llevadas a cabo por Escuela Pública Laica y Gratuita. Su origen se encuentra en la etiqueta o *hashtag* de este movimiento en la red social *Twitter*.

mismo tiempo les diferencia de otros movimientos, es el derecho a la Educación Pública. Forman parte del juego democrático y representan, independientemente, a sectores de la sociedad civil vinculados a este derecho.

En este trabajo, la autora identifica el movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita como *movimiento institucionalizado*.¹⁹ Esta denominación parte de su organización y representación sindical, política y mediante asociaciones, organismos institucionalizados o instituciones dentro del marco político español. Sus demandas son concretas: “defiende cierta forma de entender la enseñanza pública: obligatoria, gratuita, financiada con impuestos, ofrecida en colegios pertenecientes al Estado e impartida por funcionarios con planes de estudio regulados por el gobierno” (Díez Puertas y Römer Pieretti, 2013:11). La toma de decisiones y los objetivos que constituyen el movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita –su finalidad– tienen su origen en, y dependen directamente de, las decisiones tomadas por organismos e instituciones públicas como el Ministerio y Consejerías de Educación. Combina tres tipos de reivindicaciones. Las programáticas, cuentan con programas concretos de medidas para el cambio político; las identitarias porque incluyen reivindicaciones y tienen los medios necesarios para organizar una acción autónoma y eficaz; y de posición. Disponen del peso político –no únicamente social– suficiente para hablar de estas cuestiones en público (Tilly y Wood, 2009). Por el contrario, el Movimiento 15-M es un grupo social heterogéneo, con demandas múltiples basadas en el funcionamiento de la democracia y sin filiación sindical o política reconocida. Sampedro y Sánchez-Duarte (2012) afirman que es más fácil hacer un video para *YouTube* que una reforma legal y que la ausencia de líderes y demandas concretas genera la vulnerabilidad de este movimiento.

Para tratar de conocer las estrategias comunicativas de Escuela Pública Laica y Gratuita y el Movimiento 15-M se han analizado sus webs corporativas y sus perfiles en la red social *Twitter*. Para el estudio de la cobertura mediática se han seleccionado los cibermedios *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com*. La tendencia opuesta de sus líneas editoriales –siendo *El Norte de Castilla* más conservador que *ultimocero.com*– permite comparar la información relacionada con ambos movimientos en función de su orientación ideológica.

El libro de estilo del Grupo Vocento, al que pertenece la cabecera de *El Norte de Castilla*, establece que “Vocento es independiente de cualquier poder político o grupo de presión

¹⁹ Institución: organismo que desempeña una función de interés público, especialmente benéfico o docente (Real Academia Española).

económico, pero que no es necesariamente neutral ante los conflictos que unos y otros mantengan entre sí”. Por otro lado, la profesora de la Universidad de Valladolid Margarita Antón Crespo (2010) define a este medio como un periódico de línea editorial o ideológica liberal, de centro derecha. Que defiende la Constitución, la Monarquía, la economía liberal y social y sale en defensa de los valores constitucionales y la unidad del Estado. *Ultimocero.com* fue fundado en 2012 y se encuentra en activo desde enero de 2013. Se presenta como un portal informativo independiente, sin ataduras, sin condicionamientos institucionales, partidistas ni económicos.²⁰ Su reciente aparición, en contraposición a los 160 años de trayectoria de *El Norte de Castilla*, permite contrastar la cobertura o trayectoria de los movimientos en un diario de aparición posterior a la formación de estos con otro de mayor actividad.

1.3.2 Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar la cobertura que realizan los cibermedios *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* de los movimientos referidos. A su vez, se pretende conocer cuáles son las estrategias de comunicación que siguen los movimientos 15-M y Escuela Pública Laica y Gratuita en sus páginas web y en sus perfiles en *Twitter*.

Como objetivos secundarios se establecen los siguientes:

OS1: Conocer el origen de las informaciones relacionadas con los movimientos que aparecen en los medios de comunicación; es decir, cuáles son sus fuentes y si recurren a los sitios web corporativos y redes sociales de los movimientos.

OS2: Analizar el lenguaje empleado por *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com*: qué términos aparecen con mayor asiduidad, la frecuencia en el uso y matiz otorgado a palabras como radical, antisistema o violento.

OS3: Determinar si el fin de la cobertura mediática es simplemente informativo o se combina con otros géneros periodísticos (interpretativos y opinativos).

OS4: Intentar discernir la influencia que ejercen las empresas mediáticas sobre las pautas de comunicación externa de estos grupos sociales. Esto es si existe cierta adaptación de

²⁰ Información sobre el cibermedio *ultimocero.com* en su página de Facebook. Disponible en <https://www.facebook.com/ultimo.cero/info> (Consulta: 24/04/2014).

los contenidos corporativos no solo para el fácil acceso de los públicos sino también para una mayor difusión por parte de los medios de comunicación.

1.3.3 Hipótesis y preguntas de investigación

Las hipótesis planteadas a continuación sintetizan las ideas principales en torno a las cuales se desarrolla este TFG y son:

H1: La cobertura mediática que *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* llevan a cabo del movimiento 15-M y EPLyG de Valladolid es similar en ambos medios relación a la elección de las fuentes, los datos aportados, los elementos gráficos y/o audiovisuales y el género periodístico empleado.

Las diferencias existentes entre la línea editorial de ambos cibermedios no influyen en el tratamiento que llevan a cabo de los movimientos sociales. Según afirman autores como Hardt y Negri (2004) la primera pregunta que se hacen los medios de comunicación cuando surge una protesta es qué quieren, cuáles son sus objetivos y si tienen propuestas concretas. Los medios de comunicación centran sus informaciones en ámbitos como el lugar de las protestas, la hora y sitio de concentración o manifestación, una aproximación al número de asistentes y quién o quiénes son los convocantes. La cobertura mediática, independientemente del medio de comunicación, no profundiza en las demandas u objetivos.

H2: El principal canal de comunicación externa del 15-M y Escuela Pública Laica y Gratuita de Valladolid es la red social *Twitter*. No son los medios de comunicación ni sus sitios web.

Esta hipótesis se plantea según las afirmaciones desarrolladas por Castells (2012), quien considera las redes de Internet como un espacio de autonomía que permite la aparición de movimientos con distintas formas y resultados, dependiendo del contexto social. El interés de las redes sociales de Internet en el marco de los movimientos sociales locales radica en las aptitudes de comunicación externa que presenta para con otros movimientos. “Las redes sociales de Internet movilizaron suficiente apoyo para que la gente se uniera y ocupara el espacio público [...]. Una vez organizados los campamentos, establecieron su presencia como ocupaciones específicas en Internet” (Castells, 2012:172).

H3: Los contenidos de las páginas web del movimiento 15-M y de EPLyG están adaptados para una mayor difusión por parte de los medios de comunicación. Por tanto, el

público objetivo de los sitios web de estos movimientos son los propios periodistas, y no los ciudadanos comunes.

Los comunicados, las notas de prensa y convocatorias, así como contenidos sencillos y de fácil acceso, entre otros, conforman el contenido de los sitios web de ambos movimientos sociales. Para los autores León, Burch y Tamayo (2005), las webs presentan ventajas a la hora de conservar documentos ya que la información allí dispuesta está disponible de forma permanente y es accesible para los interesados.

Para verificar o refutar las hipótesis anteriores se parte de las siguientes preguntas de investigación:

-¿Cuál es el tratamiento mediático de los movimientos sociales en *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com*? ¿Qué contenidos se repiten y cuáles no? ¿Qué se muestra de los movimientos sociales en esas informaciones?

-¿Qué tipos de fuentes utilizan los medios de comunicación? ¿Cómo se refieren a los miembros y representantes de los movimientos sociales? ¿Alternan varios tipos de fuentes?

-¿Qué términos se repiten en ambos medios de comunicación? ¿Qué términos emplean para referirse a estos movimientos sociales? ¿Se trata de un lenguaje estandarizado?

-¿Las informaciones incluyen valoraciones del periodista? ¿Utilizan declaraciones de terceros para estas valoraciones?

-¿Los movimientos sociales 15-M Valladolid y Escuela Pública Laica y Gratuita siguen alguna estrategia comunicativa? ¿Cómo son los contenidos de sus webs? ¿Cómo gestionan *Twitter*?

1.3.4 Método de análisis del trabajo de campo

Para intentar confirmar o refutar las hipótesis expuestas anteriormente, se ha realizado un análisis de contenido estructurado en dos partes:

En primer lugar, a través de tres tipos diferentes de fichas de codificación,²¹ se ha procedido al estudio de la cobertura mediática de *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com*, al análisis de

²¹ Las fichas de análisis han sido realizadas de manera colaborativa mediante el debate y discusión con las compañeras del TFG de Grado en Periodismo de la Universidad de Valladolid María Díez Garrido y Dafne Calvo

contenido de los sitios web corporativos de estos movimientos sociales en Valladolid y, por último, al análisis de las estrategias comunicativas de los mismos en la red social *Twitter*. Según refleja la V Oleada del Observatorio de redes sociales (abril de 2013), *Twitter* es la tercera red social más utilizada por los españoles tras *Facebook* y *YouTube* y el 24% de los usuarios la emplean para promover o apoyar, con frecuencia, causas sociales o solidarias.²²

Las fichas destinadas a examinar la cobertura mediática contienen: los datos de identificación del medio, el análisis de la portada en relación al número total de noticias, las piezas relacionadas con el tema y si contiene, o no, elementos gráficos o audiovisuales también analizados en las piezas periodísticas junto a el tipo de enfoque y género periodístico según la clasificación de Salaverría y Cores (2005) del titular y del contenido. Para estos autores, las categorías de piezas periodísticas según su género son: informativas, opinativas, interpretativas y datos en bruto. También, se analiza la autoría, el hipertexto –una de las características principales de los cibermedios para García de Torres y Pou Américo (2003)–, al igual que las fuentes informativas siguiendo la clasificación de autores como Nora Paul, Kathleen A. y Longman (2004) y Callejo Gallego (2008) y, por último, la participación de los usuarios.

El segundo modelo de ficha –para el análisis de los contenidos web²³– posee una estructura similar al de la cobertura mediática a excepción de los datos de identificación que contienen el nombre del movimiento, la fecha de codificación la URL y el tema que se analiza.

Por último, las fichas que analizan la comunicación del 15-M Valladolid y EPLYG a través de la red social *Twitter* incluyen el día y la hora de publicación del *tuit*,²⁴ si contiene enlaces, imágenes o vídeos, si se emplea algún *hashtag* o etiqueta así como la difusión e interacción de

Miguel y bajo la tutorización de Eva Campos Domínguez. En sesiones conjuntas y tutorizadas se han discutido los ítems de cada una de las fichas y su adecuación a cada TFG.

²² V Oleada del Observatorio de redes sociales. Disponible en <http://tcanalysis.com/blog/posts/el-70-de-los-usuarios-de-redes-sociales-se-muestran-receptivos-a-la-presencia-de-marcas-en-este-entorno> (Consulta: 05/06/2014).

²³ La página web del 15-M Valladolid fue creada en mayo de 2011, pocos días después de la aparición del movimiento en el ámbito nacional y, por lo tanto, de su extensión local. Además, tiene presencia en redes sociales como *Twitter*, *Facebook*, *Flickr*, *N-1.cc* y cuenta con su propio canal de *YouTube*. Esto les permite difundir gran cantidad de información en diferentes formatos y recibir imágenes y videos elaborados por otros individuos y vinculados al movimiento. En la *#15MPEDIA* la entrada Acampada Valladolid muestra su origen y parte de su evolución. Disponible en www.15mvalladolid.com (Consulta: 20/04/2014).

La web corporativa de Escuela Pública Laica y Gratuita fue creada en 2012. La información de la página se complementa con los contenidos difundidos a través de redes sociales –como *Twitter* y *Facebook*– y mediante páginas web y blogs relacionados. Disponible en <http://escuelapublicalaicagratis.blogspot.com.es/> (Consulta:20/04/2014).

²⁴ Tuit es un término aceptado por la Real Academia Española. Disponible en <http://cnnspanol.cnn.com/2012/06/22/la-rae-te-recuerda-en-su-proxima-edicion-se-escribe-tuit-y-no-tweet/> (Consulta: 20/04/2014).

los usuarios. En cuanto a su contenido, los *tuits* se clasifican en función de si tienen carácter informativo, opinativo u otra finalidad. *Twitter* es una red social de *microblogging* que surgió en Estados Unidos en 2006 y que permite a sus usuarios relacionarse y comunicarse con sus *followers* o seguidores, publicando entradas llamadas *tweets* (o *tuits*) con una extensión máxima de 140 caracteres. Las entradas o *tuits* pueden contener texto, URL y permiten compartir imágenes y videos. La cuenta oficial de EPLyG en *Twitter* es @ESCUELA_PLG, con 104 seguidores²⁵ y la del Movimiento 15-M es @15MValladolid, con 9.231.²⁶

El trabajo se completa con la realización de cuatro entrevistas en profundidad con el objetivo de completar el análisis de contenido con un enfoque cualitativo y comparar los resultados obtenidos en el análisis realizado mediante las fichas de codificación. Las entrevistas se realizaron a: Jorge Castrillón, activista del Movimiento 15-M de Valladolid y Guillermo Martín de Escuela Pública Laica –como concreción de los movimientos sociales– y a Mar Domínguez jefa de Local de *El Norte de Castilla* y a Laura Fraile redactora de *ultimocero.com* en representación de los cibermedios. El objetivo de estas entrevistas es conocer las estrategias de comunicación interna y externa de ambos movimientos y la percepción de estos sobre la cobertura mediática de *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com*, así como la valoración de los medios de comunicación locales de la comunicación externa del 15-M y EPLyG

²⁵ Disponible en https://twitter.com/ESCUELA_PLG (Consulta: 17/05/2014).

²⁶ Disponible en <https://twitter.com/15MValladolid> (Consulta: 17/05/2014).

2. Contexto

2.1 Introducción

El trabajo de campo de este TFG se centra, en primer lugar, en el análisis de las piezas periodísticas publicadas por los cibermedios *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* en relación a los movimientos sociales Escuela Pública Laica y Gratuita y 15-M Valladolid; en el análisis de sus respectivas páginas web y en los perfiles en la red social *Twitter* de estos movimientos. En segundo lugar, se analizan las cuatro entrevistas en profundidad realizadas que permitirán conocer la percepción de medios y movimientos sobre las estrategias comunicativas y la cobertura mediática incluidas en las conclusiones finales.

Cabe señalar que el movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita no publicó ningún contenido ni en su página web ni en su perfil de *Twitter*, por ello, no se ha podido analizar su comunicación externa en estas plataformas.

Si bien la presencia y análisis de contenidos informativos, de las publicaciones en las webs corporativas y los *tuits* es relevante en esta investigación, la falta o ausencia de ellos también constituye un rasgo significativo. En consecuencia, para tratar de conocer las estrategias comunicativas y la cobertura mediática –los principales pilares de este trabajo– a continuación se presentan, tanto de manera independiente como a través de comparaciones, los datos obtenidos en el trabajo de campo.

2.2 Cobertura mediática

La cobertura mediática de EPLyG es mayor que la del 15-M

En términos cuantitativos, los cibermedios analizados publican más información sobre Escuela Pública Laica y Gratuita que sobre el movimiento 15-M. De las cinco piezas informativas publicadas sobre ambos movimientos sociales, cuatro hacen referencia a la huelga en Educación y tan solo una al 15-M.

Dos de las piezas periodísticas publicadas por *El Norte de Castilla* no mantienen relación con el movimiento local y, por ende, no resultan significativas en este trabajo. Ambas aportan datos sobre la primera jornada de huelga en Madrid (el día 26 de marzo de 2014) a causa de los altercados producidos en la Universidad Complutense y muestran las reacciones del ministro de Educación José Ignacio Wert ante lo ocurrido, pero no aluden a Valladolid.

Si el análisis se centra únicamente en la cobertura local de movimientos locales, la única pieza publicada sobre el movimiento 15-M tiene carácter nacional, por lo que tampoco debe contabilizarse. Por consiguiente, haciendo referencia a las informaciones locales, la cobertura mediática de EPLyG continúa siendo mayor que la del 15-M en ambos cibermedios.

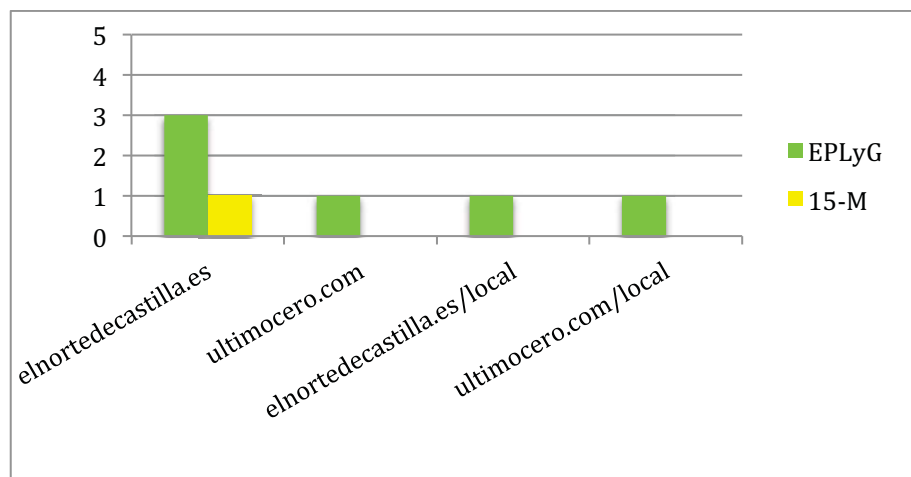


Gráfico 1: Total de piezas publicadas. Fuente: Elaboración propia

Para determinar si la cobertura de los cibermedios es similar, no basta con un estudio meramente cuantitativo. Resulta necesario conocer cómo es esa cobertura. Así, en los siguientes epígrafes se presentan los resultados obtenidos de algunas características periodísticas como son los tipos de fuentes empleadas, los elementos gráficos o audiovisuales, la extensión y, entre otras, el género periodístico.

Predominan las fuentes institucionales y personales, frente a expertas y documentales

Las fuentes periodísticas más empleadas en *El Norte de Castilla* y *Último Cero*, sobre estos movimientos sociales, son las institucionales y personales y, en menor medida, fuentes expertas o documentales. El 80% (4 de 5) cita fuentes institucionales y el 40% (2 de 5) menciona a fuentes personales. Tan solo una excepción, la pieza titulada “*El 15-M resucita en las urnas*” de *elnortedecastilla.es* combina más de un tipo de fuente al incluir fuentes expertas y fuentes documentales. Si se examina qué fuente informativa es la más utilizada por cada uno de los medios, *elnortedecastilla.es* emplea, fundamentalmente, fuentes institucionales. Por el contrario, en *ultimocero.com* priman las personales.

Por lo tanto, se puede afirmar que cada cibermedio hace un uso diferente de las fuentes informativas en la cobertura de los movimientos sociales analizados.



Imagen 1: Ejemplo de fuente institucional. Fuente: Noticia publicada el 27/03/2014 en *elnortedecastilla.es*

Predominan las fotografías frente a los videos y otros recursos gráficos

Las fotografías son el elemento gráfico o audiovisual más empleado por el *nortedecastilla.es* y *ultimocero.com* en la cobertura de estos movimientos. El 80% de las informaciones publicadas (4 de 5) cuenta con la presencia de imágenes y el 20% (1 de 5) va acompañada de un video.

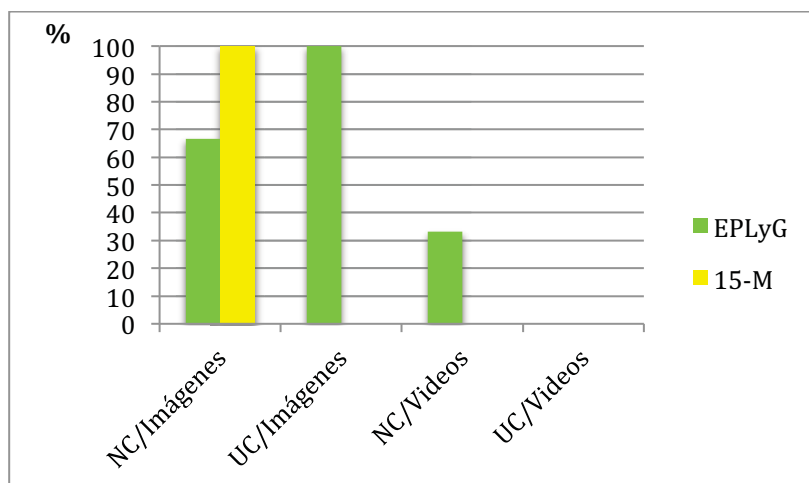


Gráfico 2: Porcentaje de elementos gráficos o audiovisuales. Fuente: Elaboración propia

Predominan las informaciones de extensión media frente a los breves

El 80% (4 de 5) de las piezas publicadas tiene una extensión media (supera los cuatro párrafos) y el 20% (1 de 5) posee una extensión breve (entre dos y cuatro). Según esto, en la cobertura de ambos movimientos predominan las informaciones de extensión media.

Los géneros periodísticos más utilizados son el informativo y el interpretativo

En términos generales, el 40% (2 de 5) de las piezas periodísticas analizadas son informativas y el 60% de (3 de 5), interpretativas. El género periodístico más utilizado por *El Norte de Castilla* es informativo mientras que en *ultimocero.com* prima el interpretativo. Se ha observado, también, que el género periodístico mantiene relación con la autoría de las informaciones: las noticias de agencia, generalmente, son asépticas y las que incluyen la firma del medio o el autor son interpretativas. Por lo tanto, la cobertura mediática de ambos medios no es similar en sus géneros periodísticos.



Imágenes 2 y 3: Ejemplo de pieza interpretativa y firmada y ejemplo de pieza informativa de agencia Fuente: Noticias publicadas el 27/03/2014 en *ultimocero.com* y *elnortedecastilla.es* respectivamente

La participación en *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* es muy escasa

En el análisis de los cybermedios, se ha observado que *ultimocero.com* solo permite comentar noticias a aquellos usuarios que se hayan registrado previamente. Si se tiene en cuenta que el registro implica colaborar económicamente con el cybermedio con periodicidad trimestral, semestral o anual, se puede considerar que la participación a través de comentarios es muy limitada. En el caso de *elnortedecastilla.es*, los usuarios pueden comentar sin necesidad de suscripción o registro pero son menos las noticias comentadas.

Los dos cybermedios permiten la difusión de sus noticias a través de *Facebook* y *Twitter* pero tan solo *elnortedecastilla.es* permite conocer cuántas veces se han “compartido” o “tuiteado”. Según esto, cotejando la información obtenida de *El Norte de Castilla*, cuantitativamente la red social más utilizada es *Facebook* aunque la frecuencia de uso es mayor en *Twitter*.

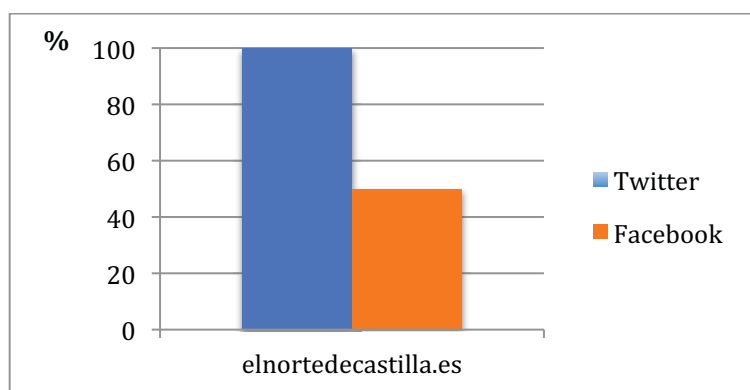


Gráfico 3: Porcentaje de frecuencia de uso de *Twitter* y *Facebook* en *elnortedecastilla.es*. Fuente: Elaboración propia.

2.3 Comunicación externa. Páginas web y *Twitter*

Tras el análisis de las cuentas en *Twitter* y las páginas web de los movimientos seleccionados se observa que EPLyG no ha hecho uso de ninguna de estas herramientas durante el 27 de marzo, dato significativo en el estudio de las estrategias comunicativas de este movimiento.

Es por ello que, además de comparar las informaciones difundidas a través de la página web y de la cuenta en *Twitter* del 15-M, se detalla el diseño y estructura de la ambas webs con el fin de examinar si estos movimientos sociales las han adaptado para cubrir las necesidades informativas de los medios de comunicación, primero, y de los públicos, después.

Sus sitios web no están adaptados a las necesidades de los medios de comunicación

Comenzando por el diseño de los sitios web corporativos, existen diferencias cuantitativas entre el número de noticias publicadas en portada, 16 en la web EPLyG y 10 en la del 15-M, pero ambas coinciden en mostrar al completo, o casi en su totalidad, el contenido de las informaciones. Por lo tanto, en su estructura, ninguna de las páginas web se adapta a los medios de comunicación.

No obstante, la única noticia vinculada al aniversario del 15-M publicada en su web sigue el modelo de una nota de prensa: muestra la fecha en la que se llevan a cabo los actos de celebración del aniversario y un desglose horario con las actividades correspondientes. Su extensión es de dos párrafos, no está firmada y no contiene imágenes o videos. Por lo que, según lo anterior, se puede considerar, en este caso, que el contenido de esta sí se encuentra adaptado a los medios de comunicación.



Imagen 4: Pieza sobre el aniversario del 15-M. Fuente: Publicada el 15/05/2014 en www.15mvalladolid.com

Twitter es el principal canal de comunicación externa del 15-M

Siguiendo con la comparativa entre la web y la cuenta en *Twitter* del movimiento 15-M, los datos obtenidos demuestran que la actividad fue mayor en la red social. De los *tuits* difundidos el 85% (6 de 7) mantiene relación con el aniversario del movimiento y el 42,85% de los *tuits* (3 de 7) comparten información concreta sobre el aniversario. Además, se han *retuiteado* un total de 3 de los cuales el 66,66% (2 de 3) contienen información sobre el tema seleccionado.

Tanto en la página web como en uso de las redes sociales, *Twitter* es la más utilizada por los usuarios en la difusión de contenidos.



Imagen 5: *Tuit* del 15-M. Fuente: Publicado el 15/05/2014 por @15MValladolid

3. Conclusiones

En base a las hipótesis planteadas para el desarrollo de este Trabajo Fin de Grado y mediante los resultados obtenidos en el trabajo de campo se ha llegado a las siguientes conclusiones, por un lado, en relación a la cobertura mediática de *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* y, por otro, vinculadas a las estrategias comunicativas del Movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita y el 15-M de Valladolid.

Primera conclusión: La cobertura mediática que llevan a cabo los cibermedios seleccionados es similar en ambos en algunos aspectos, y la línea editorial del medio sí que influye en la cobertura de cada movimiento, por lo que la primera de las hipótesis planteadas se cumple parcialmente:

En primer lugar, ambos medios han publicado más informaciones relacionadas con EPLyG que con el 15-M por lo que, cuantitativamente, la hipótesis es válida. No obstante, las razones varían en cada caso: la jefa de Local de *El Norte de Castilla* asegura que la cobertura de estos movimientos “depende del interés social que puedan tener”.²⁷ Por su parte, Laura Fraile – redactora de *ultimocero.com*– atribuye a la falta de tiempo el que no se publicase nada relacionado con el 15-M en su tercer aniversario: “en el periódico solo somos tres redactores y, aunque el número de contenidos que sacamos a diario es menor que el de otros, es fácil que haya un día en el que cada uno estemos con un tema y no lo podamos asumir”.²⁸

En segundo lugar, en relación al tratamiento que se lleva a cabo de la información, se ha percibido que, en primer lugar, ambos medios difieren en el empleo de sus fuentes. Las institucionales son las más utilizadas en *elnortedecastilla.es* y las personales en *ultimocero.com*. Difieren, también, en el género periodístico empleado. Como se afirma desde ambos cibermedios, las notas de prensa son utilizadas “como apoyo” y son, principalmente, “fuentes de información”. Al preguntar a ambos cibermedios por el género periodístico empleado en este tipo de cobertura, Mar Domínguez aseguraba que “*El Norte de Castilla* tiene una línea editorial y no todo vale [...], por ejemplo, podemos hablar de concentraciones a favor o en contra del aborto, pero cuando se sobrepasan ciertas líneas (concentraciones neonazis, de ultraizquierda o ultraderecha) no se da cobertura”. Por otro lado y haciendo referencia al género interpretativo presente en *ultimocero.com*, Laura Fraile considera que “cuando se escribe sobre un tema se tienen ciertas simpatías y antipatías [...] y se genera un vínculo que se manifiesta al escribir”.

²⁷ Entrevista integrada transcrita en los anexos de este TFG.

²⁸ Entrevista integrada transcrita en los anexos de este TFG.

En tercer lugar, ambos cibermedios coinciden en el empleo de imágenes como principal recurso gráfico o audiovisual –ambos cibermedios reconocen contrastar estas imágenes cuando son ajenas al medio–, en la extensión de sus piezas periodísticas –la mayoría con una extensión media– y coinciden, también, en que la participación de los usuarios mediante comentarios es escasa. En el caso de *El Norte de Castilla*, una empresa ajena al medio se encarga de la revisión de los comentarios para evitar insultos y en *ultimocero.com* se encuentran limitados a los usuarios registrados.

En cuarto lugar, y sobre la cobertura mediática, Jorge Castrillón considera que la cobertura que se lleva a cabo del 15-M “tiene poco análisis de fondo” aunque ha habido “honrosas excepciones”. Para Guillermo Martín, de Escuela Pública Laica y Gratuita, la cobertura mediática es “inadecuada, escasa, con errores”. No obstante, ambos movimientos han mostrado mayor simpatía hacia la cobertura de *ultimocero.com* por lo que cabe mencionar que, en cierta medida, la línea editorial del medio sí que influye en la cobertura mediática o al menos en la percepción que se tiene de esta.

Segunda conclusión: La comunicación externa que los movimientos sociales analizados han realizado es muy escasa: si bien el principal canal de comunicación externa del movimiento 15-M es su cuenta en la red social *Twitter*, por el contrario, el Movimiento Escuela Pública y Gratuita no ha hecho uso de ella durante la huelga estudiantil a pesar de que Guillermo Martín, coordinador de MEPLYG, asegura que “la función primordial de estas herramientas –tanto *Twitter* como la página web– es la difusión”.²⁹

Se ha observado que la publicación y difusión de información relativa al tercer aniversario del 15-M ha sido mayor en *Twitter* que en la página web. Además, al valorar la participación de los usuarios en las noticias publicadas en los cibermedios relativas a este movimiento, en su página web y en sus *tuits* se puede concluir que el *feedback* y la participación es mayor en esta red social.

A la hora de evaluar las estrategias comunicativas de los movimientos sociales, Laura Fraile, de *Último Cero*, diferencia entre dos grupos: unos “tienen puesto el chip de los medios de comunicación” y son conscientes de la importancia de aparecer en los medios de comunicación y otros que “no tienen este chip puesto de la importancia de invertir esfuerzo o considerar que el

²⁹ Entrevista integrada transcrita en los anexos de este TFG.

contacto con los medios es importante”. Mar Domínguez, de *El Norte de Castilla*, considera que su comunicación externa depende de “cómo estén organizados”. En el caso de EPLyG, asegura que “están bastante bien coordinados e informan con suficiente antelación de los actos que llevan a cabo”, por el contrario, cuenta que “el 15-M, sobre todo al principio, iba en contra de todo lo establecido –también de los medios de comunicación– y que la forma de relacionarse con los medios es muy distinta”. Por su parte, Jorge Castrillón reafirma esta opinión al considerar que “desde un momento muy temprano, se dieron cuenta de que para lo que ellos querían, les resultaba más útil hacer uso de las redes sociales”.³⁰

Por lo tanto, la segunda hipótesis planteada en esta investigación se cumple parcialmente en la medida en la que desde el 15-M se asegura que “a raíz de que la cuenta de *Twitter* empezó a tener más seguidores y cuando *Facebook* empezó a captar a masa crítica” se percataron de que “atraían a mucha más gente” que a través de los medios. Sin embargo, en el caso del Movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita la hipótesis queda refutada ya que no hicieron uso ni de *Twitter* ni de su página web durante la huelga en Educación del 27 de marzo y, según asegura Guillermo Martín, el contacto con los medios de comunicación se lleva a cabo “por nota de prensa y, en ocasiones, a través de ruedas de prensa” y que para el contacto con el público y los ciudadanos editan “cartelería y volantinas y, además, se hace mediante correo electrónico, blogs y a través de *Facebook*”.

Tercera conclusión: Los movimientos analizados no se dirigen a los medios de comunicación en Internet, lo que puede redundar en y explicar una escasa cobertura mediática. De tal forma se concluye que no se cumple la tercera hipótesis.

Los contenidos publicados en la página web de EPLyG “son material editado propio, convocatorias de sectores que solemos apoyar con alguna reseña y mediante consenso” y la gestión de esta herramienta depende más “de la disponibilidad para actualizar contenidos, son dos personas las que actualizan para no duplicar tareas y evitar cruces de información”. Tras el análisis de la estructura de las webs de ambos movimientos, se ha podido observar que el número de noticias en portada es elevado y que todas ellas se muestran de manera completa o casi por completo, lo que dificulta la búsqueda rápida de contenidos, tanto para los medios de comunicación como para el público en general.

³⁰ Entrevista integrada transcrita en los anexos de este TFG.

La única entrada en la página web del 15-M vinculada a su tercer aniversario, aparentemente, sigue una estructura de nota de prensa e incluye, como ya se ha mencionado, un desglose horario de las actividades previstas para el aniversario. Jorge Castrillón, del movimiento 15-M, aunque no ha sido el encargado de redactar esta información, desmiente que los contenidos de la web estén adaptados a los medios de comunicación. La define como “una web colaborativa” y entiende que “no es tanto para los medios como para los ciudadanos”.

En definitiva, la cobertura de los cibermedios *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* guarda ciertas similitudes pero la línea editorial de ambos incide, sobre todo, en el género de las piezas periodísticas. Por otro lado, como se mencionaba al comienzo de este trabajo, la elección de ambos movimientos tenía como fin demostrar que las estrategias comunicativas varían en función de la naturaleza del movimiento. Si bien el 15-M al que se ha denominado heterogéneo y que posee estructura u organización horizontal encuentra como principal herramienta de comunicación externa la red social *Twitter*, por el contrario, el Movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita, referido como movimiento institucionalizado, muestra una comunicación diferente dada su estructura organizacional o asociativa. Por lo tanto, la organización interna del movimiento sí que incide en sus estrategias comunicativas. Como asegura Guillermo Martín, las principales herramientas de comunicación externa de EPLyG son “la cartelería repartida en los centros educativos y el correo electrónico que tiene carácter multiplicador, donde cada organización lo reenvía a sus listas de correo”. Por último, aunque se partía de la posibilidad de que las páginas web de estos movimientos sociales actuaran como fuentes informativas para los medios de comunicación, se ha comprobado que no siguen una estructura adecuada para el fácil acceso a la información y, como indica Mar Domínguez, la comunicación externa de los movimientos sociales “facilita el trabajo” pero “el trabajo tiene que salir del periodista”.

Bibliografía

A

Alcalde Villacampa, J. (2004). Movimiento social, proceso político y Mass media: el movimiento pacifista catalán ante los conflictos de Kosovo y Chechenia. *Revistas Científicas Complutenses*, 41 (1), pp. 111-130.

Alonso, J. (2010). Cibermedios. Conceptualización y tipologías. En Cabrera González, M. A. (Coord.), *Evolución tecnológica y cibermedios* (pp. 21-37). Zamora y Sevilla: Comunicación Social.

Antón Crespo, M. (2010). Prensa regional y local: análisis de la información de los diarios de Valladolid. El Norte de Castilla y El Día. En Blanco, E y Esteve, F. (Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga), *Tendencias del Periodismo Especializado* (pp. 161-184). Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

C

Callejo Gallego, J. (2008). La presencia de la sociedad civil en la televisión pública. *Zer*, 13 (24), pp. 29-51.

Castells, M. (2003). La comunicación en la era digital. En Castells, M. (Alianza Editorial), *Comunicación y poder* (pp. 87-190). Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad Red (I). *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (74), pp. 13-24.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial

Centro de Investigaciones Sociológicas / CIS (2014). *Barómetro de marzo de 2014, Estudio nº 3017*. Recuperado de http://datos.cis.es/pdf/Es3017mar_A.pdf

D

Dahlgren, P. (2013). *The political web: media, participation and alternative democracy*. Reino Unido: Palgrave MacMillan.

García Carretero, L. (2014). Movimientos sociales: estrategias comunicativas y cobertura mediática. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2013/2014

Díaz Noci, J & Meso Ayerdi, K. (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Díez Puertas, E. & Römer Pieretti, M. (2013). Sociedad del riesgo-sociedad red: el marco simbólico de las redes sociales del movimiento “Marea Verde”. En Römer Pieretti, M. (Universidad Camilo José Cela), *Miradas a las pantallas en el bolsillo* (pp. 8-32). España: Universidad Camilo José Cela.

E

El Norte de Castilla (2014). *El 15-M resucita en las urnas*. Disponible en <http://www.elnortedecastilla.es/rc/20140515/mas-actualidad/espana/resucita-urnas-20140515002615.html>

G

García de Torres, E. & Pou Américo, M.J. (2003). Características de la comunicación digital. En Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (Coords.), *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 49-80). Barcelona: Ariel.

Garrett, R. K. (2006). Protest in an Information Society: a review of literature on social movements and new ICTs. *Information and Society*, 9 (2), pp. 202-224.

González Pacho, S. (2013). *El activismo gráfico en el Movimiento 15-M*. (Trabajo Fin de Máster). Universidad de Valladolid, Valladolid.

H

Hansen, K. A., & Paul, N. (2004). *Behind the message: Information strategies for communicators*. Madrid: Allyn & Bacon.

Hardt, M & Negri, A. (2004) *Multitud. Guerra y democracia en la era del Imperio*. España: Debate.

Haro Barba, C. & Sampedro Blanco, V. (2011). Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura*, 8 (2), pp. 167-185.

L

León, O., Burch, S. & Tamayo, E. (Coords.). (2005). *Movimientos sociales y comunicación*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información.

Llorca Abad, G. (2005). Comunicación interpersonal y comunicación de masas en Internet. Emisor y receptor en el entorno virtual. En López García, G. (Ed.), *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y públicos en Internet* (pp. 21-29). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

López García, G. (2005). Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología. En López García, G. (Ed.), *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y públicos en Internet* (pp. 55-85). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València

M

Martínez Rodríguez, M. (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos en la Red. En López García, G. (Ed.), *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y públicos en Internet* (pp. 269-332). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

P

Parra Valcarce, D. & Álvarez Marcos, J. (2011). *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

Pérez Tornero, J. M. (2007). Prólogo. En Tejedor Calvo, S. (Ed.), *La enseñanza del ciberperiodismo* (pp. 8-18). Zamora y Sevilla: Comunicación Social

S

Salaverría, R. & Cores, R. (2005). Géneros periodísticos en los cibermedios. En Salaverría, R. (Coord.), *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España* (pp. 145-185). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Sampedro, V. F. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Itsmo.

García Carretero, L. (2014). Movimientos sociales: estrategias comunicativas y cobertura mediática. Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2013/2014

Sampedro, V. F. (2005). *13M. Multitudes online*. Madrid: Catarata.

Sampedro, V. F. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la sociedad red. *Ayer*, 80 (4), pp.139-162.

Sampedro, V. F. & Sánchez-Duarte, J. M. (2011). 15-M: La Red era la plaza. En Sampedro Blanco, V. F. (Coord.), *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación* (pp. 237-242). Madrid: Complutense.

Sánchez González, M. (2005). “Confidenciales” y blogs en la red española: una aproximación a las causas de la confusión entre ambos fenómenos. En López García, G. (Ed.), *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y públicos en Internet* (pp. 167-195). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

T

Tilly, C & Wood, L. J. (2009). *Los movimientos sociales 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.

Tricas García, F. & Merelo Guervós, J. J. (2005). Qué son las bitácoras y algunos datos sobre ellas. En López García, G. (Ed.), *El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y públicos en Internet* (pp. 89-107). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València

V

Valenzuela, S., Arriaga, A. & Scherman, A. (2012). The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The Case of Chile. *Journal of Communication*, 62 (2), pp. 299-314.

Anexos

Anexo 1. Manual de codificación

1.1 Análisis del medio

Las fichas de codificación destinadas a examinar la cobertura mediática de *elnortedecastilla.es* y *ultimocero.com* se encuentran estructuradas en tres partes: datos de identificación, portada y pieza analizada.

1. Datos de identificación: contienen el nombre del medio, el día y hora de publicación de la noticia y el enlace o URL de la pieza analizada. Se han analizado todas las piezas periodísticas publicadas en estos cibermedios durante los días 27 de marzo (huelga en Educación) y 15 de mayo (tercer aniversario del 15-M) relacionadas con EPLyG y 15-M.

2. Portada: se incluyen el número de noticias en portada relacionadas con el tema seleccionado, el total de noticias publicadas en esta, si la estructura del cibermedio presenta alguna noticia principal destacada y si está relacionada, o no, con estos movimientos sociales. Por último, se estudia si la portada contiene elementos gráficos o audiovisuales y cuáles son. *Elnortedecastilla.es*, en su versión digital, presenta tres portadas diarias diferentes: portada de mañana, portada de tarde y portada de noche. En el apartado destinado al análisis de la portada en este cibermedio esta categoría se ha subdividido en “mañana”, “tarde” y “noche”.

3. Pieza analizada: en este apartado se analizan las características formales, de contenido, la autoría y la participación de todas las piezas periodísticas publicadas relacionadas con Escuela Pública Laica y Gratuita y el 15-M.

-Aspectos formales: se especifica el número de elementos gráficos o audiovisuales que contiene la pieza clasificados en “uno”, “más de uno” y “ninguno” y cuáles son. Esto es, si se trata de “fotografía”, “video” u “otro”. Además se analiza la extensión de la pieza en función de si tiene “un párrafo”, “de dos a cuatro párrafos” o “más de cuatro párrafos”.

-Contenido: el tipo de enfoque tanto del titular como del cuerpo de la noticia y el género periodístico al que pertenecen según la clasificación de Salaverría y Cores en *Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España* (2005). Estos autores establecen cuatro categorías: “Informativo” si se trata de noticias, “opinativo” en el caso de columnas editoriales, caricaturas y artículos de opinión, “interpretativo” para reportajes y crónicas y, por último, “datos en bruto”. Como aspectos de contenido también se analizan las fuentes según la

clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004) que diferencian entre fuentes “institucionales”, “personales”, “documentales”, “periodísticas”, “expertas” y “otras” fuentes. Se analizan, también, según la clasificación de presentación de los grupos sociales de Callejo Gallego (2008): “presentación directa” y “presentación indirecta”. Por último, se analiza el hipertexto: el número de enlaces y si se trata de macronavegación (el enlace pertenece al mismo medio) o micronavegación (pertenece a otra página web) según la clasificación de Díaz Noci y Salaverría (2003).

-Autoría: determina si la pieza periodística está firmada o no. Si lo está, se diferencia entre “redacción/nombre del medio”, “agencia” o el nombre del “autor/autora”. Si no está firmada se clasifica como “anónimo”.

-Participación: por un lado, se analiza si el cibermedio admite comentarios en la noticia analizada y el número de estos. Por otro, si permite compartir y si entre las herramientas para la difusión se encuentran *Twitter* y *Facebook*.

Las fichas de codificación cuentan con un apartado destinado a comentarios por si resulta necesario destacar algo de la pieza periodística.

1.2 Análisis de las páginas web

Las fichas de codificación que analizan el contenido de las páginas web de EPLyG y el 15-M siguen una estructura similar a las de los cibermedios. Únicamente varía el apartado de datos de identificación que incluye el nombre del movimiento, el día de codificación, la URL de la página web y el tema seleccionado.

1.3 Análisis de *Twitter*

La tercera modalidad de ficha de codificación destinada al análisis de *@ESCUELA_PLG* y *@15MValladolid*, las cuentas en esta red social de los movimientos sociales seleccionados, se encuentra estructurada en dos partes.

1. Datos de identificación: contiene el nombre del perfil o cuenta en la red social, el día de publicación del *tuit* que coincidirá con las fechas seleccionadas para el análisis y la hora de publicación de este.

2. Análisis del *tuit*: en primer lugar se analiza si tiene o no elementos gráficos o audiovisuales clasificándolos en “uno”, “más de uno” o “ninguno” y si estos son “fotografía”, “video” u “otro”. En segundo lugar si contiene enlaces o no y si se dirige al usuario a la web corporativa del movimiento –“web propia”–, a un “medio de comunicación” o a “otro”. En tercer lugar, se incluye la etiqueta o *hashtag* y de cuál se trata. Por último, se analiza su enfoque en función de si es “informativo”, “interpretativo” u “opinativo”.

3. Difusión e interacción: se estructura en tres apartados basados en las tres opciones de difusión e interacción que esta red social ofrece. Esto es “*retuis*”, “menciones” y “favoritos” y sus valores cuantitativos: “ninguno/a”, “uno/a” y “más de uno/a”.

Las fichas se completan con un apartado destinado a comentarios.

Anexo 2. Fichas de codificación

2.1 Análisis cobertura mediática de *elnortedecastilla.es*. Huelga en Educación

Datos de identificación	Nombre del medio	www.elnortedecastilla.es				
	Día de publicación	27/03/2014				
	Hora de publicación	14:16				
	Enlace	http://www.elnortedecastilla.es/20140327/local/valladolid/jovenes-concentran-plaza-mayor-201403271416.html				
Portada	Número de noticias relacionadas	Mañana	1	%	2,94	
		Tarde	1	%	3,12	
		Noche	2	%	7,14	
	Total de noticias publicadas	Mañana	34			
		Tarde	32			
		Noche	28			
	Noticia principal destacada	Mañana	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
		Tarde	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
		Noche	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
	Elementos gráficos o audiovisuales	Mañana	Número	Uno		
				Más de uno	X	
				Ninguno		
			Tipo	Fotografía	X	
				Video	X	
				Otro		
Tarde		Número	Uno			
			Más de uno	X		
			Ninguno			
		Tipo	Fotografía	X		
			Video	X		
			Otro			
Noche		Número	Uno			
			Más de uno	X		
			Ninguno			
		Tipo	Fotografía	X		
			Video	X		
			Otro			
Pieza	Elementos gráficos	Número	Uno	X		

analizada	o audiovisuales				Más de uno			
					Ninguno			
			Tipo		Fotografía		X	
					Video			
					Otro			
	Extensión de la pieza		Un párrafo					
			De dos a cuatro párrafos					
			Más de cuatro párrafos		X			
	Tipo de enfoque	Titular	Informativo		X			
			Interpretativo					
			Opinativo	Crítico	Positivo			
					Negativo			
					Neutro			
					Otro			
		Otro						
		Cuerpo	Informativo		X			
			Interpretativo					
			Opinativo	Crítico	Positivo			
					Negativo			
					Neutro			
					Otro			
	Otro							
	Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo					
			Interpretativo		X			
			Opinativo					
			Datos en bruto					
	Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004)		Institucionales		X	1	
Personales								
Documentales								
Periodísticas								
Expertas								
Otras								
Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)		Directas						
		Indirectas						
Hipertexto	Número de enlaces		X					
	Clasificación Díaz Noci y Salaverría (2003)		Micronavegación		X			
			Macronavegación					
Autoría	Anónimo							
	Redacción/nombre del medio							
	Agencia							
	Autor/autora					X		
Participación	Permite comentar		Sí		X			
			No					
	Número de comentarios		0					
Permite compartir		Sí			X			

		No	
	Herramientas para compartir	<i>Twitter</i>	X
		Número de veces que se ha <i>tuiteado</i>	24
		<i>Facebook</i>	X
		Número de veces que se ha recomendado	189
Comentarios	La pieza periodística no contiene declaraciones del movimiento social por lo que no es posible analizar la presentación “directa” o “indirecta” de Callejo Gallego (2008). Contiene el número aproximado de asistentes a la concentración/manifestación, el lugar, la hora y los motivos de la huelga.		

Datos de identificación	Nombre del medio	www.elnortedecastilla.es				
	Día de publicación	27/03/2014				
	Hora de publicación	18:57				
	Enlace	http://www.elnortedecastilla.es/rc/20140327/mas-actualidad/vida-ocio/wert-vandalismo-201403271551.html				
Portada	Número de noticias relacionadas	Mañana	1	%	2,94	
		Tarde	1	%	3,12	
		Noche	2	%	7,14	
	Total de noticias publicadas	Mañana	34			
		Tarde	32			
		Noche	28			
	Noticia principal destacada	Mañana	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
		Tarde	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
		Noche	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
	Elementos gráficos o audiovisuales	Mañana	Número	Uno		
				Más de uno	X	
				Ninguno		
			Tipo	Fotografía	X	
				Video	X	
				Otro		
Tarde		Número	Uno			
			Más de uno	X		
			Ninguno			
		Tipo	Fotografía	X		

				Video	X		
				Otro			
		Noche	Número	Uno			
				Más de uno	X		
				Ninguno			
			Tipo	Fotografía	X		
				Video	X		
				Otro			
Pieza analizada	Elementos gráficos o audiovisuales	Número		Uno	X		
				Más de uno			
				Ninguno			
		Tipo		Fotografía			
				Video	X		
				Otro			
	Extensión de la pieza		Un párrafo				
			De dos a cuatro párrafos		X		
			Más de cuatro párrafos				
	Tipo de enfoque	Titular	Informativo		X		
			Interpretativo				
			Opinativo	Crítico	Positivo		
					Negativo		
					Neutro		
		Otro					
		Otro					
		Cuerpo	Informativo		X		
			Interpretativo				
			Opinativo	Crítico	Positivo		
	Negativo						
	Neutro						
	Otro						
	Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo				
		Interpretativo		X			
		Opinativo					
		Datos en bruto					
Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004)		Institucionales	X	1		
			Personales				
			Documentales				
			Periodísticas				
			Expertas				
	Otras						
	Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)		Directas				
Indirectas							
Hipertexto	Número de enlaces		0				
	Clasificación Díaz Noci y		Micronavegación				

		Salaverría (2003)	Macronavegación		
Autoría	Anónimo				
	Redacción/nombre del medio				
	Agencia		X		
	Autor/autora				
Participación	Permite comentar	Sí	X		
		No			
	Número de comentarios		4		
	Permite compartir	Sí		X	
		No			
	Herramientas para compartir	Twitter		X	
		Número de veces que se ha tuiteado		8	
		Facebook		X	
Número de veces que se ha recomendado		0			
Comentarios	La pieza es breve y su único contenido son las declaraciones del ministro de Educación José Ignacio Wert sobre lo ocurrido el primer día de huelga en Madrid y establece que “hay algo más que vandalismo en lo que ha ocurrido”.				

Datos de identificación	Nombre del medio	www.elnortedecastilla.es				
	Día de publicación	27/03/2014				
	Hora de publicación	19:49				
	Enlace	http://www.elnortedecastilla.es/rc/20140327/mas-actualidad/vida-ocio/ciudad-universitaria-incidentes-201403271009.html				
Portada	Número de noticias relacionadas	Mañana	1	%	2,94	
		Tarde	1	%	3,12	
		Noche	2	%	7,14	
	Total de noticias publicadas	Mañana	34			
		Tarde	32			
		Noche	28			
	Noticia principal destacada	Mañana	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
		Tarde	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
			No	X		
		Noche	Sí	X		
			No			
Relacionada			Sí			
		No	X			
Elementos gráficos	Mañana	Número	Uno			

	o audiovisuales					Más de uno	X		
						Ninguno			
				Tipo		Fotografía	X		
						Video	X		
			Otro						
			Tarde		Número		Uno		
							Más de uno	X	
							Ninguno		
			Tipo		Fotografía	X			
					Video	X			
					Otro				
Noche		Número		Uno					
				Más de uno	X				
				Ninguno					
		Tipo		Fotografía	X				
Video	X								
Otro									
Pieza analizada	Elementos gráficos o audiovisuales		Número		Uno	X			
					Más de uno				
					Ninguno				
			Tipo		Fotografía	X			
					Video				
					Otro				
	Extensión de la pieza		Un párrafo						
			De dos a cuatro párrafos						
			Más de cuatro párrafos		X				
	Tipo de enfoque	Titular	Informativo		X				
			Interpretativo						
			Opinativo	Crítico	Positivo				
					Negativo				
					Neutro				
					Otro				
		Otro							
		Cuerpo	Informativo		X				
			Interpretativo						
			Opinativo	Crítico	Positivo				
					Negativo				
					Neutro				
	Otro								
	Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo						
			Interpretativo		X				
		Opinativo							
		Datos en bruto							
Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y		Institucionales		X	2			
			Personales						

		Longman (2004)	Documentales		
			Periodísticas		
			Expertas		
			Otras		
		Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)	Directas		
	Indirectas				
	Hipertexto	Número de enlaces	0		
		Clasificación Díaz Noci y Salaverría (2003)	Micronavegación		
			Macronavegación		
	Autoría	Anónimo			
		Redacción/nombre del medio			
		Agencia		X	
		Autor/autora			
	Participación	Permite comentar	Sí	X	
			No		
Número de comentarios		0			
Permite compartir		Sí		X	
		No			
Herramientas para compartir		Twitter		X	
		Número de veces que se ha tuiteado	9		
	Facebook		X		
	Número de veces que se ha compartido	0			
Comentarios	No es posible analizar las fuentes de Callejo Gallego (2008) ya que ninguna de las fuentes procede de los propios movimientos sociales. La pieza se basa en los altercados en la Universidad Complutense de Madrid durante el primer día de huelga (26/03/2014).				

2. 2 Análisis cobertura mediática de *elnortedecastilla.es*. Tercer aniversario del 15-M

Datos de identificación	Nombre del medio	www.elnortedecastilla.es			
	Día de publicación	15/05/2014			
	Hora de publicación	17:23			
	Enlace	http://www.elnortedecastilla.es/rc/20140515/mas-actualidad/espana/resucita-urnas-20140515002615.html			
Portada	Número de noticias relacionadas	Mañana	0	%	0
		Tarde	0	%	0
		Noche	0	%	0
	Total de noticias publicadas	Mañana	30		
		Tarde	38		
		Noche	30		
Noticia principal destacada	Mañana	Sí	X		
		No			

			Relacionada	Sí		
				No	X	
		Tarde	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
				No	X	
		Noche	Sí	X		
			No			
			Relacionada	Sí		
				No	X	
Elementos gráficos o audiovisuales	Mañana	Número	Uno			
			Más de uno		X	
			Ninguno			
		Tipo	Fotografía		X	
			Video		X	
			Otro			
		Tarde	Número	Uno		
				Más de uno		X
				Ninguno		
	Tipo		Fotografía		X	
			Video		X	
	Noche	Número	Uno			
			Más de uno		X	
			Ninguno			
		Tipo	Fotografía		X	
Video			X			
Pieza analizada	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno		X	
			Más de uno			
			Ninguno			
		Tipo	Fotografía		X	
			Video			
			Otro			
	Extensión de la pieza	Un párrafo				
		De dos a cuatro párrafos				
		Más de cuatro párrafos		X		
Tipo de enfoque	Titular	Informativo				
		Interpretativo		X		
		Opinativo	Crítico	Positivo		
				Negativo		
				Neutro		
	Otro					
Cuerpo	Informativo					

			Interpretativo	X		
			Opinativo	Crítico	Positivo	
					Negativo	
					Neutro	
					Otro	
	Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo			
			Interpretativo	X		
			Opinativo			
			Datos en bruto			
	Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004)	Institucionales	X	4	
			Personales	X	3	
			Documentales		1	
			Periodísticas		0	
			Expertas	X	1	
			Otras		0	
		Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)	Directas			
			Indirectas	X		
	Hipertexto	Número de enlaces	0			
		Clasificación Díaz Noci y Salaverría (2003)	Micronavegación			
			Macronavegación			
	Autoría	Anónimo				
		Redacción/nombre del medio				
		Agencia				
		Autor/autora	X			
	Participación	Permite comentar	Sí	X		
			No			
		Número de comentarios	1			
		Permite compartir	Sí			X
			No			
		Herramientas para compartir	Twitter			
	Número de veces que se ha tuiteado					
	Facebook				X	
		Número de veces que se ha recomendado				
Comentarios						

2.3 Análisis cobertura mediática de *ultimocero.com*. Huelga en Educación

Datos de identificación	Nombre del medio	www.ultimocero.com
	Día de publicación	27/03/2014
	Hora de publicación	
	Enlace	http://www.ultimocero.com/articulo/masiva-respuesta-estudiantil-contra-la-lomce-y-la-reforma-universitaria

Portada	Número de noticias relacionadas		0		%	0		
	Total de noticias publicadas		6					
	Noticia principal destacada		Sí					
			No		X			
			Relacionada con el tema		Sí			
					No			
	Elementos gráficos o audiovisuales		Número		Uno			
					Más de uno		X	
					Ninguno			
			Tipo		Fotografía		X	
Video								
Otro								
Otro								
Video								
Otro								
Pieza analizada	Elementos gráficos o audiovisuales		Número		Uno		X	
					Más de uno			
					Ninguno			
			Tipo		Fotografía		X	
					Video			
					Otro			
	Extensión de la pieza		Un párrafo					
			De dos a cuatro párrafos					
			Más de cuatro párrafos		X			
	Tipo de enfoque	Titular	Informativo					
			Interpretativo		X			
			Opinativo	Crítico	Positivo			
					Negativo			
					Neutro			
					Otro			
		Cuerpo	Informativo					
			Interpretativo					
Opinativo			Crítico	Positivo		X		
				Negativo		X		
Neutro								
Otro								
Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo						
		Interpretativo		X				
		Opinativo						
		Datos en bruto						
Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004)		Institucionales					
			Personales		X			
			Documentales		2			

			Periodísticas			
			Expertas			
			Otras			
			Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)	Directas		
				Indirectas		
	Hipertexto	Número de enlaces				
		Clasificación Díaz Noci y Salaverría (2003)	Micronavegación			
			Macronavegación			
	Autoría	Anónimo				
		Redacción/nombre del medio		X		
		Agencia				
		Autor/autora				
	Participación	Permite comentar	Sí			
			No			
		Número de comentarios				
Permite compartir		Sí		X		
		No				
Herramientas para compartir		Twitter		X		
		Número de veces que se ha tuiteado		15		
	Facebook		X			
	Número de veces que se ha recomendado		1			
Comentarios	La pieza no contiene la hora de publicación. Las piezas de <i>ultimocero.com</i> pueden comentarse únicamente si eres usuario registrado en el cibermedio. Aporta información detallada sobre los lugares y calles que componen el recorrido, los mensajes de las pancartas... aunque el texto contiene adjetivación aporta datos detallados como el número de los edificios donde los manifestaban hacían sentadas, la información difundida por el movimiento en el manifiesto final y contiene un despiece con información de lo ocurrido en Madrid el día anterior y las demandas de los manifestantes de la misma ciudad durante la huelga.					

2.4 Análisis página web Movimiento EPLyG

Datos de identificación	Nombre del movimiento	EPLyG		
	Día de codificación	16/05/2014		
	URL	http://escuelapublicalaicagratis.blogspot.com.es/		
	Tema	Huelga en Educación		
Portada	Número de noticias relacionadas	0		
	Total de noticias publicadas	16	%	
	Noticia principal destacada	Sí		
No			X	

	Elementos gráficos o audiovisuales	Relacionada con el tema		Sí		
				No		
		Número		Uno		
				Más de uno	X	
				Ninguno		
		Tipo		Fotografía	X	
		Video				
		Otro	X			
Pieza analizada*	Elementos gráficos o audiovisuales	Número		Uno		
				Más de uno		
				Ninguno		
		Tipo		Fotografía		
				Video		
				Otro		
	Extensión de la pieza		Un párrafo			
			De dos a cuatro párrafos			
			Más de cuatro párrafos			
	Tipo de enfoque	Titular	Informativo			
			Interpretativo			
			Opinativo	Crítico	Positivo	
					Negativo	
					Neutro	
					Otro	
		Otro				
		Cuerpo	Informativo			
			Interpretativo			
			Opinativo	Crítico	Positivo	
					Negativo	
					Neutro	
	Otro					
	Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo			
			Interpretativo			
		Opinativo				
		Datos en bruto				
Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004)	Institucionales				
		Personales				
		Documentales				
		Periodísticas				
		Expertas				
		Otras				
	Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)	Directas				
		Indirectas				
Hipertexto	Número de enlaces					
	Clasificación Díaz Noci y	Micronavegación				

		Salaverría (2003)	Macronavegación	
Autoría	Anónimo			
	Redacción/nombre del medio			
	Agencia			
	Autor/autora			
Participación	Permite comentar	Sí		
		No		
	Número de comentarios	0		
	Permite compartir	Sí		
		No		
Herramientas para compartir	Twitter			
	Facebook			
Comentarios	Debido al diseño y organización de la página web resulta complicado la búsqueda de contenidos concretos. En portada, todos los contenidos se muestran de manera completa por lo que el grado de dificultad en la búsqueda es mayor. También muestra los últimos <i>tuits</i> que @ESCUELA_LPG ha difundido, permite el acceso a diversas páginas y blogs relacionados como son los de colegios e institutos públicos y enlaces de interés. No se ha encontrado ninguna entrada o contenido relacionado con la huelga en educación objetivo de análisis aunque si que cuenta con información de huelgas anteriores.			

*De la página web de EPLYG únicamente se ha analizado la portada ya que no contiene información sobre la huelga en educación de 27 de marzo de 2014.

2. 5 Análisis página web movimiento 15-M

Datos de identificación	Nombre del movimiento	15-M			
	Día de codificación	16/05/2014			
	URL	http://www.15mvalladolid.com/			
	Tema	Tercer aniversario movimiento 15-M			
Portada	Número de noticias relacionadas	1			
	Total de noticias publicadas	10	%		
	Noticia principal destacada	Sí			
		No	X		
		Relacionada con el tema	Sí		
	No				
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno		
			Más de uno	X	
Ninguno					
Tipo		Fotografía	X		
	Video	X			
	Otro	X			
Pieza	Elementos gráficos	Número	Uno		

analizada	o audiovisuales				Más de uno			
					Ninguno	X		
			Tipo				Fotografía	
							Video	
					Otro			
	Extensión de la pieza		Un párrafo					
			De dos a cuatro párrafos		X			
			Más de cuatro párrafos					
	Tipo de enfoque	Titular	Informativo		X			
			Interpretativo					
			Opinativo	Crítico	Positivo			
					Negativo			
					Neutro			
		Otro						
		Otro						
		Cuerpo	Informativo		X			
			Interpretativo					
			Opinativo	Crítico	Positivo			
	Negativo							
	Neutro							
	Otro							
	Género (Según la clasificación de Salaverría y Cores, 2005)		Informativo		X			
			Interpretativo					
			Opinativo					
			Datos en bruto					
	Fuentes	Según la clasificación de Nora Paul, Kathleen A. Hansen y Longman (2004)		Institucionales				
				Personales				
Documentales								
Periodísticas								
Expertas								
Otras								
Según la clasificación de presentación de Callejo Gallego (2008)		Directas						
		Indirectas						
Hipertexto	Número de enlaces		0					
	Clasificación Díaz Noci y Salaverría (2003)		Micronavegación					
			Macronavegación					
Autoría	Anónimo			X				
	Redacción/nombre del medio							
	Agencia							
	Autor/autora							
Participación	Permite comentar		Sí		X			
			No					
	Número de comentarios		0					
	Permite compartir		Sí		X			
No								

		Herramientas para compartir	<i>Twitter</i>	X
			Número de veces que se ha <i>tuiteado</i>	
			<i>Facebook</i>	X
Comentarios	La entrada analizada en la página web de este movimiento contiene información sobre la convocatoria del sábado 17 de mayo para celebrar el aniversario del movimiento 15-M con diferentes actos. Contiene el lugar de la concentración y un desglose de las actividades que se realizarán durante el día organizadas por horas. En cuanto al diseño de la página web, las piezas que conforman la portada son demasiado extensas para formar parte de esta. Muestra gran cantidad de información por cada pieza lo que dificulta una lectura rápida de la portada para seleccionar los contenidos a los que se quiere acceder. La marca en la casilla “otros” en el ítem de elementos gráficos o audiovisuales se refiere a la cartelería de concentraciones, manifestaciones y diferentes actos del movimiento.			

2. 6 Análisis Twitter movimiento 15-M

Datos de identificación	Perfil o cuenta	<i>@15MValladolid</i>			
	Día de publicación	15/5/2014			
	Hora de publicación	14:08			
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno		
			Más de uno		
			Ninguno	X	
		Tipo	Fotografía		
			Vídeo		
			Otro		
	Enlaces	Número	Uno		
			Ninguno	X	
		Tipo	Web propia		
			Medio de comunicación		
	<i>Hashtag</i> o etiqueta	Sí			
		No	X		
		Cuál			
	Tipo de enfoque	Informativo	X		
		Interpretativo			
		Opinativo	Crítico	Positivo	
				Negativo	
Neutro					
Otro					
Otro					
Difusión e interacción	<i>Retweets</i>	Número	Ninguno		
			Uno	X	
			Más de uno		

	Menciones	Número	Ninguna	
			Una	X
			Más de una	
	Favoritos	Número	Ninguno	
			Uno	X
Más de uno				
Comentarios	El <i>tweet</i> es una respuesta a la felicitación de Jóvenes Izquierda Unida por el aniversario.			

Datos de identificación	Perfil o cuenta	@15MValladolid			
	Día de publicación	15/5/2014			
	Hora de publicación	14:19			
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno		
			Más de uno		
			Ninguno	X	
		Tipo	Fotografía		
			Vídeo		
			Otro		
	Enlaces	Número	Uno		
			Ninguno	X	
		Tipo	Web propia		
			Medio de comunicación		
	<i>Hashtag</i> o etiqueta	Sí			
		No	X		
		Cuál			
	Tipo de enfoque	Informativo		X	
		Interpretativo			
		Opinativo	Crítico	Positivo	
				Negativo	
Neutro					
Otro					
Otro					
Difusión e interacción	<i>Retweets</i>	Número	Ninguno		
			Uno	X	
			Más de uno		
	Menciones	Número	Ninguna		
			Una	X	
			Más de una		
	Favoritos	Número	Ninguno	X	
Uno					
Más de uno					
Comentarios	Se trata de una respuesta a una mención de @mariadusman por el primer comunicado de prensa de la acampada de Valladolid.				

Datos de identificación	Perfil o cuenta	@15MValladolid		
	Día de publicación	15/5/2014		
	Hora de publicación	16:44		
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno	X
			Más de uno	
			Ninguno	
		Tipo	Fotografía	X
			Vídeo	
	Otro			
	Enlaces	Número	Uno	
			Ninguno	X
		Tipo	Web propia	
			Medio de comunicación	
	Otro			
	Hashtag o etiqueta	Sí	X	
No				
Cuál		#Feliz15M		
Tipo de enfoque	Informativo		X	
	Interpretativo			
	Opinativo	Crítico	Positivo	
			Negativo	
			Neutro	
			Otro	
Otro				
Difusión e interacción	<i>Retweets</i>	Número	Ninguno	
			Uno	
			Más de uno	X
	Menciones	Número	Ninguna	
			Una	X
			Más de una	
	Favoritos	Número	Ninguno	
Uno				
Más de uno			X	
Comentarios				

Datos de identificación	Perfil o cuenta	@15MValladolid		
	Día de publicación	15/5/2014		
	Hora de publicación	17:32		
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno	
			Más de uno	
			Ninguno	X
		Tipo	Fotografía	
Vídeo				
Otro				
Enlaces	Número	Uno	X	

			Ninguno		
		Tipo	Web propia		
			Medio de comunicación	X	
			Otro		
	<i>Hashtag</i> o etiqueta	Sí	X		
		No			
		Cuál	#Feliz15M		
	Tipo de enfoque	Informativo		X	
		Interpretativo			
		Opinativo	Crítico	Positivo	
Negativo					
Neutro					
Otro					
Otro					
Difusión e interacción	<i>Retweets</i>	Número	Ninguno		
			Uno		
			Más de uno	X	
	Menciones	Número	Ninguna		
			Una	X	
			Más de una		
	Favoritos	Número	Ninguno		
			Uno		
			Más de uno	X	
Comentarios					

Datos de identificación	Perfil o cuenta	@15MValladolid		
	Día de publicación	15/5/2014		
	Hora de publicación	19:27		
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno	
			Más de uno	
			Ninguno	X
		Tipo	Fotografía	
	Enlaces	Número	Vídeo	
			Otro	
			Uno	
			Ninguno	X
	Tipo de enfoque	Tipo	Web propia	
			Medio de comunicación	
			Otro	
			Otro	
<i>Hashtag</i> o etiqueta	Sí			
	No			
	Cuál			
Tipo de enfoque	Informativo			
	Interpretativo			
	Opinativo	Crítico	Positivo	X

				Negativo	
				Neutro	
				Otro	
		Otro			
Difusión e interacción	<i>Retweets</i>	Número	Ninguno		
			Uno	X	
			Más de uno		
	Menciones	Número	Ninguna	X	
			Una		
			Más de una		
	Favoritos	Número	Ninguno	X	
Uno					
Más de uno					
Comentarios	Se trata de una respuesta a una mención de <i>@Periodistillas</i> en relación a un reportaje del primer 15-M.				

Datos de identificación	Perfil o cuenta	<i>@15MValladolid</i>			
	Día de publicación	15/5/2014			
	Hora de publicación	20:25			
	Elementos gráficos o audiovisuales	Número	Uno		X
			Más de uno		
			Ninguno		
		Tipo	Fotografía		X
			Vídeo		
			Otro		
	Enlaces	Número	Uno		
			Ninguno		X
		Tipo	Web propia		
			Medio de comunicación		
	<i>Hashtag</i> o etiqueta	Sí		X	
		No			
		Cuál		#25MVotaAOtros	
	Tipo de enfoque	Informativo		X	
Interpretativo					
Opinativo		Crítico	Positivo		
			Negativo		X
			Neutro		
			Otro		
Otro					
Difusión e interacción	<i>Retweets</i>	Número	Ninguno		
			Uno		
			Más de uno	X	
	Menciones	Número	Ninguna	X	
			Una		
Más de una					

	Favoritos	Número	Ninguno	
			Uno	
			Más de uno	X
Comentarios	Además de la publicación de <i>tuits</i> , el 15 de mayo de 2014 el movimiento 15-M ha hecho 3 <i>retuits</i> de los cuales dos hacen referencia al tema elegido.			

Anexo 3. Transcripción de las entrevistas

3.1 *Ultimocero.com*

Entrevista realizada a Laura Fraile (@laurafrailv) –redactora de *ultimocero.com*– en Valladolid el día 27/05/2014 a las 9:00 horas.

¿Cómo obtenéis información relativa a los movimientos sociales? ¿Recurrís a sus webs o redes sociales? ¿Son los movimientos los que acuden a vosotros?

En mi caso, por ejemplo, soy de Valladolid y, salvo dos años que he estudiado fuera, siempre he vivido aquí. Valladolid es una ciudad relativamente pequeña y muy manejable y antes de entrar a trabajar en *ultimocero.com* ya tenía mis propias redes de contacto. Esto ya, de alguna forma, te ofrece un conocimiento del contexto que me ha servido de gran ayuda para trabajar en *Último Cero*. Hay que sumar que *Facebook*, evidentemente, es fundamental para enterarme de muchas cosas que se hacen. Soy yo misma la que tengo libertad para elegir ciertos temas y además de todas las cosas que se hacen –porque Valladolid a nivel cultural asociativo es cierto que está muy vivo– la dificultad no es tanto ver qué cubrir sino qué elegir, para que sea lo más interesante. Además, me llegan informaciones a través de correo electrónico y listas de correos porque formo parte de ciertas asociaciones o colectivos de los que ya formaba parte antes. También obtienes información en la calle, en algunos bares que actúan como espacio de encuentro... al final mantener conversaciones de este tipo es normal más allá de los horarios de trabajo. Es algo que impregna a la ciudad, que está en los periódicos y en las conversaciones.

Valoración de la comunicación externa de EPLyG y el 15-M, ¿creéis que si la comunicación externa fuese mayor recibirían mayor cobertura?

Lo que noto, por mi experiencia, es que hay una gran diferencia entre gente que sí que tiene puesto el “chip” de los medios de comunicación, a lo mejor porque le han entrevistado más veces o porque conoce a ciertos periodistas y sabe a quién llamar, que se manejan muy bien y que, al final, reciben cobertura. También hay gente, por otro lado, que no tiene este “chip” puesto de la importancia de invertir esfuerzo o considerar que el contacto con los medios es tan importante como estar tres días pensando en el diseño del cartel de una actividad o qué ponentes se trae a unas jornadas. Hay gente que no se mueve y no manda una nota de prensa, que no conoce bien las herramientas, la potencia de poder mandar una nota a los medios o, simplemente, hacerse con un listado de cinco o seis medios de comunicación a los que mandarles información, de tener un *Facebook* o un *Twitter* actualizado... Sí que hay una

gran diferencia. Hay ciertos movimientos que tienen una trayectoria muy larga y que están acostumbrados a hacer la comunicación de otra forma: mediante largas listas de correo, reuniones, otros que tienen otras redes de afecto y de otro tipo que ya funcionan, pero considero que deberían complementarse con estas.

¿Por qué el pasado 15 de mayo –tercer aniversario del 15-M– no publicasteis nada relacionado con el tema? ¿De qué depende la cobertura de los movimientos sociales?

(Mira la agenda) Vale, Amnistía Internacional. En el periódico solo somos tres redactores y, aunque el número de contenidos que sacamos diario es menor que el de otros –seis piezas al día–, es fácil que haya un día en el que cada uno estemos con un tema en concreto y no lo podamos asumir. Nos encantaría llegar a todo. Te enteras de muchas cosas y quieres contarlo todo pero no es posible, aunque te organices muy bien. En este caso, no estuvimos porque no llegamos a más, no porque no nos hubiese gustado cubrirlo.

Os definís como *un portal informativo independiente, sin ataduras, sin condicionamientos institucionales, partidistas ni económicos...* ¿Cómo os posicionáis en la cobertura del 15-M y EPLyG?

Yo respondo por mí, aunque podría responderte también por mis compañeros pero prefiero no hacerlo. El primer debate cuando estudias periodismo es la objetividad y te acompaña toda tu vida. Yo tengo mis dudas. En mi caso, cuando escribo sobre un tema tengo mis simpatías y antipatías. Cuando elijo hablar de un tema es porque lo considero interesante, porque lo sigo y me gusta profundizar en ello. De alguna forma se genera un vínculo que se nota cuando se escribe. Me cuesta ser fría y completamente neutral cuando el proceso que me lleva a escribir sobre ese tema o el conocimiento previo que tengo de esas personas involucradas ha hecho que se tejan ciertos vínculos. No es opinión pero si que dejas un poso, se puede leer entre líneas y se nota. Se nota si al periodista le gusta el tema. Además, el tipo de temas por los que apostamos nos describen y hacen que seamos lo que somos. Cuando nos han invitado a participar en charlas, que han sido dos o tres veces, siempre empiezas explicando, para mí por lo menos, que *ultimocero.com* trata de cubrir temas que no estaban cubiertos en los periódicos tradicionales o que no estaban cubiertos con la dignidad que se merecen.

¿Independientemente del movimiento –EPLyG o 15-M– la cobertura que hacéis es similar?

Yo no he tocado, en este caso concreto, la cobertura de ambos pero sí de otras plataformas. Aludo a otro ejemplo, mi primer contacto informativo con la Plataforma por el Aborto y la Sexualidad Libre fue a raíz de una manifestación que iban a hacer. Como era reciente consideré que, antes de publicar la crónica de la manifestación, había que hacer una previa para dar a conocer qué era, por quién estaba formada, qué objetivos tenía... sobre todo cuando como organizaciones relacionadas con el feminismo en Valladolid solo estaba la Coordinadora de Mujeres. Lo ideal es complementar con información relativa a quién es, de dónde viene, qué hace... con la crónica. Pero cuando son colectivos conocidos, como en este caso, la gente ya sabe cierta información, aunque profundizar en ciertos aspectos nunca está de más. Al cubrir manifestaciones yo también me he preguntado qué contar, hay cinco o seis cosas que tienen que estar incluidas: cuál es el número de manifestantes, las consignas, si se separan en el recorrido, el manifiesto... pero sí que considero necesario profundizar.

¿Las imágenes o videos que utilizáis en *ultimocero.com* son vuestros?

En el inicio del proyecto contábamos con un fotógrafo, Carlos Arranz. Él se marchó y nosotros no podemos abordarlo todo. Contamos con dos personas que colaboran a nivel fotográfico cuando necesitamos hacer alguna fotografía especial. Yo en mis informaciones suelo hacer las fotos, pero mi cámara es “normalita” así que, a veces, si necesitamos fotos de mayor calidad, por ejemplo por la noche, les llamamos. A veces utilizamos fotos de fuera que nos envían cuando entrevistamos a alguien y respetamos la firma siempre que la persona se acuerde de quién le ha hecho la foto. A nivel de video, antes contábamos, también, con una compañera que era la que se encargaba. Tampoco está ya en el proyecto así que yo, por ejemplo, soy la que me encargo de subir algún video de mis informaciones. Hoy en día el apoyo de video es anecdótico y ya no hay casi galerías fotográficas, solo las fotos de apoyo. No funcionamos con agencias, alguna nota de prensa como apoyo pero imágenes no. Siendo tres estamos sin parar de lunes a domingo pero esta es nuestra apuesta.

3.2 *Elnortedecastilla.es*

Entrevista realizada a Mar Domínguez (@Mardominguez03), jefa de Local en *El Norte de Castilla*, en Valladolid el día 27/05/2014 a las 13:00 horas.

¿Cómo obtenéis información relativa a los movimientos sociales? ¿Recurrís a sus webs o redes sociales?

Depende mucho de cómo estén organizados ellos. En el caso de Escuela Pública Laica y Gratuita sí que están bastante bien coordinados e informan con suficiente antelación de los actos que van a hacer: asambleas, concentraciones en las puertas de los colegios, manifestaciones... Con respecto al 15-M han actuado con mayor desapego hacia los medios. Incluso al principio tuvimos problemas para que nos concedieran declaraciones. Ha sido un movimiento, que en mi opinión, ha visto que la forma que tenían de actuar inicialmente no les funcionaba porque el mensaje no llegaba, no tenía repercusión. Iban en contra de todo lo establecido, también de los medios. Eso es un poco absurdo porque quieres transmitir un mensaje y quieres que llegue a la sociedad. La forma de relacionarse con los medios ambos movimientos ha sido muy distinta, el 15-M nos puso muchas trabas y EPLyG nos iba informando de sus pasos. También está la labor del periodista. Por muchas trabas que nos pusieran, nuestra obligación como medio de comunicación social era informar de lo que estaba pasando. Te obliga, quizá, a hacer más esfuerzo y buscar otras fuentes de información. Se nota mucho cuando uno está organizado y no lo está, no había una organización clara, un portavoz, nadie quería hablar ni se quería atribuir esa responsabilidad. Al periodista le cuesta más, tiene que buscar muchas más fuentes y conseguir que todas esas fuentes piensen lo mismo. Dentro del 15-M según con quién hablaras unos te decían una cosa y otros, otra.

En cuanto a la forma de transmitirlo (15-M) como lo que es información y como lo que es noticia. Se ve la relevancia social que tiene, la proyección... Del 15-M, ahora que acabamos de tener las elecciones europeas, se ve que es un movimiento que sí ha calado. Quizá, a partir de ahora, a raíz de *Podemos* los medios de comunicación le prestemos más atención porque aquí se ha medido qué interés tiene la sociedad en este tipo de información. De ser un grupo de vallisoletanos desencantados a ya constituirse como partido político, nuestra obligación es hacer el seguimiento como lo hemos hecho.

¿Creéis que si la comunicación externa fuese mayor recibirían mayor cobertura?

Nos facilita el trabajo, pero el trabajo tiene que salir del periodista. Aunque requiera más esfuerzo el trabajo hay que hacerlo. Además desde *El Norte de Castilla* intentamos evitar el empleo de notas de prensa, hacer un corta y pega, un “todo vale”. No, el trabajo del periodista de un medio de comunicación no es ese.

¿Qué criterios seguís a la hora de difundir vuestras informaciones en las redes sociales?

En general es fuente de información pero tiene mucho peligro, por eso es fundamental el trabajo del periodista. Es otra fuente información, no es la conversación por teléfono, no es la barra del bar en la que te encuentras con alguien, no es ni comunicado ni una nota de prensa... pero también hay que pulirlo.

Me refiero a la hora de difundir vosotros vuestras propias informaciones. ¿Las más relevantes?

Claro. Hacemos un filtro de comentarios porque no todo vale. No vale el insulto, ni desprestigiar... Hay una empresa que controla este tipo de ofensas. En informaciones con muchos comentarios, interesantes, las trasladamos a papel porque el lector de papel y de Internet es distinto y no puedes privar a uno de una información ni al otro de la otra.

¿Por qué la información relacionada con el tercer aniversario del 15-M es de carácter nacional y no local?

Por ejemplo, si el 15-M tiene una acampada en Fuente Dorada que simultáneamente se está desarrollando en Sol y en la plaza mayor de Salamanca, nosotros nos ocuparemos de todo. Le daremos mayor importancia a lo que está pasando en Valladolid porque somos un medio local y regional, pero contamos lo que está pasando en otras ciudades. Es una apuesta del periódico por no circunscribirnos únicamente a lo local, salvo si son hecho que solo suceden aquí. Pero sí que solemos contextualizar ya que consideramos que al lector le viene bien tener una visión más amplia de lo que está pasando. El día del aniversario publicamos, probablemente, lo de Madrid porque es lo que estaba pasando. Los días posteriores, o anteriores, hubo algo en Valladolid que se cubrió.

¿Independientemente del movimiento –EPLyG o 15-M– la cobertura que hacéis es similar? ¿De qué depende la cobertura de estos movimientos?

Depende del interés. No es lo mismo una manifestación a favor de la Escuela Pública a la que sabes que van a ir 3.000 o 4.000 personas y que afecta a la mayoría de los ciudadanos, que otra de algo muy cerrado. No le das la misma relevancia por el interés social que pueda tener. Ahí jugamos con los espacios. A una manifestación de 3.000 personas le puedes dar dos

páginas pero en una concentración de siete, la reivindicación puede ser muy loable pero se queda en un breve porque tampoco el apoyo es mucho. Pero también lo contamos.

Pero en cuanto a la cobertura mediática, ¿se profundiza en los objetivos o demandas?

Sí que se profundiza. Fundamentalmente vamos a lo que tienen interés social y lo que le puede interesar al ciudadano. A parte del interés que tenga, *El Norte de Castilla* tiene una línea editorial y no todo vale. Nosotros podemos hablar de concentraciones a favor o en contra del aborto, pero cuando se sobrepasan ciertas líneas, por ejemplo concentraciones neonazis, de ultraizquierda o ultraderecha a las que se presentan tres personas... no le damos cobertura a eso. Tenemos una responsabilidad social, otra cosa es que estemos pendientes. Si hay una concentración estamos pendientes porque se puede “liar”, pero luego ya hay un hecho informativo. No se trata todo igual, depende de la línea editorial de cada medio y del apoyo social.

¿Las imágenes o vídeos que utilizáis, y no son de agencias, los contrastáis?

Es nuestra obligación. Como en una convocatoria que te llega por *Twitter* sobre la que te informas. Cuando nos mandan algunas fotos nos aseguramos de quién es el remitente y nos ponemos en contacto con él. De hecho, por nuestra política de derechos de autor tampoco ponemos nada de redes sociales, salvo que alguien tenga una foto abierta (en *Facebook*) e incluso ahí habría problemas. Nosotros contrastamos todo.

¿Cómo presentáis las declaraciones de los miembros del 15-M?

En el sitio. El periodista es un notario de lo que está pasando, no lo estás haciendo por teléfono. Vamos a los sitios aunque requiera más tiempo. Te identificas para que sepan que están hablando con un periodista, hablas con unos y con otros y luego interviene la capacidad del periodista para conocer su nombre e, incluso, el número de móvil para estar pendiente de llamarle en otra ocasión. Sí que preguntas si hacen de portavoz y como la respuesta es “no, no hago de portavoz” ya tienes los recursos informativos para decir “un miembro”, “un simpatizante del 15-M” y explicar que no se eligió como portavoz. Cuando el movimiento fue cogiendo fuerza, sí que había alguien que estaba más pendiente de los medios, pero siempre huyendo del título de portavoz.

3.3 Movimiento 15-M Valladolid

Entrevista a Jorge Castrillón (@*Improbable*) activista del 15-M Valladolid. Realizada el 31/05/2014 a las 17:50 a través de *Skype*.

¿Difundís algún tipo de información específica para medios de comunicación – por ejemplo notas de prensa– para la convocatoria de manifestaciones, concentraciones u otro tipo de actos? ¿Son los medios los que obtienen este tipo de información a través de otras vías?

Depende del momento. Hay tres fases en el 15-M: una primera fase de acampada donde se hicieron un montón de cosas, una segunda fase que ha durado más o menos un par de años que ha consistido en mantener la lucha en la calle y una tercera fase, por ejemplo, con la llegada de *Podemos*, en la que ha habido una transferencia de conocimiento. Yo no porque estoy en Montevideo pero mucha gente de *Podemos* de Valladolid es gente del 15-M y en particular de comunicación. En un principio, cuando estábamos acampados y había mucha presencia en la calle, sí que se mandaban boletines de prensa. Hicimos una comisión de comunicación bastante grande donde había bastantes periodistas donde se “tiró” de boletín de prensa y directamente se repartían. Luego venían o no venían, pero al menos había ese contacto. También es verdad que, en un momento muy temprano, nos dimos cuenta de que para lo que nosotros queríamos nos resultaba mucho más útil hacer uso de las redes sociales. Una vez que mandabas un boletín de prensa a un medio local publicaban la parte que querían, si es que lo sacaban, y lo leía quien lo leía. En cambio, a raíz de que la cuenta de *Twitter* empezó a tener más seguidores y cuando la de *Facebook* empezó a captar a masa crítica, nos dimos cuenta de que atraíamos a mucha más gente. En la segunda fase ya pasamos del tema boletín.

¿Cuál es la herramienta de comunicación externa a la que otorgáis mayor importancia? ¿A *Twitter* o a vuestra página web?

Nosotros desde un principio adoptamos una estrategia de pirámide. En la parte de arriba de la pirámide estaba la página web, donde poníamos nuestras noticias y donde nos podíamos explayar un poco más. Luego bajando en la pirámide estaban *Facebook* y luego *Twitter*, con la intención de replicar lo que publicábamos en la web y de atraer, también, visitantes a la web. En su momento álgido, de alguna manera, la web la medimos muy bien. Adoptamos un estilo levemente irónico, desde el principio intentamos que tuviese un tono narrativo, que se saliese un poco de la dinámica del boletín de prensa habitual para que la gente

que lo leyese lo hiciera con gusto. También plateamos las entradas en la web para que fuesen desde el principio *meneables*. *Menéame*³¹ es un agregador de noticias que de alguna manera potencia muchísimo el impacto. Hemos tenido un montón de portadas en *Menéame*. En cambio, *Twitter* –porque yo *Facebook* no lo he tocado, estaba en *Twitter* y con el equipo de redacción de la web– se utiliza más para el seguimiento de la actualidad. No solo ponemos noticias nuestras sino que también la utilizamos para mantener la tensión informativa relacionada con el 15-M.

¿Habéis fijado en el movimiento algún tipo de estrategia comunicativa interna?

Al principio lo que hubo fue mucho problema para alinear talento. Había gente muy buena en bastantes cosas y fue un poco ensayo y error. En un principio nos fijamos mucho en lo que hizo *Acampada Sol* que es mucho más grande y, luego, en un momento dado, hacia el 10 de junio, vimos que como éramos una acampada más pequeña necesitábamos otra forma de funcionar. Lo que hemos hecho de alguna forma es desarrollar una estrategia de comunicación propia. De esto estamos bastante orgullosos porque en un momento dado alcanzamos una forma de funcionar bastante buena. Consistía, básicamente, en una cierta frecuencia en la web con el tono ya mencionado y una coherencia comunicativa en las redes sociales, que estuviese transversalizado. También llevamos a cabo el seguimiento en directo de las manifestaciones, a través del *WhatsApp* y con alguien que estuviese en casa *tuiteando*. Me parece uno de los ejemplos más claros de cómo la inteligencia colectiva puede funcionar, además, en un ámbito tan complicado como es el de la comunicación. Se destacó gente muy buena, algún estudiante de comunicación que al principio no se veía capaz y que se empoderó.

Y respecto a retransmitir manifestaciones a través de *Twitter*, ¿ejercéis algún tipo de filtro sobre las imágenes que os llegan?

Por un lado siempre hemos tenido muy en cuenta que la web es colaborativa y también hay que reconocer a la gente su trabajo. Por esto, siempre hemos tenido mucho cuidado de acreditar de quién eran las fotos y de quién eran los videos. A la hora de verificar, digamos que tal y cómo nosotros lo teníamos estructurado –alguien en la manifestación *whasapeando** (sic) y alguien en casa con listas de *Twitter* mirando lo que se publicaba–, nos fijábamos en que hubiese cierta corroboración por la gente que estaba en el campo. Muy pocas veces hemos metido la pata.

³¹ Menéame es un portal web que permite enviar informaciones para que sean revisadas y promovidas por los usuarios a la página principal mediante los votos de los usuarios. Disponible en <http://www.meneame.net/faq-es> (Consulta: 01/06/2014).

El pasado 15 de mayo, la pieza que publicasteis en vuestra página web tenía el formato de nota de prensa. ¿Era para que a los ciudadanos les resultase más sencillo o estaba destinada a los medios de comunicación?

Yo llevo viviendo un año en Montevideo, así que ahora colaboro de vez en cuando con *Twitter* y de vez en cuando, también, en la web, entonces no tengo muy claro cómo lo han hecho aunque sí que lo he visto. No creo que sea tanto para los medios como para los ciudadanos. Siempre hemos tenido muy claro cuál es el panorama mediático en Valladolid y en ese sentido no nos hemos hecho muchas ilusiones. Nos hemos llevado muy bien con *ultimocero.com* porque no deja de ser parecido a nosotros pero tampoco hemos necesitado a *Radio Televisión Castilla y León* o a *El Norte de Castilla* porque el tipo de información que dan no nos compensaba. Siempre se ha hecho no tanto para la prensa sino para el público, eliminando a los medios de comunicación como intermediarios.

¿La cobertura mediática que los medios de comunicación locales llevan a cabo del 15-M es suficiente y adecuada? ¿Consideráis que los medios locales llevan a cabo la misma cobertura de todos movimientos sociales independientemente del movimiento del que se trate?

La información del 15-M –sobre todo al principio– tiene dos adjetivos: tarde y mal. Es un poco lo que está pasando con *Podemos* al nivel local. El filtrado que hicieron los medios locales del 15-M, al principio, fue de silencio absoluto y luego directamente el “no entendemos qué está pasando” y vamos a tratar de etiquetarlo de alguna manera. Yo y mis compañeros dimos un montón de ruedas de prensa y siempre era lo mismo: si éramos de izquierdas o de derechas, si íbamos a campar, qué íbamos a hacer... No había manera de salir de ese esquema. Además nos dimos cuenta de que por un lado daba igual lo que contásemos porque iban a contar su “historia”. Por otro lado, el impacto que pueda tener *El Norte de Castilla* o *El Mundo* de Valladolid para lo que a nosotros nos interesa es muy limitado. Entra dentro de la ruptura en la que los medios antiguos no son capaces de cubrir lo que está pasando.

Creo que, por lo menos en Valladolid, el tipo de cobertura es muy parroquial, lo fácil, los datos concretos. Llevan a cabo muy poco análisis de fondo. El poco análisis de fondo, por ejemplo, que ha habido es el de los artículos de opinión de Cantalapiedra de *El Norte de Castilla* que han sido infumables* (sic). Como no lo han entendido no han podido analizarlo más. Ha habido honrosas excepciones como, por ejemplo, *El Mundo* de Valladolid que, en un momento dado, sí que publicó cosas interesantes o Víctor Vela redactor de *El Norte de Castilla* que transmitió

la emoción y la energía de los primeros días. Pero en el fondo no dejan de centrarse en datos concretos que es donde se sienten más cómodos.

Haciendo referencia a la presentación directa e indirecta de Callejo Gallego (2008) sobre los grupos sociales. El 15-M no tiene portavoces, ¿se os ha etiquetado como ello en algunas informaciones?

Era la gran lucha, sobre todo al principio. A partir del primer año, cuando no había tanta gente trabajando dentro del 15-M se normalizó. Pero al principio sí que tuvimos bastante cuidado avisando de que no somos portavoces, no somos representantes, no somos delegados... aunque en un primer momento no había manera. Era Jorge Castrillón, Sergio de la Torre, María Velázquez “representante de” y esto ocasionaba fricciones dentro de la comisión de comunicación porque personalizaban y la gente estaba muy sensible. Muy curiosa esa necesidad que hay de ponerle una cara visible a todo.

3.4 Escuela Pública Laica y Gratuita

Para la consecución de la entrevista al Movimiento Escuela Pública Laica Gratuita en primer lugar se ha contactado con Concepción Ayala (*conchiayala@gmail.es*), de EPLyG. Debido a que este movimiento está conformado por varios colectivos, Ayala ha reenviado la entrevista a sus compañeros presentes en las reuniones de las organizaciones de EPLyG. A 9 de mayo, únicamente **Guillermo Martín** (*escuelapublicalaicaygratuita@gmail.com*), coordinador de MEPLyG, ha respondido a la entrevista por lo que son sus respuestas que figuran a continuación.

¿Por qué durante la huelga estudiantil del 26 y 27 marzo no se utilizaron la página web corporativa y la cuenta en *Twitter* Movimiento Escuela Pública Laica y Gratuita para difundir información?

Lo que se publica en nuestros espacios normalmente es material editado propio, convocatorias de sectores que solemos apoyar con alguna reseña y mediante consenso. La memoria me podría fallar, sobre el caso concreto no puedo detallar las causas.

¿Cuál es para vosotros la finalidad de estas herramientas? ¿Cómo se gestionan?

En estos momentos son importantes estas herramientas con la función primordial de difusión y para ese fin la utilizamos. Solemos consensuar el contenido y son dos las personas que se ocupan de ello.

¿Quién tiene acceso a vuestras herramientas comunicativas? ¿Por qué?

Es más la disponibilidad para actualizar los contenidos, aunque son dos personas las que acceden y actualizan, también por funcionalidad, no duplicar tareas y evitar cruces de información que sería contraproducente.

¿Se contrastan las imágenes y videos difundidos a través de la web y de Twitter?

¿Hay algún tipo de filtro?

Textos y cartelería se envía antes al grupo de trabajo para confirmar el contenido. Más que filtro trabajamos por consenso.

¿Cómo se hace llegar a los ciudadanos la información sobre manifestaciones, concentraciones y otro tipo de convocatorias?

Editamos cartelería y volantinas. Además se hace mediante correo electrónico, blogs, a través de *Facebook*...

¿Y a los medios?

Por nota de prensa y, en ocasiones, a través de ruedas de prensa.

¿Cuál consideráis que es la principal herramienta de comunicación externa del movimiento?

La cartelería que repartimos en los centros y el correo electrónico que tiene efecto multiplicador, donde cada organización lo reenvía a sus listas de correo.

¿Consideráis que los medios de comunicación locales referidos llevan a cabo una cobertura mediática de MEPLYG suficiente y adecuada? ¿Por qué?

La considero inadecuada, escasa, con errores –quiero pensar que por ignorancia–. *Último Cero* suele optar por un buen despliegue informativo, pero el resto de medios informan de manera desigual. Suelen silenciar toda aquella información que puede poner en evidencia a la Administración.

¿Consideráis que los medios locales llevan a cabo la misma cobertura de todos movimientos sociales independientemente del movimiento que se trate y de la línea editorial del medio?

Para nada. Es imposible, porque no te dan oportunidad para ello. Es imposible dar la réplica en la misma medida en que los medios hacen propaganda de quienes gobiernan. A los movimientos sociales no se les da cobertura, o muy poca.