

El activismo mediático del 15M como herramienta para la producción de conocimiento: acción pedagógica, aprendizajes y ventanas de oportunidad¹

The 15M's media activism as a tool for the production of knowledge: pedagogical action, lessons, and windows of opportunity

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8151>

ÁNGEL BARBAS-COSLADO²

<https://orcid.org/0000-0001-7803-3265>

JOSÉ CANDÓN-MENA³

<https://orcid.org/0000-0003-1070-4987>

Este artículo aborda el activismo mediático del 15M como herramienta pedagógico-política para la producción de conocimiento. La metodología combina un análisis documental y 12 entrevistas en profundidad a activistas y a periodistas. En los hallazgos se muestra la acción pedagógica del 15M a través de la creación de medios y su influencia en los medios independientes. Se aportan evidencias empíricas sobre el legado de *los indignados* y se abren vías de investigación interdisciplinarias para el estudio de las relaciones entre comunicación, movimientos sociales y procesos educativos.

PALABRAS CLAVE: Movimientos sociales, 15M, activismo mediático, acción pedagógica, producción de conocimiento.

This article approaches the 15M movement media activism as a pedagogico-political tool for the production of knowledge. The methodology combines document analysis and 12 in-depth interviews with activists and journalists. The 15M's pedagogical action carried out through the creation of media and its influence on independent media is shown. Empirical evidence on the legacy of the indignados movement is provided, and interdisciplinary research avenues for inquiring on the relationships between communication, social movements, and educational processes are suggested.

KEYWORDS: Social movements, 15M, media activism, pedagogical action, production of knowledge.

Cómo citar este artículo:

Barbas-Coslado, A. & Candón-Mena, J. (2022). El activismo mediático del 15M como herramienta para la producción de conocimiento: acción pedagógica, aprendizajes y ventanas de oportunidad. *Comunicación y Sociedad*, e8151. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8151>

¹ Esta publicación es parte del I+D+i PID2020-113011RB-I00 “Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y Aplicación de Indicadores” (SOScom), financiado por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033.

² Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España.
abarbas@edu.uned.es

³ Universidad de Sevilla, España.
jcandon@us.es

Fecha de recepción: 31/05/21. Aceptación: 07/10/21. Publicado: 18/05/22.

INTRODUCCIÓN

El 15M surgió en España como respuesta a una doble crisis: política y económica. Lo que comenzó como una protesta organizada a través de las redes sociales desembocó en acampadas en diferentes ciudades españolas y en una explosión de acciones y proyectos encaminados a propiciar la construcción de espacios de participación que reclamaban “radicalizar la democracia” (Cruells & Ibarra, 2013). El movimiento cristalizó en acciones concretas en materia de derechos sociales, libertades públicas, lucha contra la corrupción y proyectos de innovación democrática, dando lugar a un proceso de empoderamiento ciudadano que reforzó iniciativas ya existentes –como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH)– e impulsó la creación de otras nuevas –como las *mareas ciudadanas* en defensa de los servicios públicos o la creación de nuevos partidos políticos que incorporaron propuestas quincemayistas a la política institucional– (Sampedro, 2021).

En este trabajo nos centramos en el ámbito de la comunicación para indagar en el activismo mediático del 15M como herramienta pedagógico-política para la producción social de conocimiento. El movimiento otorgó desde su origen una importancia clave a los procesos de comunicación y aprendizaje para la toma de conciencia ciudadana, el fomento de los valores democráticos y la ampliación de espacios de participación. La dimensión comunicacional del 15M ha sido estudiada desde perspectivas que incluyen el rol de las TIC para la organización interna y para la transmisión de mensajes (Micó & Casero-Ripollés, 2014; Postill, 2014); la tecnopolítica (Toret, 2013); el discurso difundido por colectivos específicos y la influencia del movimiento en la agenda mediática (Alonso-Muñoz & Casero-Ripollés, 2016; Errejón, 2011); el impacto del 15M en la academia (Espinár & Seguí, 2016) o la influencia del movimiento en la revitalización del Tercer sector de la Comunicación (Barranquero & Meda, 2015). Respecto a la relación entre procesos de comunicación y educación, si bien encontramos trabajos que destacan la relevancia de los aprendizajes en relación con las políticas prefigurativas, las prácticas de democracia deliberativa y la metodología asamblearia (Hernández et al., 2013; Razquin, 2017; Rive-ro, 2013; Romanos, 2013), son escasos los que abordan dicha relación como objeto de estudio en sí mismo (Barbas, 2020).

Nuestro propósito es mostrar, por un lado, cómo una parte importante de la acción pedagógica del 15M para la producción de conocimiento se materializó en la esfera mediática y se canalizó a través de medios de comunicación creados por grupos que se reconocían como parte del 15M –a los que denominamos genéricamente como medios “propios”– y, por otro, explorar las ventanas de oportunidad abiertas por la movilización quincemayista y su posible influencia en la creación de los autodenominados “medios independientes”. Indagamos en estas acciones de construcción mediática entendidas como parte del repertorio de producción de conocimiento que generaron los *indignados* para hacer de los medios herramientas pedagógico-políticas capaces de incidir en la batalla por la hegemonía cultural. Nuestro punto de partida es, en este sentido, conceptualizar al 15M como un productor de conocimiento en clave comunicacional.

La estructura del artículo comienza con un marco teórico que articula tres enfoques: la perspectiva cultural de las teorías del comportamiento colectivo, los estudios sobre la producción de conocimiento en los movimientos sociales y la corriente que estudia los procesos de enseñanza-aprendizaje en contextos de protesta. La metodología incluye el análisis documental, cuestionarios y entrevistas en profundidad con activistas y periodistas ligados a proyectos de comunicación creados por colectivos directamente implicados en el 15M y a periodistas de medios independientes surgidos al calor de la movilización o en la coyuntura de transformaciones que se generó durante el periodo inmediatamente anterior y posterior a las protestas. Nuestros hallazgos se desarrollan en tres apartados: 1) los aprendizajes y enseñanzas del activismo mediático quincemayista, donde argumentamos la herencia cultural del 15M a partir de experiencias previas y su impacto en el activismo mediático posterior; 2) la acción pedagógica que el movimiento llevó a cabo para la producción de conocimiento a través de la creación de medios; y 3) la apertura de una ventana de oportunidad por parte del quincemayismo y su posible influencia en la creación de los medios independientes.

Cumplidos diez años de las protestas, nuestra investigación pretende contribuir a comprender el legado del movimiento en términos de producción de conocimiento para el compromiso cívico, mostrar la

importancia de la estrategia pedagógico-política desarrollada a través del activismo mediático y la posible influencia que dicha estrategia ha podido tener en la creación y características de los medios independientes. Este trabajo pretende abrir vías de investigación interdisciplinarias para abordar las relaciones entre comunicación, movimientos sociales y procesos educativos para la producción social de conocimiento.

MOVIMIENTOS SOCIALES, PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO Y PROCESOS DE APRENDIZAJE

Los movimientos sociales son agentes de democratización que funcionan como actores pedagógico-políticos en la medida en que su tarea de transformación cultural implica procesos de enseñanza-aprendizaje orientados a la toma de conciencia y al empoderamiento de la ciudadanía (della Porta & Diani, 2020).

La perspectiva simbólico-cultural de las teorías del comportamiento colectivo se centra en el estudio de los procesos, del repertorio de acciones y de las formas en las que los movimientos generan una producción simbólica alternativa a la dominante (Swidler, 1986), con la cual confrontan sus ideas, reivindicaciones o modelos socioculturales (Gusfield, 1994; Laraña, 1996). Los movimientos sociales crean nuevos lenguajes y gramáticas de democracia y construyen condiciones de posibilidad para la acción política. Tratan de transformar los marcos culturales y los esquemas de pensamiento a través de los cuales la ciudadanía interpreta los acontecimientos y actúa sobre la realidad social (Gamson, 1988). Desde esta vertiente, la acción colectiva contenciosa tiene un claro carácter cultural (Ibarra & Tejerina, 1998), pero también cognitivo (Eyerman & Jamison, 1991; Holford, 1995). Esto nos permite conectar el enfoque simbólico-cultural con los trabajos que abordan el estudio de los movimientos sociales como productores de conocimiento (Arribas, 2018; Casas-Cortés et al., 2008; Cox & Flesher, 2009; Niesz, 2019). Los movimientos sociales son, en este sentido, laboratorios de producción de conocimientos para coordinar experiencias y conectar racionalidades dentro de un sistema cognitivo compartido (della Porta & Pavan, 2017). En palabras de Eyerman y Jamison (1991), son “comunidades epistémicas”, un planteamiento que también ha sido desarrollado en trabajos de corrientes más cercanas a las teorías del comportamiento

colectivo (Laraña, 1996) y en publicaciones recientes que abordan el estudio del 15M como un laboratorio de innovación política y democrática (Candón-Mena et al., 2018; Feenstra & Casero-Ripollés, 2012; Flesher Fominaya, 2020). Esta corriente dialoga directamente con otra de corte más sociopedagógico –*social movement learning*– y que interpreta a los movimientos sociales como ricos entornos de aprendizaje (Cox, 2014; Hall et al., 2012; Welton, 1993). Esta perspectiva se centra en el estudio tanto de los procesos de aprendizaje que desarrollan los activistas como en los de aquellas personas que son influidas por sus acciones. En ambos casos el aprendizaje puede ocurrir de manera informal o como resultado de actividades intencionales. En los últimos años se han establecido conexiones entre perspectivas sociopolíticas y sociopedagógicas en el estudio de los movimientos (Kuk & Tarlau, 2020; Niesz et al., 2018), sin embargo, no hay evidencias de diálogo entre estas y el ámbito de la comunicación social o educativa.

En otra investigación (Barbas & Postill, 2017) establecimos una categorización de tres principios pedagógicos de los movimientos sociales a través de la comunicación: 1) la “acción pedagógica”, en referencia a los medios y proyectos creados para aportar herramientas y contenidos que permitan favorecer procesos formativos encaminados a la construcción de una ciudadanía informada, empoderada y crítica; 2) la “soberanía pedagógica”, en referencia a las acciones emprendidas para la formación interna de los activistas; y 3) las “redes pedagógicas”, en referencia a las alianzas entre colectivos para la creación de proyectos pedagógicos comunes. En este texto nos centramos en la acción pedagógica de los movimientos a través de la comunicación, ya que la producción mediática ha sido una de las herramientas pedagógico-políticas más destacables de los indignados.

METODOLOGÍA

El trabajo de campo parte de una investigación previa (Barbas & Postill, 2017) en la que se identificaron 23 medios de comunicación creados al calor del 15M mediante un análisis documental basado en búsquedas sistemáticas en la web. Se solicitó información a participantes de estos medios mediante un cuestionario para indagar sobre: a) origen del medio; b) finalidad del medio; c) sistemas de gestión y organización;

d) canales de difusión; y e) situación actual del medio. Los datos sirvieron para complementar la información recopilada mediante la revisión documental previa.

Para la investigación actual se han seleccionado tres de esos medios con base en los siguientes criterios: 1) haber surgido directamente de colectivos participantes en aquella movilización; 2) por su relevancia para el quincemayismo –por contar con miembros que participaron activamente en los colectivos que dieron origen al movimiento–; y 3) por representar tres formatos diferentes –una estación de radio, un periódico impreso y una publicación digital–. Los medios seleccionados han sido: *Ágora Sol Radio* (2011), el periódico *Madrid 15M* (2012, actualmente *Madrid en Acción*) y el medio digital *El Binario* (2013). Posteriormente, entre febrero y abril de 2019, se realizaron cuatro “entrevistas activas” complementarias a representantes de dichos medios. Las entrevistas activas son definidas como procesos de comunicación que implican la subjetividad activa de los participantes –entrevistador y entrevistado– (Holstein & Gubrium, 2016).

La segunda fase del estudio actual se desarrolló entre diciembre de 2020 y marzo de 2021 y tuvo como objetivo explorar la percepción de los periodistas en torno a las ventanas de oportunidad abiertas por el quincemayismo para la creación mediática y su posible influencia en la emergencia de dichos medios. Para ello, se seleccionó una muestra entre los participantes en la *Plataforma de Medios Independientes*, compuesta por 16 medios⁴ que comparten la necesidad de promover un periodismo independiente y crítico al servicio de la sociedad y no al servicio de intereses económicos o partidistas. La selección se basó en los siguientes criterios: a) los medios debían haber surgido después del 15M; b) ser generalistas; y c) incluir proyectos culturales/formativos entre sus actividades. Los medios seleccionados han sido *La Marea* (2012), *Ctxt* (2015) y *El Salto* (2017). Se realizaron cinco entrevistas activas a periodistas de estos medios. Este muestreo intencional se combinó con un muestreo bola de nieve o por referidos (Gentles et al., 2015), incorporando así entrevistas a periodistas de *Periodismo*

⁴ *Público, Crític, Nueva Tribuna, Ctxt, Luzes, El Salto, Pikara, Mongolia, Cuarto Poder, La Marea, Praza, Carne Cruda, La Voz del Sur, Alternativas Económicas, Nortes y Catalunya Plural.*

Humano, Pikara y Carne Cruda. Estas ocho entrevistas se sumaron a las cuatro entrevistas previas, con lo que el trabajo de campo se compone de 12 entrevistas en total.

TABLA I
PERFILES ENTREVISTADOS

Nombre (Fecha de entrevista)	Perfil biográfico
María (pseudónimo) (20/02/2019)	Miembro del Centro Social Seco y de <i>Ágora Sol Radio</i> .
Silvia (pseudónimo) (18/03/2019)	Miembro de <i>Ágora Sol Radio</i> .
Manuel (pseudónimo) (21/03/2019)	Cofundador y miembro de <i>Madrid 15M</i> .
Juanma (pseudónimo) (03/04/2019)	Miembro de <i>15Hack</i> y cofundador de <i>El Binario</i> .
Patricia Simón (10/01/2021)	Cofundadora y codirectora de <i>Periodismo Humano</i> . Reportera de <i>La Marea</i> desde 2018.
Pablo Elorduy (15/01/2021)	Periodista de <i>Diagonal</i> y cofundador de <i>El Salto</i> . Editor y coordinador de la sección política de <i>El Salto</i> .
Tomás Muñoz (22/01/2021)	Periodista en la Cadena SER, <i>Diagonal</i> y <i>El Salto</i> .
Vanesa Jiménez (28/01/2021)	Periodista en <i>El Mundo</i> , <i>El País</i> y <i>La Información</i> . Directora Adjunta de <i>Ctxt</i> .
Javier Gallego (29/01/2021)	Periodista en la Cadena SER, <i>M80</i> , Radio 3, TVE y <i>La Sexta</i> . Director y presentador de <i>Carne Cruda</i> .
Magda Bandera (30/01/2021)	Periodista en <i>La Vanguardia</i> , <i>El Periódico de Catalunya</i> y <i>Público</i> . Cofundadora y Directora de <i>La Marea</i> .
Javier Bauluz (30/01/2021)	Fotoperiodista freelance. Cofundador y Director de <i>Periodismo Humano</i> .
Ma. Ángeles Fernández (05/02/2021)	Periodista Freelance. Coordinadora de la revista <i>Pikara</i> .

Fuente: Elaboración propia.

APRENDIZAJES Y ENSEÑANZAS DEL ACTIVISMO MEDIÁTICO QUINCEMAYISTA

El activismo mediático ha sido una de las estrategias primordiales de los movimientos sociales, que se han adaptado a los medios y tecnologías disponibles en cada época (Rodríguez et al., 2014). La dimensión mediática forma parte de la cultura política del activismo prodemocrático (Downing, 2001) y es la herramienta fundamental para la producción del conocimiento que los activistas utilizan en la batalla por la hegemonía cultural. Para Rovira (2017) “todo movimiento es un laboratorio de producción simbólica que necesita comunicar” (p. 9). Asimismo, los movimientos sociales influyen en sus coetáneos e impulsan la creación de nuevos movimientos sociales (Snow et al., 2013). Este fenómeno está relacionado con los efectos que los cambios culturales de unos movimientos tienen sobre otros (Whittier, 2004), en la medida en que existe una cultura compartida que actúa como anclaje identitario y como canal expresivo que otorga sentido histórico y proyección de futuro a la acción colectiva contenciosa.

En este sentido, el activismo mediático del 15M es heredero de una cultura política activista de largo recorrido. Si bien los ciclos de protesta se caracterizan por “saltos cualitativos en sus formas” (Romanos, 2018, p. 3), el uso de Internet con fines activistas a mediados de los noventa y la creación de medios digitales por parte de los movimientos sociales supuso un antes y un después para el activismo mediático. Proyectos como *Nodo50* (1994), *Rebelión* (1996), *Indymedia* (1999), *L’avanç* (1999), *Diagonal*⁵ (2005) o *La Directa* (2006), surgidos de la experiencia del ciclo de protestas globales de 1994-2003, fueron un punto de partida esencial para el activismo mediático español y lo que

⁵ Este histórico proyecto surge del periódico en papel *Molotov*, publicado entre 2000 y 2003, que pasaría en esta época a llamarse *Diagonal* publicándose desde 2005 hasta 2016 para ser reinaugurado como *El Salto* a partir de 2017. En esta última etapa se produce una profunda transformación del medio que pasa a convertirse en un proyecto multimedia formado por una amplia red de medios, lo que justifica que sea incluido en el análisis de este apartado como *Diagonal* y posteriormente como *El Salto*.

en aquel momento comenzó a conocerse como “contrainformación en la red” (López & Roig, 2004).

Muchos periodistas actuales consideran dichas experiencias como “escuelas de periodismo” que marcaron una manera de entender la comunicación activista. Tomás Muñoz, periodista de *Diagonal* que asistió a cursos impartidos por *Nodo50* y que años después participó activamente en uno de los grupos promotores del 15M, señala: “En esa época me formé un montón, vi claramente el conocimiento en comunicación acumulado por los movimientos sociales y entendí claves comunicativas muy importantes” (comunicación personal). En la misma línea se expresa Patricia Simón, cofundadora de Periodismo Humano y reportera de *La Marea*, al afirmar que:

Diagonal fue un referente para las personas que creíamos en un periodismo independiente, y fue fundamental para que los nuevos medios siguieran la estela de ese periodismo que intentó construir desde los márgenes. Es parte de un proceso que te empuja a implicarte en esa tradición del periodismo como un pilar de la ética pública (comunicación personal).

La experiencia acumulada de aquella época aportó un importante bagaje de aprendizajes para el activismo mediático quincemayista. Asimismo, la heterogeneidad, transversalidad y capacidad de penetración del 15M posibilitó, a su vez, que algunos de esos medios –como *Diagonal* y *La Directa*– emprendieran procesos de transformación y reinención. Estos procesos les llevaron desde prácticas periodísticas militantes, originadas en contextos de protesta, a un periodismo más abierto e inclusivo apoyado en estructuras más consolidadas y profesionales, logrando así aumentar la calidad de sus contenidos, llegar a un público más amplio y encontrar fórmulas de sostenibilidad (López-Ferrández, 2018; Martínez-Sánchez & Martínez-Polo, 2017). Como señala Tomás Muñoz en relación a la reinención de *Diagonal*:

El 15M fue un impulso para la transformación de *Diagonal* a *El Salto*. Todo lo que ocurrió en ese periodo creó una coyuntura y una demanda de otro tipo de información por parte de los lectores, y este hueco fue ocupado por los medios cooperativos o los medios independientes financiados por los suscriptores (comunicación personal).

Diagonal pasó de ser un periódico impreso quincenal y una precaria página web a convertirse en 2017 –ya como *El Salto*– en una convergencia de más de 20 medios de toda España. Actualmente cuenta con ocho ediciones territoriales, más de 60 blogs, una plantilla fija de 20 trabajadores y más de 8 000 suscriptores en noviembre de 2021. Además, cuenta con una web de actualización diaria y un mensual impreso, un proyecto de radio y otro de video. En la Tabla 2 se indican estos y otros datos que permiten estimar el crecimiento experimentado en cuanto a la capacidad de difusión y alcance de este medio.

TABLA 2
CANALES DE DIFUSIÓN, SUSCRIPCIONES Y SEGUIDORES EN TWITTER DE
LA MAREA, EL SALTO Y CTXT

Nombre del medio y sitio web	Canales de difusión	Suscriptores (Oct. 2021)	Seguidores en Twitter (25/11/2021)
<i>La Marea</i> https://www.lamarea.com/	Edición impresa y digital, canal en YouTube, Twitter, Facebook, Instagram y Telegram	4 000	246 520
<i>El Salto</i> https://www.elsaltodiario.com/	Edición impresa y digital (general y ocho ediciones territoriales), canal en YouTube, radio, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Telegram y Mastodon	8 100	184 565
<i>Ctxt</i> https://ctxt.es/	Edición impresa y digital, canal en YouTube, Twitter, Facebook, Instagram y Telegram	12 328	200 776

Fuente: Elaboración propia.

Poniendo en valor este legado, que va más allá de visiones que destacan la novedad y espontaneidad del 15M (Flesher Fominaya, 2015),

nuestra investigación se centra en las propias aportaciones del movimiento quincemayista en materia de comunicación, medios y tecnologías digitales (Treré, 2019). El movimiento enriqueció el activismo mediático español mediante la creación de medios propios (*Ágora Sol Radio*, *Madrid 15M*, *El Binario*) y también mediante su influencia en el surgimiento de medios independientes (*La Marea*, *El Salto*, *Ctxt*) que destacan por su orientación pedagógica orientada al empoderamiento de una ciudadanía crítica, activa y comprometida.

ACTIVISMO MEDIÁTICO Y ACCIÓN PEDAGÓGICA PARA LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO

Muchos colectivos involucrados en el 15M centraron sus esfuerzos en la creación de medios directamente vinculados al movimiento y las acampadas, como *Ágora Sol Radio*, el periódico en papel *Madrid 15M*, la plataforma audiovisual *Tomalatele*, la emisora *Ión Radio*, la agencia de noticias *Diso Press* o el colectivo *Fotogracción*, entre otros. Estos medios compartían las formas de organización del movimiento y similares estrategias de sostenibilidad, así como la agenda y el enfoque discursivo del 15M.

El 26 de mayo de 2011 comienza a emitir *Ágora Sol Radio*, una estación de radio creada desde el epicentro de la acampada por un grupo de activistas pertenecientes a la Comisión de Comunicación con el objetivo de “contribuir a generar un relato sobre el movimiento elaborado por el propio movimiento” (María, comunicación personal). *Ágora Sol Radio* ha ido ampliando su cobertura, medios y alcance y se ha consolidado como un actor relevante del Tercer Sector de la Comunicación (Sáez Baeza, 2008) que emite 24 horas al día con una parrilla de 23 programas de producción propia sobre actualidad política, social y cultural; programas musicales; humor; entrevistas, etc. Asimismo, colabora estrechamente con otras radios libres, tanto difundiendo contenidos como realizando coberturas informativas conjuntas. Su carácter comunitario y su proyección social la han convertido en un importante creador de sinergias y redes entre diferentes colectivos y proyectos, ampliando y diversificando su capacidad para producir conocimiento y su influencia en el contexto del activismo mediático. *Ágora Sol Radio*, a pesar de

las limitaciones propias de los medios comunitarios, tiene actualmente casi 12 000 seguidores en Twitter y más de 4 500 en Facebook y algunos de sus programas como *Barrio Canino* son retransmitidos por 27 radios comunitarias españolas. Además de la producción y difusión de contenidos propios, *Ágora Sol Radio* genera procesos educativos para la difusión y construcción de conocimiento a través de la organización de eventos paralelos en solitario o en colaboración con otros colectivos (jornadas, proyecciones, talleres, etc.). Su acción pedagógica se observa sobre todo en el proyecto *Radio Guerrilla*, un grupo de trabajo que imparte talleres sobre producción de radio a cualquier colectivo social que lo solicite:

El proyecto *Radio Guerrilla* está orientado a la formación en comunicación. Nos encargamos de formar en la parte técnica, en la metodología de trabajo colaborativo, en la organización de contenidos y en la difusión en redes para que cualquier persona o colectivo pueda montar su propia radio online (Silvia, comunicación personal).

Otro de los proyectos de comunicación creados directamente por colectivos implicados en el movimiento fue el periódico *Madrid 15M*, que surgió a comienzos de 2012 a propuesta de la Asamblea Popular Villaverde (Madrid). La propuesta fue aceptada por todas las asambleas madrileñas con la pretensión de “convertir al periódico en altavoz de las asambleas del 15M en la Comunidad de Madrid; difundir las reivindicaciones, acciones y propuestas del movimiento, y cohesionar al 15M en torno a una identidad colectiva reconocible” (Manuel, comunicación personal). El periódico llegó a alcanzar tiradas de 50 000 ejemplares impresos entre 2013 y 2015, a lo que se sumaba el alcance de su versión digital descargable en la web. Desde febrero de 2012 hasta mayo de 2019 publicaron un total de 79 números. *Madrid 15M* ha tenido un importante papel como productor de conocimiento a través de los contenidos que difunde, mediante la organización de eventos –jornadas y talleres habitualmente desarrollados en el centro social EKO de Carabanchel (Madrid)–; y, sobre todo, por su capacidad de influencia a la hora de establecer los temas y debates de la agenda de las organizaciones de base madrileñas, actuando como un nodo conector de asambleas

populares y colectivos vinculados a los valores quincemayistas. A finales de 2019 el periódico dejó de publicarse con la identidad del 15M y, renombrado *Madrid en Acción*, pasó a gestionarse por otros colectivos sociales. Si bien la pandemia de Covid-19 paralizó el proyecto, los informantes hacen hincapié en su intención de continuidad.

El activismo mediático del 15M incluyó también formatos digitales basados en la filosofía del procomún y orientados a la creación colectiva, como es el caso de la *15Mpedia*, creada en 2013 con el objetivo de documentar el movimiento. También inspirado en la tradición de la cultura libre y el *hacktivismo* (Jordan & Taylor, 2004), analizamos el caso de *El Binario*. Si bien este es un proyecto mucho más desconocido y cuyo alcance es sensiblemente inferior, su presencia en este trabajo se justifica por ser uno de los proyectos donde más claramente pueden observarse los principios y valores de la cultura libre, que tanta influencia tuvieron en la conformación de la identidad del 15M (Fuster, 2012). *El Binario* surge en 2013 por iniciativa de activistas que participaban en colectivos previos como *hacktivistas.net* o *15Hack*, comisión surgida del 15M y encargada del desarrollo y mantenimiento de las herramientas informáticas del movimiento. Su objetivo es “difundir información sobre software libre y cultura libre; proporcionar servicios de comunicación alternativos a los privativos para los movimientos sociales y transmitir conocimientos para que la gente aprenda a montarse sus propios servicios” (Juanma, comunicación personal). El colectivo creó también una radio y habitualmente publica artículos sobre cultura libre, derechos sociales, ciudadanía, libertades públicas, etc. Además, *El Binario* es un proveedor de servicios informáticos para los movimientos sociales y desarrolla una importante labor formativa mediante talleres, charlas y debates sobre privacidad en la red, protección de datos, herramientas libres y su aplicación como estrategias de activismo social y político. Para ello han creado los llamados *Domingos Negros*, “un entorno seguro para compartir información y herramientas, para enseñar y aprender todas con todas” (Juanma, comunicación personal). Esta acción pedagógica se concreta en aprendizajes sobre temáticas que van desde el hacking ético, lenguajes de programación o estrategias para la autodefensa digital; a la creación de contenido a través de Wikipedia, las radios libres o los efectos de la Ley Mordaza.

Los tres proyectos ilustran la acción pedagógica del 15M para la creación de conocimiento a través del activismo mediático. No solo difunden contenidos que no suelen tener cabida en los grandes medios, sino que desarrollan acciones paralelas orientadas a la formación mediática, cultural y sociopolítica. Acciones formativas que se caracterizan por una planificación, estructura y un grado de formalidad muy considerable a pesar de no ser entornos formales, ni en términos educativos ni en términos mediáticos.

VENTANAS DE OPORTUNIDAD Y MEDIOS INDEPENDIENTES

El 15M surgió en el contexto de la crisis económica de 2008 que golpeó duramente al sector del periodismo. La caída de ventas de la prensa y el descenso de ingresos por publicidad hicieron mella en las redacciones, obligando a cientos de periodistas a trabajar en condiciones de máxima precariedad o incluso a abandonar la profesión. Como señala Vanesa Jiménez, esto afectó a la libertad de los periodistas e influyó en la pérdida de credibilidad de los medios *mainstream*. La mayoría de nuestros informantes coinciden en señalar el cambio de paradigma mediático creado por la coyuntura económica, social y política: “Durante ese periodo aumentó el número de personas que demandaban otra manera de hacer periodismo” (Magda Bandera, comunicación personal). “Había una necesidad en la gente de leer y escuchar otro periodismo diferente al tradicional, con otro enfoque” (Javier Bauluz, comunicación personal) que debía entroncar con un claro compromiso ético que implicaba: “poner la información al servicio del interés social” (Patricia Simón, comunicación personal).

Ya antes del 15M, pero en ese contexto de crisis económica y descrédito de las grandes cabeceras, surgen medios como *FronteraD* (2009), *Periodismo Humano* (2010), *Pikara* (2010) o *Cuarto Poder* (2010), que se constituyen en alternativas laborales para periodistas que empezaban a sufrir los efectos de la crisis. Dichos medios empiezan a acaparar a un número importante de lectores cubriendo temas que no solían tener cabida en los medios convencionales: derechos humanos, feminismos, vivienda, precariedad laboral, cultura libre, etc. En 2012 se llevaron a cabo ERE (Expediente de Regulación de Empleo, un mecanismo de despido colectivo) en cuatro de los medios de comunicación más im-

portantes de España: *El País*, *El Mundo*, *Público* y la *Cadena SER* (Barraquero & Meda, 2015). Siendo un drama que dejó en situación de desempleo a varios cientos de periodistas, esta situación encerraba una oportunidad de innovación y creación colectiva. Como señalan Pablo Elorduy y Ma. Ángeles Fernández, este fue un aspecto clave para la creación de los autodenominados “medios independientes”. La conflictividad laboral permitió a muchos periodistas entrar en contacto con colectivos sociales y sindicales donde, además, surgían nuevas formas de lucha influidas por el 15M, como las *mareas ciudadanas*. Ello generó una fuerza creativa que influyó en el impulso de nuevos proyectos periodísticos. Así, surgieron cooperativas de extrabajadores como la televisión digital *TmEx*, *9exili* o la cooperativa *Más Público* –que ahora gestiona el periódico *La Marea*–. También aparecieron proyectos periodísticos que, sin considerarse medios comunitarios o cooperativos, apuestan por la independencia, por un enfoque crítico y por el empoderamiento de los periodistas y la comunidad de lectores y suscriptores en la gestión, como por ejemplo *eldiario.es*, *Infolibre*, *Mongolia* o *Ctxt*. Esta ventana de oportunidad para la creación mediática favoreció también la reinención de medios ya existentes como *Diagonal*, que tras el proceso de transformación al que nos referíamos anteriormente fue refundado como *El Salto* en 2017, o el programa de radio *Carne Cruda*, que pasó de ser parte de la parrilla de emisoras mainstream a difundirse a través de Internet, a partir de 2014, y sostenerse gracias a las aportaciones de los oyentes. Como señala su director y presentador:

Los medios independientes que surgen al calor del 15M son creados en gran medida por periodistas que se han quedado en paro; periodistas sin trabajo y que ven que algo está sucediendo en la calle. Y ese fue otro de los grandes aprendizajes del 15M: toma la palabra y toma los medios (Javier Gallego, comunicación personal).

Muchos de estos medios han creado sinergias y colaboraciones entre ellos en los últimos años. Así, el 2 de abril de 2020, 16 medios se unieron para pedir al gobierno proteger la pluralidad y la calidad de la información y poco después crearon la *Plataforma de medios independientes*, cuyo origen y forma de organización tiene “un imaginario muy

similar al del 15M” (Vanessa Jiménez, comunicación personal). A pesar de las dificultades derivadas de ser medios minoritarios y de las restricciones autoimpuestas por sus políticas de financiación, muchos de ellos se han consolidado creando una comunidad de suscriptores cuyo papel es clave para entender sus rasgos distintivos (Jordán, 2014; Olmedo Salar & López Villafranca, 2018). Los datos de la Tabla 2 nos ayudan a entender la capacidad de difusión, el apoyo y el seguimiento de los tres medios seleccionados.

Según nuestros informantes, como resultado de la crisis y del impacto transversal del 15M emergió un sector incipiente del público más crítico y con mayor compromiso cívico, dispuesto a contribuir pagando cuotas de suscripción o actuando como nodo transmisor de la información y productor de conocimiento. Un tipo de público que Javier Gallego define como “un activista de los medios independientes”. Pablo Elorduy y Vanessa Jiménez consideran que el 15M creó una masa de personas críticas y comprometidas que mantienen su compromiso apoyando a estos medios. Muchos de ellos comparten suscriptores y usuarios, de manera que se ha creado una red de cooperación entre medios y públicos comprometidos con una manera de hacer periodismo y construir ciudadanía: “nuestro futuro pasa por seguir cultivando la relación de confianza y compromiso con los lectores, seguir siendo fieles a nuestros principios éticos y cuidar la información” (Magda Bandera, comunicación personal).

En suma, si bien los medios independientes tienen orígenes particulares y características específicas, son el resultado del mismo terremoto económico, político y social que de alguna manera fue canalizado y expresado por el 15M. Para algunos de nuestros entrevistados, como Vanessa Jiménez, Javier Gallego y Tomás Muñoz, estos medios se han inspirado en las lógicas assemblearias y la horizontalidad del quincemayismo. Asimismo, según Patricia Simón y Pablo Elorduy, los medios independientes han sabido interpretar las demandas de una parte de la ciudadanía respecto al papel de los medios en la sociedad. Por último, de acuerdo con Vanessa Jiménez y Magda Bandera, han recuperado la dignidad de un periodismo independiente comprometido con la ética pública y con la producción de conocimiento para la transformación social

Medios como *El Salto*, *La Marea* y *Ctxt*, más allá del periodismo de actualidad, apuestan por un tipo de información más reposada y con un tratamiento de mayor profundidad o *slow journalism* (Rosique & Barranquero, 2015). Como señala Pablo Elorduy: “una de las funciones de los medios de comunicación más olvidadas es promover cambios de época en determinadas cuestiones, plantar una serie de semillas para que en algún momento germinen y lleguen a formalizarse en políticas públicas” (comunicación personal). Para ello enfocan su acción periodística como una especie de “pedagogía a largo plazo” para ir introduciendo nuevos temas y enfoques que permitan “abrir caminos diferentes a los oficiales, aportar otras miradas, otros debates y otras formas de tratar los temas pensando a largo plazo, no buscar la transformación inmediata, sino el cambio a largo plazo” (Pablo Elorduy, comunicación personal). Además, estos medios han enriquecido su dimensión pedagógica para la producción y difusión de conocimiento incluyendo cursos y actividades formativas como parte de su misión social. Estos programas formativos incluyen aprendizajes comunicativos en sentido crítico, así como enseñanzas sobre otros temas de interés social, y se caracterizan por una planificación didáctica estructurada y un grado de formalidad muy elevado. La Tabla 3 recopila las actividades formativas llevadas a cabo por *La Marea*, *El Salto* y *Ctxt* entre 2020 y 2021.

TABLA 3
ACTIVIDADES FORMATIVAS DE *LA MAREA*, *EL SALTO* Y *CTXT*
ENTRE 2020 Y 2021

Medio	Actividades formativas
<i>La Marea</i>	Periodismo con enfoque de género; periodismo con enfoque en derechos humanos; el consumo como acto político; crisis climática.
<i>El Salto</i>	Periodismo y sanidad; periodismo crítico y antirracista; periodismo y migración; periodismo y economía; taller de producción de podcast.
<i>Ctxt</i>	Los estudios culturales: una necesidad ciudadana; realidades LGTB ante la nueva normalidad; laboratorio de crítica de arte; crisis climática; taller de periodismo en contexto.

Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, los medios de comunicación independientes refuerzan su compromiso cívico, tejen alianzas con la sociedad civil y aportan conocimientos y herramientas para la formación de una ciudadanía crítica y comprometida.

CONCLUSIONES

El 15M fue un movimiento orientado a la creación de espacios y dispositivos culturales para promover el empoderamiento de la ciudadanía y reforzar la democracia. En este contexto, los medios de comunicación adquirieron un papel clave en la batalla por la hegemonía cultural y se convirtieron en herramientas de acción pedagógica para la producción y transmisión de conocimiento. En este artículo hemos mostrado esa acción pedagógica para la producción de conocimiento materializada y canalizada a través de la creación de una tipología de medios que hemos denominado “medios propios”. Asimismo, hemos explorado las ventanas de oportunidad que abrió el movimiento y su posible influencia en la emergencia de los denominados “medios independientes”.

Si bien cada movimiento social crea innovaciones que les diferencian de sus predecesores, todos se constituyen como parte de tradiciones de lucha y de culturas políticas a través de las cuales construyen sus identidades y proyectan su acción hacia el futuro. En este sentido, el 15M es heredero directo de la cultura de activismo mediático que se fue configurando a partir de las movilizaciones altermundistas y de los incipientes proyectos de ciberactivismo y contrainformación que surgieron en España a mediados de los noventas. Al respecto, hacemos hincapié en el bagaje cultural acumulado por los movimientos sociales precedentes y en el enriquecimiento de dicho bagaje por parte del quincemayismo. Como resultado, algunos importantes proyectos y medios activistas ya existentes –por ejemplo: *La Directa*, *Diagonal-El Salto* o *Carne Cruda*– ampliaron su capacidad de impacto y de penetración social y el activismo mediático, en general, salió fortalecido e incrementó su grado de influencia. La acción pedagógica del 15M y su capacidad de producción de conocimiento se materializó principalmente en la creación de medios propios como *Ágora Sol Radio*, *Madrid 15M* y *El Binario*. Estos se caracterizan por una información orientada hacia

el empoderamiento de la ciudadanía; por llevar a cabo proyectos formativos y culturales paralelos; y por crear espacios para el encuentro y el apoyo mutuo entre colectivos.

Asimismo, hemos indagado en la influencia que tuvo el 15M en la creación de nuevos medios surgidos en el contexto de la crisis económica y ante la ruptura que supuso la pérdida de credibilidad de las grandes cabeceras, lo que abrió una ventana de oportunidad para la creación mediática que dio como resultado la emergencia de medios como *El Salto*, *La Marea* o *Ctxt*. Hemos argumentado que la acción pedagógica de estos medios independientes se desarrolla tanto mediante su renovación de las formas de hacer periodismo, por medio de su inclusión en la agenda de nuevos temas de interés social y por practicar un periodismo más enfocado al largo plazo y al análisis sosegado, como a través de proyectos formativos y culturales. Asimismo, hemos resaltado la importancia de la comunidad de seguidores y suscriptores que apoya y financia a estos medios; una comunidad que emergió como parte del cambio de paradigma mediático y en cuya conformación influyó la acción pedagógica del 15M.

Este trabajo ha pretendido mostrar evidencias empíricas sobre el legado del 15M para la comunicación social y su influencia en la creación de los medios independientes. Además, se ha querido resaltar el papel de los movimientos sociales en el debate público y la necesidad de reforzar un periodismo comprometido con la democracia y con los valores cívicos. Pese a que se trata de una primera aproximación al estudio de las relaciones e influencias entre el activismo mediático, la dimensión pedagógica de un movimiento social, la acción periodística y la dimensión pedagógica de los medios independientes, aspiramos a abrir líneas de investigación interdisciplinares que permitan avanzar en el estudio de las relaciones entre comunicación, movimientos sociales y procesos educativos para la producción de conocimiento.

Referencias bibliográficas

- Alonso-Muñoz, L. & Casero-Ripollés, A. (2016). La influencia del discurso sobre cambio social en la agenda de los medios. El caso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca. *OBETS*, 11(1), 25-51. <https://doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.02>

- Arribas, A. (2018). Knowledge co-production with social movement networks. Redefining grassroots politics, rethinking research. *Social Movement Studies*, 17(4), 451-463. <https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1457521>
- Barbas, A. & Postill, J. (2017). Communication activism as a school of politics: lessons from Spain's indignados movement. *Journal of Communication*, 67(5), 646-664. <https://doi.org/10.1111/jcom.12321>
- Barbas, A. (2020). Educommunication for social change: contributions to the construction of a theory of activist media practices. En H. C. Stephansen & E. Treré (Eds.), *Citizen Media and Practice: currents, connections, challenges* (pp. 73-88). Routledge.
- Barranquero, A. & Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athenea Digital*, 15(1), 139-170. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1385>
- Candón-Mena, J., Montero-Sánchez, D. & Calle-Collado, A. (2018). Discourses and practices of radical democracy. The 15M movement as a space of mobilization. *Partecipazione e Conflitto*, 11(2), 571-598. <https://doi.org/10.1285/i20356609v11i2p571>
- Casas-Cortés, M. I., Osterweil, M. & Powell, D. E. (2008). Blurring Boundaries: Recognizing Knowledge-Practices in the Study of Social Movements. *Anthropological Quarterly*, 81(1), 17-58. <https://doi.org/10.1353/anq.2008.0006>
- Cox, L. (2014). Movements Making Knowledge: A New Wave of Inspiration for Sociology? *Sociology*, 48(5), 954-971. <https://doi.org/10.1177/0038038514539063>
- Cox, L. & Flesher Fominaya, C. (2009). Movement knowledge: what do we know, how do we create knowledge and what do we do with it? *Interface*, 1(1), 1-20. <https://bit.ly/3pTyiFL>
- Cruells, M. & Ibarra, P. (Eds.). (2013). *La democracia del futuro: Del 15M a la emergencia de una sociedad civil viva*. Icaria.
- della Porta, D. & Diani, M. (2020). *Social movements: An introduction*. John Wiley & Sons.
- della Porta, D. & Pavan, E. (2017). Repertoires of knowledge practices: social movements in times of crisis. *Qualitative Research in Organizations and Management*, 12(4), 297-314. <https://doi.org/10.1108/QROM-01-2017-1483>

- Downing, J. D. H. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Sage.
- Errejón, I. (2011). El 15-M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas*, 2, 120-145. <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/78856>
- Espinar, E. & Seguí, S. (2016). Comunicación y cambio social en España: el impacto del 15M, cinco años después. *OBETS*, 11(1), 15-23. <https://doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.01>
- Eyerman, R. & Jamison, A. (1991). *Social movements: A cognitive approach*. Pennsylvania State University Press.
- Feenstra, R. & Casero-Ripollés, A. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M. *Comunicación y Hombre*, 8, 129-140. http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/08_i_feenstraycasero.pdf
- Flesher Fominaya, C. (2015). Debunking Spontaneity: Spain's 15M/Indignados as Autonomous Movement. *Social Movement Studies*, 14(2), 142-163. <https://doi.org/10.1080/14742837.2014.945075>
- Flesher Fominaya, C. (2020). *Democracy Reloaded: Inside Spain's Political Laboratory from 15-M to Podemos*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190099961.001.0001>
- Fuster, M. (2012). The Free Culture and 15M Movements in Spain: Composition, Social Networks and Synergies. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 386-392. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.710323>
- Gamson, W. (1988). Political Discourse and Collective Action. En B. Klandermans, H. Kriesi & S. Tarrow (Eds.), *International Social Movement Research: From Structure to Action* (pp. 219-246). JAI Press.
- Gentles, S. J., Charles, C., Ploeg, J. & McKibbin, K. (2015). Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature. *The Qualitative Report*, 20(11), 1772-1789. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2373>
- Gusfield, J. (1994). La reflexividad de los movimientos sociales: una revisión de las teorías sobre la sociedad de masas y el comportamiento colectivo. En E. Laraña & J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 93-117). CIS.

- Hall, B. L., Clover, D. E., Crowther, J. & Scandrett, E. (2012). *Learning and education for a better world: The role of social movements* Leiden. Sense Publishers.
- Hernández, E., Robles, M. C. & Martínez, J. B. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M. *Comunicar*, 40, 59-67. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-06>
- Holford, J. (1995). Why social movements matter: Adult education theory, cognitive praxis, and the creation of knowledge. *Adult Education Quarterly*, 45(2), 95-111. <https://doi.org/10.1177/0741713695045002003>
- Holstein, J. A. & Gubrium, J. F. (2016). *Narrative practice and the active interview*. Sage.
- Ibarra, P. & Tejerina, B. (Eds.). (1998). *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Trotta.
- Jordán, A. V. R. (2014). La aparición de InfoLibre y el diario. es para la defensa de un periodismo más democrático y participativo. *Historia y Comunicación Social*, 19, 491-500.
- Jordan, T. & Taylor, P. (2004). *Hacktivism and cyberwars: Rebels with a cause?* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203490037>
- Kuk, H. & Tarlau, R. (2020). The confluence of popular education and social movement studies into social movement learning: A systematic literature review. *International Journal of Lifelong Education*, 39(5-6), 591-604. <https://doi.org/10.1080/02601370.2020.1845833>
- Laraña, E. (1996). La actualidad de los clásicos y las teorías del comportamiento colectivo. *REIS*, 74, 15-44. <https://doi.org/10.2307/40183884>
- López, S. & Roig, G. (2004). *Del tam-tam al doble click. Una historia conceptual de la contrainformación*. https://info.nodo50.org/IMG/pdf/historia_contrainformacion.pdf
- López-Ferrández, F. J. (2018). Potencialidades, límites, contradicciones y retos del cuarto poder en red. De “Diagonal” a “El Salto”. *Commons*, 7(1), 77-111. <http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i1.03>
- Martínez-Sánchez, J. & Martínez-Polo, J. (2017). El Salto y su propuesta de periodismo cooperativo. *Redes.Com*, 15, 225-249.

- Micó, J. & Casero-Ripollés, A. (2014). Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain. *Enformation, Communication & Society*, 17(7), 858-871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.830634>
- Niesz, T., Korora, A. M., Walkuski, C. B. & Foot, R. E. (2018). Social movements and educational research: Toward a united field of scholarship. *Teachers College Record*, 120(3), 1-41. <https://www.tcrecord.org/content.asp?contentid=22084>
- Niesz, T. (2019). Social Movement Knowledge and Anthropology of Education. *Anthropology & Education Quarterly*, 50(2), 223-234. <https://doi.org/10.1111/aeq.12286>
- Olmedo Salar, S. & López Villafranca, P. (2018). Nuevos medios independientes en el panorama mediático digital. Las emisoras de radio 'online' en España: el caso de 'Carne Cruda' y 'Radiocable'. *Index*, 8(3), 135-155. <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/422>
- Postill, J. (2014). Democracy in an age of viral reality: A media epidemiography of Spain's indignados movement. *Ethnography*, 15(1), 51-69. <https://doi.org/10.1177/1466138113502513>
- Razquin, A. (2017). *Didáctica ciudadana: la vida política en las plazas, etnografía del movimiento 15M*. Universidad de Granada.
- Rivero, B. (2013). New social movements in Spanish State: a view from the principles of dialogic learning. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 2(3), 273-296. <http://dx.doi.org/10.4471/rimcis.2013.25>
- Rodríguez, C., Ferron, B. & Shamas, K. (2014). Four challenges in the field of alternative, radical and citizens' media research. *Media, Culture & Society*, 36(2), 150-166. <https://doi.org/10.1177/0163443714523877>
- Romanos, E. (2013). Collective learning processes within social movements. Some insights into the Spanish 15-M/Indignados movement. En C. Flesher Fominaya & L. Cox (Eds.), *Understanding European movements: New social movements, global justice struggles, anti-austerity protest* (pp. 203-219). Routledge.
- Romanos, E. (2018). Del 68 al 15M: continuidades y rupturas entre ciclos de protesta. *Arbor*, 194(787), a430. <https://doi.org/10.3989/arbor.2018.787n1003>

- Rosique, G. & Barranquero, A. (2015). Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *Profesional de la Información*, 24(4), 451-462. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de internet*. Icaria.
- Sáez Baeza, C. (2008). *Tercer sector de la comunicación: teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela* (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2008/tdx-1021109-003052/csb1de2.pdf>
- Sampedro, V. (Ed.). (2021). *Comunicación política digital en España. Del «Pásalo» a Podemos y de Podemos a Vox*. UOC.
- Snow, D., Tan, A. & Owens, P. (2013). Social Movements, Framing Processes, and Cultural Revitalization and Fabrication. *Mobilization*, 18(3), 225-42. <https://doi.org/10.17813/mai.18.3.2886363801703n02>
- Swidler, A. (1986). Culture in action: Symbols and strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273-286. <https://doi.org/10.2307/2095521>
- Toret, J. (Coord.). (2013). Tecropolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. *IN3 Working Paper Series*. <https://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20%282%29.pdf>
- Treré, E. (2019). *Hybrid media activism: ecologies, imaginaries, algorithms*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315438177>
- Welton, M. (1993). Social revolutionary learning: The new social movements as learning sites. *Adult Education Quarterly*, 43(3), 152-64. <https://doi.org/10.1177/0741713693043003002>
- Whittier, N. (2004). The Consequences of Social Movements for Each Other. En D. Snow, S. A. Soule, & H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell Companion to Social Movements* (pp. 531-551). Blackwell.