

## Del 11M al #15M. Nuevas tecnologías y movilización social en España

Guillermo López García\*

Universidad de Valencia, España.

[guillermo.Lopez@uv.es](mailto:guillermo.Lopez@uv.es)

**Resumen** • El desarrollo de las nuevas tecnologías en las últimas dos décadas está generando importantes cambios en la manera que tiene el público de acceder a la información; de evaluarla y opinar sobre ella; de socializar con los demás individuos de su entorno y con la versión extendida que supone el entorno conformado en Internet; y, por último, para adoptar consecuencias políticas a partir de las informaciones y opiniones que recibe y que también aporta.

Este artículo busca escarbar en dichos cambios centrándose en dos fenómenos de movilización social particularmente importantes en España. Por un lado, los atentados terroristas del 11 de marzo de 2004 en Madrid, que generaron un proceso acelerado de formación de la opinión pública en modo alguno ajeno a los resultados electorales de los comicios que tuvieron lugar tres días después, el 14 de marzo. Por otro, las movilizaciones surgidas en las plazas de las principales ciudades españolas como consecuencia de la gran manifestación del 15 de mayo de 2011 en Madrid, convocada por diversas organizaciones ciudadanas y cuya convocatoria fue difundida fundamentalmente a través de Internet. Un movimiento que acabó conociéndose como “#15M”, en referencia a la indisoluble unión del movimiento con la dinámica propia de las redes sociales (Twitter, en particular).

Entre ambos fenómenos media un espacio de siete años. El papel de las nuevas tecnologías, del público y de los medios convencionales, e incluso la propia naturaleza de dichas tecnologías (y también del público, y de los medios convencionales, aunque en menor medida), ha experimentado importantes cambios a lo largo de este tiempo. Sin embargo, la naturaleza de ambos fenómenos es, esencialmente, la misma. Como veremos, en ambos casos se trata de dinámicas generadoras de un contrapoder, por parte de la ciudadanía, opuesto a los poderes convencionales, o que como mínimo buscaban influir poderosamente sobre ellos.

**Palabras Claves** • 11M / #15M / Redes sociales / Movilización social / Opinión pública / España.

---

\* Doctor en Comunicación Social, Universidad de Valencia, (Valencia, España). E-mail: [guillermo.Lopez@uv.es](mailto:guillermo.Lopez@uv.es)

## 1. Nuevos públicos y nuevos medios

Para entender los cambios que estamos experimentando, es preciso ubicarlos en su contexto histórico. Al hacerlo, veremos hasta qué punto el grado de desarrollo de las tecnologías digitales, su imbricación social, se ha producido a un ritmo de vértigo (Manovich, 2005). Una mirada retrospectiva al siglo pasado nos muestra un panorama muy diferente al actual. Un panorama en el que la tecnología móvil apenas ha comenzado a desarrollarse, en el que Internet sólo tiene una tasa de penetración del 5% de la población, y en el que los medios convencionales continúan ligados con un determinado soporte de exposición y de almacenamiento (el televisor y la cinta de vídeo; los puestos de venta de prensa y el papel; el transistor y la cassette). Dichos medios, además, concentran enormes audiencias y un grado de influencia no menos enorme, en consecuencia, sobre la población.

No hablamos de un pasado remoto, aunque a veces lo parezca; hablamos de hace apenas quince años. Quince años en los que la audiencia de Internet, en España, ha pasado del mencionado 5% a un 60%<sup>1</sup> (superior a los índices de consumo de cualquier otro sistema de comunicación, salvo la televisión). En los que dicha audiencia, además, ha experimentado un acelerado proceso de alfabetización digital, de manera que en muy poco tiempo (hablando en términos históricos), muchísima gente ha adquirido soltura en el manejo de las diversas tecnologías digitales para los fines más diversos.

Como correlato lógico de esta apropiación de los contenidos y tecnologías digitales, estamos viviendo un proceso paulatino de abandono de los medios convencionales. El público, y muy en particular las generaciones más jóvenes, está abandonando en masa los medios impresos. Y, en menor medida, también la radio y la televisión como vía para informarse. En lugar de ello, optan por los medios digitales y por los sistemas de comunicación interpersonal, vehiculados a través de Internet, que les permiten acercarse a una visión de la actualidad más inmediata y fragmentaria.

El escenario mediático, por tanto, implica un aumento exponencial de los medios de comunicación disponibles para el público. Dichos medios, en su mayoría, son mucho más pequeños que los medios convencionales (en su audiencia, su estructura y su alcance). El escenario que se está generando, en consecuencia, es el de una segmentación cada vez mayor del ecosistema comunicativo, caracterizado por un número enorme de micromedios de carácter especializado, que conviven con los grandes cibermedios (en su mayoría, pero no exclusivamente, provenientes de antecedentes audiovisuales o impresos).

Se trata, en resumen, de un escenario en el que el modelo tradicional de



comunicación, de carácter fuertemente jerarquizado, según el cual un número reducido de grandes medios de comunicación envían contenidos a una audiencia de masas de carácter pasivo, está, sin duda, puesto en tela de juicio. El ejemplo español de los atentados terroristas del 11 de marzo de 2004 constituye un claro, y ciertamente temprano, ejemplo de dichos cambios.

## **2. Los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid**

El 11M se produce tres días antes de las Elecciones Generales españolas (elecciones legislativas e, indirectamente, también presidenciales). Se trata de un proceso electoral en sí convulso, puesto que, a lo largo de los dos años anteriores, se había radicalizado el debate público entre el Gobierno del PP y la oposición (socialistas y nacionalistas), centrándose en la lucha contra el terrorismo de ETA.

El comportamiento del Gobierno conservador y su presidente, José María Aznar, en torno a algunas cuestiones (la participación española en la guerra de Irak de 2003, o el hundimiento del petrolero Prestige frente a las costas de Galicia en 2002) provocaron movilizaciones ciudadanas y redujeron la confianza pública. Pese a todo, el PP partía con una pequeña ventaja, según las encuestas, de cara a las Elecciones Generales del domingo 14 de marzo de 2004.

Es en ese escenario en el que se producen los atentados más brutales, por el número de víctimas y también por la naturaleza de los mismos, de la historia reciente del país. De inmediato, y a pesar de la conmoción que se vive en España, la opinión pública busca responder a una pregunta: ¿quién ha sido? Porque todo el mundo es muy consciente de que muchas cosas dependen de la respuesta a esta pregunta. Si la autoría correspondiera al terrorismo islamista de Al Qaeda, podría verse como una consecuencia directa de la participación española en la reciente guerra de Irak (vista, y más aún retrospectivamente, como un absurdo proyecto personal del presidente Aznar frente al rechazo del 90% de la población). Si fuese obra de la banda terrorista ETA, en cambio, de alguna forma validaría el firme enfrentamiento del Gobierno conservador frente a este grupo terrorista, que llevaba actuando en España desde los años sesenta.

Por lo tanto, a lo largo de estos tres días surgen dos hipótesis respecto de quiénes son los autores del atentado, con diferentes apoyos políticos y mediáticos:

- Hipótesis de la autoría de ETA: apoyada por el Gobierno y la mayoría de medios de comunicación convencionales (prensa, radio y TV) en España.



- Hipótesis de la autoría de Al Qaeda: apoyada por diversos colectivos ciudadanos que se expresan a través de Internet, los teléfonos móviles y diversas concentraciones de protesta. Están apoyados por las informaciones de los medios internacionales. Se suman a ellos paulatinamente algunos medios de comunicación, partidos minoritarios y, el día 13 de marzo, el principal partido de la oposición, el PSOE.

A lo largo de esos cuatro días, y en un proceso acelerado de discusión y formación de la opinión pública, entre una enorme intensidad y crispación, los ciudadanos españoles verán cómo ambas hipótesis libran una extenuante batalla por la credibilidad. Extenuante y acelerada porque todo el mundo es consciente de la importancia que tiene dilucidar esa cuestión antes de ir a votar el domingo 14 de marzo.

La contraposición entre ambas historias se vivirá en las diferentes manifestaciones de la opinión pública. Se vivirá en las manifestaciones sociales que tienen lugar los días 12 y 13 de marzo; en las informaciones y opiniones difundidas por los medios de comunicación; en las cifras expresadas en los sondeos y, finalmente, en los resultados electorales. Lo novedoso del asunto, desde el punto de vista que aquí nos ocupa, fue la relevancia adquirida por las nuevas tecnologías como herramienta difusora de informaciones y opiniones, y en un estadio posterior también como herramienta de movilización ciudadana. En ambos sentidos y en relación con las dos hipótesis, pero fundamentalmente en torno a la hipótesis de Al Qaeda, no en vano apoyada por los medios de comunicación extranjeros y por la reacción de la comunidad internacional, llamativamente diferenciada respecto de la del Gobierno español.

En la investigación que llevamos a cabo al respecto (López García, 2007) pudo verse cómo el consumo de medios de comunicación, que lógicamente experimentó un aumento considerable en esos días, no lo hizo, en cambio, de forma lineal. Bien al contrario, quedó de manifiesto cómo la atención pública se concentró en los primeros días en los medios convencionales (grandes cibermedios e informativos de televisión), para después disgregarse en el recurso a fuentes alternativas fundamentalmente distribuidas a través de Internet. Así, mientras los días 11 y 12 de marzo los medios convencionales (la televisión y los grandes cibermedios) aumentaron mucho más su audiencia que los pequeños blogs, cibermedios de contrainformación y espacios de debate en Internet, los días 13 y 14 de marzo ocurrió exactamente lo contrario.

Es decir: el público, que inicialmente buscó información sobre los atentados, privilegiando a los espacios informativos de carácter central en el ecosistema comunicativo, rápidamente pasó a buscar fuentes alternativas



al constatar cómo muchos de estos grandes medios privilegiaban una de las dos hipótesis (la de la autoría de ETA) a pesar de que, también muy rápidamente, los hechos ponían en cuestión la veracidad de dicha hipótesis. Precisamente por eso, el consumo de los medios más progubernamentales, como TVE, se desplomó los días 13 y 14 de marzo, mientras que los grandes medios más críticos con el gobierno (la cadena de televisión Tele5, o la principal emisora de radio española, la Cadena SER) mantenían o incluso aumentaban sus audiencias.

La oposición a la hipótesis gubernamental acabó estallando el día 13. Algunos medios, como la Cadena SER o el diario La Vanguardia, apostaron abiertamente por la hipótesis de Al Qaeda, acusando al Gobierno (directa o veladamente) de ocultar la información que no le convenía, o al menos de privilegiar la hipótesis más ajustada a sus intereses electorales. Y, a lo largo de la tarde del día 13 de marzo, jornada de reflexión en España, miles de ciudadanos, convocados a través de mensajes SMS de móvil y del correo electrónico, se concentraron delante de las sedes del PP en toda España para exigir que el Gobierno dijera la verdad respecto de los atentados.

El efecto, a pesar del llamativo intento de silenciar estas manifestaciones (de interés informativo más que evidente) por parte de los medios de comunicación más afines al Gobierno, acabó siendo devastador: al día siguiente, y a pesar de lo indicado por la mayoría de los sondeos, los resultados mostraron un sorprendente vuelco electoral: el PP, que sacó 182 diputados en 2000, bajaba hasta los 148. El PSOE (125 diputados en 2000) logró 164, lo que le habilitaba para gobernar.

En definitiva, los objetivos del Gobierno al privilegiar la autoría de ETA, que podrían resumirse en: avalar su política antiterrorista y su defensa de la Constitución; censurar a los partidos de oposición insuficientemente "comprometidos"; y concentrar la atención informativa hasta las elecciones, no sólo no se cumplieron, sino que resultaron totalmente contraproducentes. Resulta totalmente imposible determinar en qué medida el fracaso del relato elaborado desde el Gobierno minó sus expectativas electorales, pero es evidente que el efecto fue negativo.

Lo novedoso, en lo que a nosotros nos interesa, fue el papel de los nuevos dispositivos digitales en el proceso de difusión de informaciones y movilización pública, en un país en el que hasta entonces el papel de Internet mantenía un perfil muy bajo, incluso en procesos electorales, y los teléfonos móviles se veían como un instrumento totalmente desprovisto de potencial movilizador (valga la redundancia), en especial con carácter político.



### 3. El #15M y las elecciones de 2012

El 22 de mayo de 2011 se celebraban en España elecciones municipales (y también autonómicas en la mayoría de comunidades autónomas). Todos los sondeos auguraban el hundimiento del partido entonces en el Gobierno, el PSOE, muy debilitado por las consecuencias de la grave crisis económica, sobre todo la espeluznante tasa de paro (cercana ya entonces al 25% de la población activa). Una semana antes de los comicios, el domingo 15 de mayo, irrumpe en el espacio público una manifestación de singular importancia. Por su afluencia, pues fueron muchas las personas que se manifestaron en Madrid, pero, sobre todo, por su naturaleza.

La manifestación no había sido convocada, ni siquiera apoyada, por ningún partido político ni organización de la sociedad civil "tradicional" (sindicatos, instituciones académicas, organizaciones sin ánimo de lucro más o menos establecidas, etc.). Tampoco había recibido ningún tipo de resonancia en los medios de comunicación (Castells, 2012: 117).

El colectivo convocante, "democracia real ya", respondía a una serie de asociaciones de pequeño tamaño paulatinamente vertebradas a través de Internet, muy activas en las redes sociales desde hacía tiempo. Entre ellos, es nutrida la presencia de tres colectivos fundamentales: parados, jubilados y, sobre todo, jóvenes.

Es decir: lo que enseguida sería conocido como movimiento del #15M (en referencia a su enorme impacto en Twitter) o de los "Indignados" (a raíz de la influencia en el movimiento de un escrito del francés Stéphane Hessel, recientemente fallecido) nace sin intervención de los medios o poderes tradicionales, que ignoraron o intentaron silenciar su importancia, incluso después de la manifestación.

Se trata, por tanto, de un movimiento de abajo-arriba, que se difunde a través de los mecanismos de comunicación interpersonal, tanto tradicionales como digitales. Y que, eso sí, una vez hace acto de presencia, su evolución depende de los poderes tradicionales (medios y poder político). Los medios, por un lado, que enseguida se hacen eco de la ocupación, por parte del movimiento, de las principales plazas de las capitales de provincia españolas, sobre todo de Madrid y de Barcelona. Y los partidos políticos, que realmente no saben cómo reaccionar ante el acontecimiento. La ignorancia es ya imposible, pero la reacción hostil, y sobre todo apoyada en las fuerzas coercitivas (la policía, que carga contra los manifestantes en Madrid y también, después de las elecciones, en Barcelona), resulta contraproducente. Por último, todos los intentos de apropiarse, o al menos acercarse, al movimiento, resultan fútiles.



Los "Indignados" sienten auténtica alergia por cualquier adscripción política, es más: por cualquier forma de jerarquización o liderazgo en el proceso de toma de decisiones. Aquí ven algunos, de hecho, la mayor debilidad del movimiento, que apenas consigue establecer ningún acuerdo de mínimos, y que va perdiendo fuerza poco a poco, presa de su propia indefinición. De tal manera que, después de que en agosto la policía desalojase las plazas españolas en las que aún quedaban individuos permanentemente alojados, el asunto pareció perder fuelle (Castells, 2012: 144-145). Cuando, en noviembre de 2011, el Partido Popular obtuvo una holgada victoria con mayoría absoluta en las Elecciones Generales y Mariano Rajoy se convirtió en nuevo presidente del Gobierno, el movimiento de los indignados pareció quedarse atrás. Un estallido anárquico, sin objetivos concretos, condenado a desvanecerse paulatinamente.

Sin embargo, el paso del tiempo ha mostrado que ese diagnóstico fue prematuro, y también profundamente errado. En primer lugar, porque el movimiento ha continuado funcionando, casi siempre fuera del escrutinio mediático (en asambleas vecinales o sectoriales de pequeño tamaño), y sobre todo a través de Internet. En segundo lugar, porque la mayoría de las manifestaciones y concentraciones de protesta que han asolado al partido gobernante desde que ascendió al poder (como por ejemplo: la primavera valenciana de febrero-marzo de 2012; las huelgas generales de marzo y noviembre; el movimiento "Ocupa el Congreso" de septiembre; las concentraciones frente a las sedes del PP en protesta por la corrupción en febrero; y un largo etc) son un correlato claro, al menos parcial, de la lógica de protesta y manifestación emanada del #15M (y también del 13M, en lo que se refiere a las concentraciones frente a las sedes del PP). En tercer lugar, porque el movimiento mantiene intacta su excelente imagen pública, con una clara mayoría de la población favorable a sus objetivos y, sobre todo, al sentido de su protesta (Castells, 2012: 121-123). Y, finalmente, porque, a pesar de su indefinición, el movimiento ha sido importantísimo para insertar en la agenda pública una serie de temas actualmente centrales en el debate público español, como las protestas frente a los desahucios, la necesidad de reducir los abusos de la clase política, o de reforma del sistema electoral e incluso de la Constitución Española de 1978.

Como puede verse, no constituyen logros en absoluto menores. Tampoco es un movimiento tan sesgado ideológicamente (a la izquierda) como en un principio se pensó. La composición ideológico / generacional de los movimientos sociales es más plural de lo que cabría pensar, sobre todo por efecto de la crisis. Aunque sí que es indudablemente cierto que la movilización más consistente (y contestataria) suele estar encabezada por representantes de la izquierda social "clásica" y por el público más joven.



#### 4. Crisis de representación

El 13 de marzo de 2004 y el #15M de 2011, aunque se configuran en circunstancias muy diferentes, responden a una misma insatisfacción: la percepción, por parte de la ciudadanía que se manifiesta, de que el sistema político presenta serias deficiencias democráticas, sean éstas coyunturales (13M) o estructurales (#15M), y que la manera de enfrentarse a ellas exige la movilización ciudadana y la irrupción en el espacio público para protestar, para poner de manifiesto dichos problemas e, idealmente, generar un proceso de opinión pública conducente a solventarlos.

En el caso del 11M, está clara tanto la naturaleza del problema como su rápida resolución (al reconocer el Gobierno la autoría de los atentados inmediatamente antes de las elecciones, y también merced al resultado electoral, que castigó las inconsecuencias y ocultamientos de dicho Gobierno). Pero... ¿Cuáles eran los problemas contra los que se manifestaban los "indignados" el #15m? Su naturaleza es diversa, aunque podemos destacar:

- La insatisfacción por las terribles consecuencias de la crisis económica en España, principal motor de las protestas.
- El desaliento ante un sistema electoral que favorece el inmovilismo y dificulta la aparición de terceras opciones.
- La falta de alternativas para los movimientos de la sociedad civil que intenten participar en el debate público (condensado por partidos políticos y medios de comunicación), y que son rápidamente criminalizados o ninguneados.
- La existencia de una serie de temas tabú que "no tocan" nunca, como la reforma de la Constitución, la legitimidad de la Monarquía, o la organización territorial del Estado.

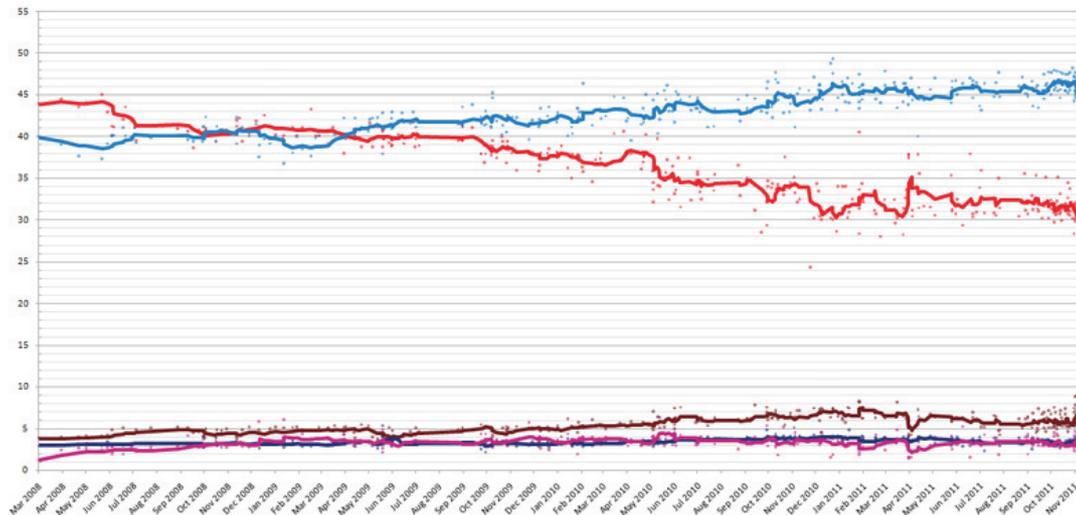
Los "indignados" se manifiestan por estas (y otras) razones. Pero, sobre todo, lo hacen como respuesta a las propias insuficiencias del sistema para representar a cada vez más ciudadanos. Cada vez se evidencian mayores dificultades para percibir e interpretar correctamente, por parte del poder, los movimientos que se generan en la sociedad. Hemos asistido a un proceso paulatino de deslegitimación del sistema de partidos tradicionales, así como de los medios de comunicación, en España fieles representantes del modelo de "pluralismo polarizado" (siguiendo la terminología de Hallin y Mancini para los países mediterráneos<sup>2</sup>), a veces llevado al extremo de encontrarnos con una mayoría de medios de comunicación "partisanos", que no son mediadores, sino meros voceros del poder, en una lógica de



“bipolarización antagonista” (Sampedro y Seoane, 2009; Casero, 2012: 35-36).

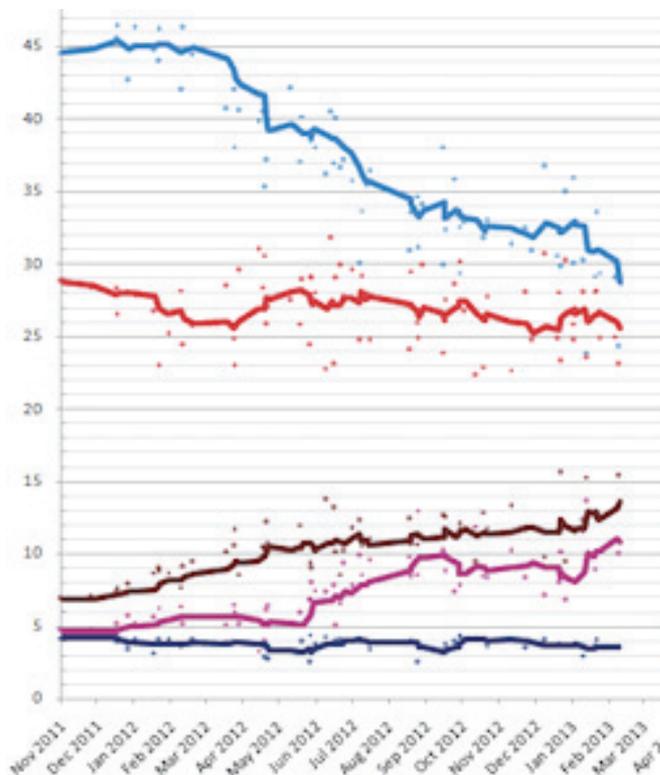
Menos de dos años después de la irrupción del #15M, y ante la constatación de que: a) la crisis económica continúa afectando con enorme virulencia a la economía española; b) la clase política gobernante parece incapaz de erigirse en auténtica representante de los ciudadanos (o, al menos, de una mayoría de los ciudadanos); y c) una parte sustancial de los medios de comunicación españoles no están cumpliendo adecuadamente su función de intermediación entre el público y el poder<sup>3</sup>, la erosión de la legitimidad de estas instancias tradicionales de representación del poder continúa progresando.

Esto es algo que resulta particularmente claro en lo que se refiere a la legitimidad de los dos principales partidos, PP y PSOE, cuya intención de voto se desploma cada vez más, y afecta fundamentalmente al gobernante, como puede observarse en los siguientes dos gráficos, el primero referido al período [2008-2011 \(gobierno del PSOE\)](#) y el segundo al [2011-2013 \(gobierno del PP\)](#). El azul corresponde al PP y el rojo al PSOE. También se encuentran representados los tres principales partidos minoritarios: Izquierda Unida (marrón), UPyD (magenta) y la coalición nacionalista catalana CiU (azul marino):



**Gráfico 1.** Resultados electorales en 2008 y 2011 y evolución de las encuestas.  
Fuente: Wikipedia





**Gráfico 2.** Resultados electorales en 2011 y evolución de las encuestas. Fuente: Wikipedia

Se trata de un proceso que no es en absoluto privativo del caso español, pues recientemente lo hemos podido observar también en Italia, y también en otros países afectados por la crisis (y por la impotencia de su clase política), como Grecia. La cuestión es si el desplome de los partidos ha alcanzado ya su suelo o puede continuar progresando, en tanto continúe la crisis económica. Y la cuestión subyacente, sin duda, es qué ocurrirá en España en ese caso, con una clase gobernante absolutamente deslegitimada ante la población y que ha de administrar, al menos los próximos dos años, una situación potencialmente explosiva.

## 5. Conclusión

Las dos situaciones que hemos analizado, el 11M y el #15M, cuentan con algunas similitudes, como hemos indicado ya, pero también con elementos diferenciadores. En el 11M, el proceso de contestación social aprovechó los mecanismos existentes, en una situación de gran tensión social e informativa, puesto que la cercanía de las elecciones exigía una respuesta rápida. El descontento vino propiciado por informaciones previas de los



medios de comunicación y las movilizaciones sólo tuvieron éxito una vez aparecieron en los medios.

En este sentido, se trató de un movimiento vicario y dependiente, aunque con la novedad, indudablemente crucial, de que la movilización se articulase a través de las redes digitales entonces existentes (mensajes sms de móviles, correo electrónico, foros y blogs en Internet).

En cuanto al movimiento del #15M, lo más llamativo es que surge “de la nada”, sin una situación comparable a la del 11M, y que se prolonga indefinidamente en el tiempo. Es testimonio de que la degradación social generada por la crisis ha permitido crecer y evolucionar a los movimientos sociales de la izquierda (y la derecha) clásicas, extraordinariamente potenciados por las posibilidades de las nuevas tecnologías como mecanismo de difusión de informaciones y opiniones y también de llamada a la movilización.

Precisamente el principal peligro que puede afectar a este tipo de movimientos es cierta fascinación con la capacidad de las NTIC para manifestar un descontento de manera cómoda y sencilla. A veces es fácil caer en cierto conformismo, confundiendo una herramienta potencialmente muy útil para la movilización con la movilización misma. Confundiendo, en resumidas cuentas, un retuit, o un “me gusta”, con la movilización en la calle. La protesta de baja intensidad, y de dudosa eficacia por sí misma, con la protesta cívica, a su vez realimentada por su presencia en los medios y en las redes sociales.

¿Hacia dónde se dirigen estos movimiento de protesta? ¿Son coyunturales o perdurarán en el tiempo? Desde luego, es indudable que la crisis económica es el principal vector de descontento, y que una vez finalice o se atempere mucha gente abandonará o matizará su descontento. Pero no es el único factor que provoca las movilizaciones. Existen algunas tendencias de fondo que probablemente sean estructurales, y que es preciso seguir con atención, entre las que destacaría el cambio generacional, es decir: la existencia de una nueva generación de “nacidos digitales” que se informan casi exclusivamente a través de Internet (Palfrey y Gasser, 2008), la decadencia correlativa de los “viejos” medios y de la audiencia de masas. Y tampoco parece que el sistema de partidos, con insuficiencias y comportamientos escandalosos cada vez más palpables, pueda salir indemne del actual proceso de puesta en tela de juicio de los mecanismos tradicionales de representación. Con crisis o sin ella.



## Referencias bibliográficas

- Bennett, W.Lance; Lawrence, Regina; y Livingston, Steven (2007). *When the Press Fails. Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. Chicago: University of Chicago Press.
- Casero, Andreu (2012). "El periodismo político en España: algunas características definitorias". En Casero, Andreu (ed.). *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social. pp. 19-46.
- Castells, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008) [2004]. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Qué Hacer Editorial.
- López García, Guillermo (2007). "Polls, Public Demonstrations, Election Results, and the Media: The Events of March 11 in Spain". *Zer English* nº 1, pp. 89-118. Disponible en [http://www.ehu.es/zer/zere1/ZERE\\_glgarcia.pdf](http://www.ehu.es/zer/zere1/ZERE_glgarcia.pdf)
- Manovich, Lev (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Palfrey, John; y Gasser, Urs (2008). *Born Digital. Understanding the First Generation of Digital Natives*. Nueva York: Perseus Books.
- Sampedro, Víctor (ed.) (2005). *13-M. Multitudes online*. Madrid: Libros de La Catarata.
- Sampedro, Víctor y Seoane, Francisco (2009). "Las elecciones generales españolas de 2008: 'bipolarización antagónica' fomentada por intereses político-mediáticos y las nuevas tecnologías". *Revista de Sociología y Política* No 34. pp 129-135.

---

<sup>1</sup> Datos del Estudio General de Medios de Noviembre de 2012. Puede consultarse en [www.aimc.es](http://www.aimc.es).

<sup>2</sup> Respecto del modelo de "pluralismo polarizado", véase Hallin y Mancini, 2008: 83-132.

<sup>3</sup> Un proceso que no es en modo alguno privativo de la situación española, sino que están viviendo con virulencia otros muchos países de nuestro entorno. Véase el caso de EEUU en Bennett, Lawrence y Livingston (2007: 170-171)

