



Última Década

ISSN: 0717-4691

cidpa@cidpa.cl

Centro de Estudios Sociales

Chile

FERNÁNDEZ-PLANELLS, ARIADNA; FEIXA PAMPOLS, CARLES; FIGUEROAS-MAZ, MÒNICA  
15-M EN ESPAÑA: DIFERENCIAS Y SIMILITUDES EN LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS CON  
LOS MOVIMIENTOS PREVIOS

Última Década, núm. 39, diciembre-, 2013, pp. 115-138

Centro de Estudios Sociales

Valparaíso, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19530948006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## **15-M EN ESPAÑA: DIFERENCIAS Y SIMILITUDES EN LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS CON LOS MOVIMIENTOS PREVIOS**

ARIADNA FERNÁNDEZ-PLANELLS\*  
CARLES FEIXA PAMPOLS\*\*  
MÒNICA FIGUEROAS-MAZ\*\*\*

### **RESUMEN**

En 2011, la Indignación recorrió el mundo. En España, con el movimiento 15-M, miles de personas acamparon en las plazas de las ciudades. En Barcelona, surgió la #acampadabcn, ágora presencial y virtual para el debate y la acción política y social. Este artículo estudia el perfil de los Indignados catalanes e identifica sus prácticas comunicativas y organizativas, tanto *offline* como *online*. Dichos rasgos, se comparan con los alteractivistas y los novísimos movimientos sociales. Como estos movimientos, el 15-M ha mantenido Internet como escenario de información y acción. La principal diferencia reside en las herramientas que emplean y su uso.

**PALABRAS CLAVE:** MOVIMIENTO DE INDIGNADOS, JUVENTUD, WEB SOCIAL

---

\* Española, Licenciada en Periodismo y Máster en Comunicación Pública, Personal docente e investigador en formación, Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Email: ariadna.fernandez@upf.edu.

\*\* Español, Catedrático de Antropología Social, Universitat de Lleida. Email: feixa@geosoc.udl.cat.

\*\*\* Española, Doctora en Periodismo. Profesora Titular, Universitat Pompeu Fabra. Email: monica.figueras@upf.edu.

## **15-M NA ESPANHA: DIFERENÇAS E SEMELHANÇAS NAS PRÁTICAS COMUNICATIVAS COM MOVIMENTOS SOCIAIS ANTERIORES**

### **RESUMO**

Em 2011, a indignação tomou conta do mundo. Na Espanha, com o movimento 15-M, milhares de pessoas acamparam nas praças da cidade. Em Barcelona, surgiu a #acampadabcn, espaço presencial e virtual para o debate e ação política e social. Este artigo estuda o perfil dos Indignados catalães e identifica suas práticas de comunicação e organização —dentro e fora da internet—, comparando-as com as práticas dos alterativistas e dos novíssimos movimentos sociais. A exemplo destes movimentos, o M-15 tem mantido a Internet como recurso de informação e ação. A principal diferença reside nas ferramentas para sua utilização.

PALAVRAS CHAVE: MOVIMENTO DE INDIGNADOS, JUVENTUDE, WEB SOCIAL

## **15-M IN SPAIN: DIFFERENCES AND SIMILARITIES IN COMMUNICATION PRACTICES WITH PREVIOUS SOCIAL MOVEMENTS**

### **ABSTRACT**

In 2011, Indignados have traveled the world. In Spain, with the 15-M movement, thousands of people camped in the city squares. In Barcelona, emerged the «#acampadabcn», a face to face and virtual agora for discussion and political and social action. This paper studies the profile of the Indignant Catalans and identifies their communication and organizational practices, both offline and online. These features are compared with alter activists and new social movements. As these movements, the M-15 has remained the scene of Internet as information and action. The main difference lies in the tools used and their use.

KEY WORDS: INDIGNADOS MOVEMENT, YOUTH, SOCIAL WEB

## 1. INTRODUCCIÓN

EN EL AÑO 2012 miles de personas en todo el mundo, especialmente jóvenes, salieron a la calle, ocuparon las plazas de las ciudades, se manifestaron y expresaron su indignación. La web social destacó como herramienta de comunicación y movilización y como generadora de nuevas formas de acción colectiva (Bennett & Segerberg, 2012). En 2004, Lovink retrató a las nuevas generaciones como «esclavos felices» de las tecnologías digitales que copan su tiempo y les encierra en su habitación convirtiéndolos en eternos *hackers* depositarios de la cultura crítica de Internet. En 2011, parece que los ciudadanos se han convertido en *hackers* del sistema a través de herramientas sociales en red ideadas con otros propósitos más lúdicos; por ejemplo, Facebook. Los ciudadanos han otorgado nuevos usos a los medios sociales (Fernandez-Planells, Feixa y Figueras-Maz, inédito) y, además, también han salido a la calle.

A lo largo del tiempo, con cada movimiento social, la academia ha centrado su atención en estudiar, describir y clasificarlos con distintas denominaciones: movimiento obrero, nuevos movimientos sociales, novísimos movimientos sociales, alteractivistas, movimientos sociales en red, etcétera. Con los movimientos nacidos a partir de 2010 ha sucedido lo mismo. Desde diferentes enfoques, numerosos autores los han investigado desde *Occupy* en Estados Unidos (Juris, 2012; Juris & Razsa, 2012), pasando por las revueltas árabes (Ben Mhenni, 2012; Gutiérrez de Terán y Álvarez-Ossorio, 2011; Sánchez García, 2012; Shahine, 2011) y el Movimiento 15-M o de los Indignados en España (Abellán Bordallo, 2011; Antebi y Sánchez García, 2012; Borge-Holthoefer, Rivero, García, Cauhé, Ferrer, et al., 2011; Candón Mena, 2011; Micó y Casero-Ripollés, 2013; Corsín Jiménez y Estalella, 2011; Feixa, Nofre et al., 2012; Fernandez-Planells y Figueiras, 2012; Ferreras, 2011; Nofre, 2012), entre otros.

¿Cuáles son los antecedentes de estos movimientos? ¿En qué se diferencian o cuáles son sus continuidades respecto a sus predecesores? ¿Cuáles son sus características? Este artículo trata de dar respuesta a algunos de estos interrogantes, centrándose en el Movimiento 15-M en España. Como objetivo principal, se analiza la relación —o no relación— del Movimiento de Indignados con sus predecesores: los novísimos movimientos sociales y los alteractivistas. Dicho objetivo general se concreta en dos objetivos específicos. En primer lugar, detectar y conocer el perfil social predominante entre los participantes

en la #acampadabcn. Y, en segundo lugar, estudiar las formas organizativas y comunicativas, tanto *offline* como *on line*, del movimiento 15-M en Barcelona.

Autores como Haro y Sampedro (2011) consideran que el 15-M es herencia —a nivel nacional— de los movimientos sociales por la insumisión que tuvieron presencia en la calle y, en algunos casos, también en la red, como el movimiento 0,7% (que propugnaba dedicar ese porcentaje del presupuesto público a cooperación), el movimiento por la abolición de la deuda externa, el «Nunca Mais», el «No a la Guerra», la movilización del 13-M o el «Movimiento por una Vivienda Digna» [MVD]. También otros movimientos más restringidos a la acción *online* como el movimiento «Anti Ley Sinde» o *Anonymous*. Del mismo modo, organizaciones como «Democracia Real Ya», «No les Votes», «Juventud en Acción», «Juventud Sin Futuro» o el apoyo a *Wikileaks* pueden considerarse antecedentes del 15-M (Ferreras, 2011; Corsín y Estalella, 2011).<sup>1</sup>

Aunque los autores mencionados no contemplan el movimiento Anti-Bolonia,<sup>2</sup> o el movimiento *okupa* como precedentes, puede con-

---

1 «Nunca Mais» es una plataforma ciudadana aparecida en 2003 tras el naufragio de un buque petrolero en la costa gallega que provocó un desastre ecológico. «No a la Guerra» fue el lema escogido en las manifestaciones que llenaron las calles en 2003 en contra de la participación española en la guerra de Irak y del apoyo del gobierno español al presidente norteamericano George Bush. El 13-M se trata de un movimiento ciudadano puntual, antes de las elecciones generales del 2003, en protesta por la manipulación informativa tras los atentados de Al-Qaeda en Madrid. El «Movimiento por una Vivienda Digna» [MVD] es el nombre atribuido a diversos movimientos sociales surgidos en España en 2006 con el fin de reclamar el derecho a una vivienda digna. «Anti Ley Sinde» y/o «No les Votes» son un movimiento en defensa de un Internet libre y sin censuras que nace en 2010 para combatir la Ley de Economía Sostenible, similar a la Ley Sopa y más conocida como ‘Ley Sinde’ por el apellido de la ministra que la impulsó, Ángeles González Sinde. «Juventud Sin Futuro» protagonizó las primeras manifestaciones del 2011 y participó, junto a Democracia Real Ya y otras organizaciones, en la convocatoria de la manifestación del 15 de Mayo. Nace de la iniciativa de diferentes colectivos universitarios madrileños sensibilizados con la situación de la juventud.

2 El movimiento Anti-Bolonia sale a las calles de forma masiva en el curso 2008/2009 por la aplicación del Plan Bolonia en el sistema educativo español.

siderarse que estos movimientos también ayudaron a crear las bases necesarias para la eclosión del 15-M. De hecho, la ocupación y el funcionamiento autogestionado, autosuficiente y autoorganizado de la plaza podría equiparase con el funcionamiento de muchos de los centros sociales okupados en el Estado Español. En Barcelona, el movimiento *okupa* ha protagonizado manifestaciones y acciones relacionadas con algunos de los temas que hoy centran la agenda de los Indignados catalanes.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL 15-M

El 15 de mayo de 2011 estalló la revolución pacífica de la juventud española. En los días inmediatamente posteriores, miles de jóvenes ocuparon las plazas de sus ciudades. Las redes sociales canalizaron el descontento juvenil y las plazas e Internet se convirtieron en ágoras protagonistas del debate. En Madrid, tras la manifestación impulsada por «Democracia Real Ya», un centenar de jóvenes decidieron acampar en la Puerta del Sol. Querían permanecer en la plaza hasta el día de las elecciones municipales y autonómicas, pero a las cinco de la madrugada del 17 de mayo, la policía los desalojó. Por la tarde, miles de personas volvieron a llenar la Puerta del Sol y, al día siguiente, acamparon de nuevo en la plaza madrileña. Las acampadas comenzaron a multiplicarse por todo el estado español. En Barcelona, la Plaza de Catalunya se convirtió en la #acampadabcn, ágora pública en donde personas de todas las edades, aunque con predominio de los jóvenes, se reunieron a debatir.

Así como Seattle supuso un hito para una nueva generación de activistas (Juris, 2000), el Movimiento 15-M también lo ha supuesto. Primero con la #acampadasol en Madrid, con la #acampadabcn en Barcelona y las múltiples acampadas surgidas en la distintas ciudades españolas y, posteriormente, con el movimiento *Occupy* en el resto del mundo. Muchos han visto en el 15-M una especie de Mayo del 68 español (como sugiere el hashtag algo enfático con el que se difundió en la red: #spanishrevolution).

La convocatoria del denominado Movimiento 15-M, también conocido como Movimiento de Indignados —término utilizado por los medios en clara referencia al libro de Stephan Hessel— o #spanishrevolution, surgió a través de la red: los servicios de correo electrónico y las redes sociales se convirtieron en cómplices de la difusión del malestar y posterior movilización, especialmente, de la juventud. En Ma-

drid, la acampada se produjo el domingo 15 de mayo, tras la marcha. En Barcelona también hubo marcha, pero la acampada no se produjo hasta el día siguiente, el lunes 16 de mayo, tras el intento de desalojo de la acampada de Madrid. Un escueto posteo colgado por un usuario en el marcador social *Menéame* advertía: «La acampada de Barcelona será esta noche, a las 20:30h en Plaça Catalunya, seguimiento del evento vía Twitter».

A las 22:30 horas, en Plaza de Catalunya se constituyó la #acampadabcn por poco más de un centenar de personas que decidieron permanecer indefinidamente allí. Los acampados acordaron realizar diariamente una asamblea y proclamaron la plaza espacio libre y pacífico. Crearon las tres primeras comisiones: comunicación, logística y arte. Esa misma noche se abrieron sendas cuentas de la #acampadabcn en Wordpress, Twitter y Facebook. Al día siguiente, martes, 17 de mayo, se acordó en asamblea que la misión de la entonces denominada «Comisión de Comunicación/Telecos» sería transmitir los contenidos creados en la acampada a través de Internet (Twitter, Facebook, Flickr, blog, N-1, etcétera). Esa misma jornada del 17 de mayo, la #acampadabcn también se hizo presente en televisión a través del canal 37 de la TDT y de su canal online [www.latele.com](http://www.latele.com). El miércoles, 18 de mayo, se abrió un canal para la emisión en directo a través de [www.ustream.tv](http://www.ustream.tv). A su vez, se decidió también de manera asamblearia no tener portavoces oficiales. Comenzaba así la #acampadabcn, que prolongaría su existencia «física» hasta el 30 de junio de 2011, jornada en que se produjo el desalojo de los últimos acampados de Plaza de Catalunya —la mayoría ya se habían marchado tras votar en asamblea abandonar la plaza—.

El jueves, 19 de mayo, la Junta Electoral Central declaró ilegales aquellas reuniones, manifestaciones y concentraciones que pudieran celebrarse durante la jornada de reflexión y la propia jornada electoral —sábado 21 y domingo 22 de mayo, respectivamente—. Los Indignados ignoraron tal resolución y mantuvieron las acampadas así como sus actividades asociadas. A pesar de la victoria del conservador Partido Popular en la gran mayoría de regiones y municipios españoles, los Indignados continuaron acampados, organizando y coordinando sus acciones y reflexiones tanto en la plaza como en la red. Sin embargo, el 27 de mayo unidades antidisturbios de la policía autonómica catalana —los Mossos d'Esquadra— conjuntamente con la Guardia Urbana de Barcelona, siguiendo las órdenes del Departamento de Interior de la Generalitat de Catalunya de limpiar la plaza, desalojaron violenta-

mente la #acampadabcn. Era día laborable y lectivo, viernes. Los teléfonos comenzaron a sonar en trabajos y universidades. Llamadas y mensajes de texto (SMS) empezaron a distribuirse entre los jóvenes advirtiendo de lo que sucedía en la plaza, como el siguiente: «La policía está desalojando plaza Cataluña. ¡Se necesita tu presencia. Pásalo!». Las redes sociales comenzaron a hacerse eco de manera rápida y viral. Antes que ningún medio, antes incluso que la propia web de la acampada, los perfiles virtuales de la #acampadabcn y de muchas personas anónimas distribuyeron el mensaje y las imágenes de lo sucedido. El efecto llamada fue inmediato. Esa misma tarde la plaza se llenó. Miles de personas desbordaron la capacidad del lugar en una nueva asamblea. Los protagonistas difundieron un mensaje a través de la red y de la plaza: #Nonosvamos.

### **3. METODOLOGÍA**

En el desarrollo de esta investigación se han utilizado diferentes instrumentos. En primer lugar se desarrolló una investigación participante en el Movimiento 15-M. Asimismo, se realizó una encuesta a los participantes en Plaza de Catalunya y entrevistas en profundidad a personas con distintos perfiles en la #acampadabcn. Finalmente, se realizó el seguimiento de ocho *hashtags* en Twitter. A continuación se describen las metodologías utilizadas y su utilidad para la consecución de los objetivos.

#### *a) Observación participante*

Entre el 20 de mayo y el 25 de junio de 2011 se realizó una inmersión y observación participante en el Movimiento de Indignados. Y, además, específicamente, también se observaron las dinámicas de la Comisión de Comunicación de la #acampadabcn. Gracias a este método se tuvo acceso directo a los activistas y se pudo conversar, observar y vivir en primera persona las formas organizativas y comunicativas de la acampada. Durante la observación, se asistió a las asambleas de la comisión y del campo en general. La información se obtuvo a través de entrevistas y la observación directa de la acción. Los datos recogidos se registraron por escrito. Además, se tuvo acceso a la lista de correo de la comisión de comunicación. Un año después, con motivo de la celebración del primer año del 15-M, se volvió a realizar una inmersión participante durante los cuatro días que duraron las movili-

zaciones, del 12 al 15 de mayo de 2012. Finalmente, se ha seguido la evolución del Movimiento a través de los diferentes perfiles digitales del 15-M y de los nodos vinculados y, también, de las acciones *offline* organizadas.

*b) Encuesta*

Los datos sobre el perfil de los Indignados en Plaza de Catalunya se consiguieron tras realizar 420 encuestas a personas que participaron en la #acampadabcn. Finalmente, se validaron 339: aquellas en las que se respondieron todas las preguntas y que no mostraron incoherencias en las respuestas. El noventa por ciento de los cuestionarios se realizaron en la Plaza de Catalunya, entre el 20 de mayo y 25 de junio, aunque algunos también fueron contestados por correo electrónico. Los participantes fueron escogidos al azar. En el momento de realización de la encuesta (tampoco hoy), no existían datos sobre el número de personas que asistieron cada día a la plaza ni tampoco información sobre el perfil socio demográfico de los participantes en el 15-M. Por ello, se trató de seleccionar personas de todos los perfiles, con un equilibrio entre sexos. En total, se encuestó a 161 hombres y 178 mujeres. De ellos, 110 estaban estudiando, 81 trabajando, 107 trabajando y estudiando y 41 en paro. Para validar el cuestionario se realizó un pre-test para identificar posibles defectos de construcción. Los datos fueron tratados con el programa estadístico informático SPSS.

*c) Entrevista en profundidad*

Se realizaron quince entrevistas en profundidad a participantes en la #acampadabcn. La selección de los entrevistados buscó que todos los perfiles presentes en la plaza estuviesen recogidos en la muestra —sexo, edades, situación laboral y tipo de participación en el movimiento—. Los resultados fueron procesados mediante un análisis de contenido temático. Siguiendo las recomendaciones de King y Horrocks (2010) y de Silverman (2011) se optó por una codificación inductiva en la que se identificaron los temas o aspectos relacionados con la investigación y se creó una lista de categorías a aplicar. Las entrevistas se realizaron entre la segunda y la cuarta semana de junio de 2011 en los alrededores de la Plaza de Catalunya. Tuvieron una duración aproximada de entre una hora y una hora y media cada una. Resultaron útiles para detectar los usos otorgados a los distintos canales y medios de comunicación utili-

zados por los Indignados para informarse del 15-M. Con este método se conocieron opiniones, ideas y valores que no podían reflejarse a través de la encuesta cuantitativa.

*d) Análisis de Twitter*

Gracias al análisis con la herramienta *Topsy Social Media Analytics*<sup>3</sup> se ha podido identificar el volumen de tuits generados en relación con el Movimiento 15-M. En concreto, se ha analizado el uso de ocho hashtags: #15M, #15Mani, #bcnsinmiedo, #spanishrevolution, #nosenosvamos, #yeswecamp, #acampadabcn y #acampadasol.

#### **4. RESULTADOS**

En este apartado se comparan los rasgos organizativos y comunicativos del movimiento 15-M con los de movimientos sociales previos: los alteractivistas —en base a la conceptualización realizada por Juris y Pleyers, 2009— y los novísimos movimientos sociales, tomando como referencia la descripción realizada por Feixa y Romaní, 2002. Para ello, en primer lugar, se presenta el perfil social de los activistas del 15-M que participaron en la #acampadabcn de Plaza de Catalunya. Seguidamente, se concretan las características que definen al movimiento de Indignados, tanto en lo que respecta a las prácticas organizativas como comunicativas. Y, finalmente, con los datos obtenidos, se procede a la comparativa.

*a) Perfil del indignado*

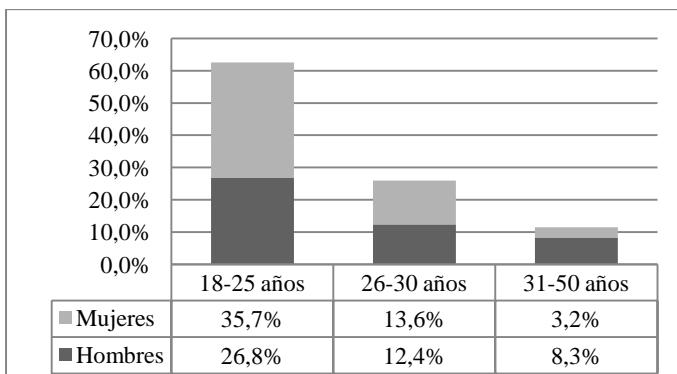
Contradicciendo a aquellos que hablaban de la generación NINI,<sup>4</sup> y de la falta de movilización juvenil, la mayoría de los Indignados en la Plaza de Catalunya eran jóvenes (gráfico 1).

---

3 Herramienta de búsqueda y análisis social.  
Disponible en: <http://topsy.com>.

4 NI-NIS: expresión utilizada para denominar a los jóvenes que «ni estudian ni trabajan».

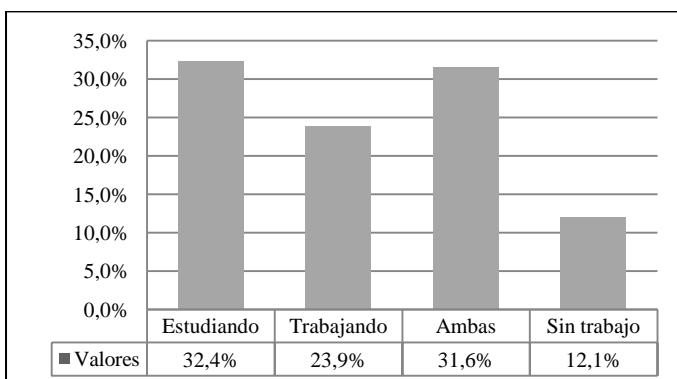
GRÁFICO 1: PERFIL DE EDAD DEL PARTICIPANTE EN LA #ACAMPADABCN



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas en Plaza de Catalunya.

Coincidiendo con la edad predominante en la plaza, la mayoría estaban trabajando, estudiando o ambos (gráfico 2). Por otro lado, la mayoría de ellos (un 78,2%) vivían en Barcelona ciudad, frente a un 18,6% en el resto de Cataluña, y un 3,2% en el resto de España. Respecto a su participación, gran parte de los encuestados participaron en la acampada solo como visitantes y/o miembro de alguna de las comisiones que se crearon en Plaza de Catalunya.

GRÁFICO 2: PERFIL OCUPACIONAL DEL PARTICIPANTE EN LA #ACAMPADABCN



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas en Plaza de Catalunya.

En resumen, se puede afirmar que el perfil predominante de un/a participante encuestado/a en la #acampadabcn era: chico o chica, estudiante, de entre 18 y 25 años, residente en Barcelona, con acceso a Internet y que participaba como visitante y/o miembro de una comisión de Plaza de Catalunya.

*b) Organización en la plaza física y virtual:  
comisiones, asambleas y web social*

Los jóvenes del 15-M optaron por ocupar y hacerse visibles en las plazas centrales de las ciudades. La observación participante y las entrevistas realizadas muestran que los participantes en el 15-M reclamaban el espacio público como lugar para el debate, la organización y la participación y acción política. Tras ocupar la Plaza de Catalunya, los Indignados se organizaron física y virtualmente. En total, crearon veintiuna comisiones. Debido al elevado volumen de trabajo que algunas tenían y a que se trataban temas muy diversos, se dividieron en múltiples subcomisiones con diferentes objetivos. En la fecha de publicación de este trabajo, algunas comisiones presentes en la plaza han desaparecido, otras se han reformulado o modificado y otras nuevas han nacido. Las comisiones fueron adaptándose a las necesidades de la plaza y fueron creándose nuevas, mutando, uniéndose y evitando duplicidades.

La #acampadabcn y las distintas comisiones decidían mediante asambleas. Los grupos de trabajo, organizados por grandes áreas temáticas (sanidad, educación, etcétera), votaban las acciones en las asambleas de las comisiones y, posteriormente, llevaban las propuestas a la asamblea general que se realizaba diariamente en Plaza de Catalunya. Éstas se convirtieron en multitudinarias tras el desalojo de la #acampadabcn el 27 de mayo de 2011 y solían durar, aproximadamente, cuatro horas. Resultaba complicado moderarlas y muchos de los participantes y moderadores eran nuevos en el sistema asambleario. Por ello, antes de cada asamblea se explicaban los signos por los que se regía la asamblea. Los símbolos asamblearios se convirtieron en un ritual como forma de acción social.

La Plaza de Catalunya se convirtió para los participantes en el 15-M en Barcelona en un símbolo de resistencia pacífica, de desacuerdo y de acción directa popular, en un ágora cargada de mensaje, que les otorgó visibilidad y que participó del éxito del movimiento. El Movimiento 15-M se inició en la red, saltó a las calles a través de las mani-

festaciones y ocupaciones de las plazas y volvió a la red gracias a los nuevos usos de los canales virtuales: *webs*, *blogs*, redes sociales, *microblogging*, televisión digital, correos electrónicos y otras herramientas digitales. La #acampadabcn utilizó múltiples herramientas comunicativas: creó una web de la acampada, abrió perfiles en Twitter, Facebook, Flickr y N-1,<sup>5</sup> realizó vídeo en *streaming*, retransmitió en radios alternativas, dibujó un mapa de acampadas a nivel global y emitió las asambleas y otras actividades de la acampada en el Canal 37 de la TDT o su versión *online*, latele.cat. El uso de estas herramientas en plena campaña electoral ha supuesto un nuevo modo de intervención y debate ciudadano en red. Los jóvenes del 15-M consideraron que sus voces no eran escuchadas y, ante unas elecciones en las que decían no sentirse representados, decidieron explotar sus propios canales de comunicación y su propio lenguaje.

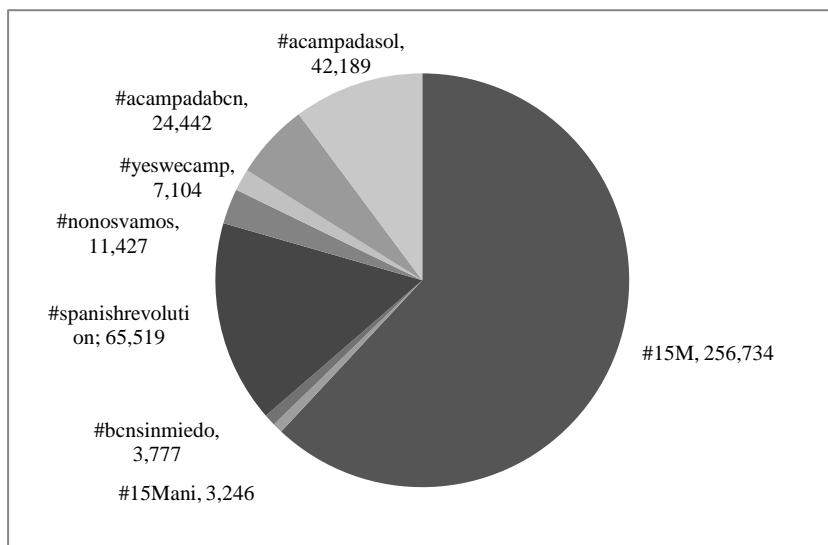
Los entrevistados confirmaron que Facebook tuvo un gran protagonismo como mecanismo de movilización, especialmente entre los sectores más juveniles. De hecho, el perfil de la acampada llegó a los 70.000 seguidores tras el intento de desalojo. A pesar de que Twitter fuese una plataforma poco o nada utilizada por los entrevistados ante del 15-M, no cabe duda que una mera aproximación a la actividad diaria de aquellos *hashtags* relacionados con el 15-M sitúan a Twitter como una de las herramientas virtuales con más importancia en el éxito comunicativo y de movilización del Movimiento (gráfico 3). Así lo manifestaron también los entrevistados a lo largo de toda la investigación, no solo en las entrevistas en profundidad sino también en las conversaciones diarias con los Indignados llevadas a cabo durante la observación en Plaza Catalunya.

---

5 Según la sección «Acerca de...» de la propia web N-1, esta herramienta se describe como un dispositivo tecnopolítico sin ánimo de lucro que pretende ampliar las posibilidades de crear y difundir contenidos usando herramientas libres, desarrolladas y auto gestionadas desde una ética horizontal y antagonista para la base y desde la base. Es una de las redes de Lorea, un proyecto que engloba varias redes sociales y busca su federación, y también está enredado con Rhizomatik Labs. Al no tratarse de un servicio comercial, N-1 garantiza la privacidad de sus habitantes, ofreciéndoles un control total sobre sus propios datos. Se denomina habitantes a los usuarios de esta red social y se organizan a través de grupos y subgrupos donde se organiza el trabajo y se distribuye la información.

A través de Twitter se han convocado acciones y protestas puntuales. A diferencia de Facebook, Twitter ha tenido la capacidad de narrar en directo y de manera coral —múltiples narradores— lo que sucedía en la plaza y en actos de protesta. Si en 2003 los SMS fueron el medio escogido por los convocantes de las protestas en contra del gobierno español tras el atentado terrorista del 11-M en Madrid y la falsa atribución a ETA, en 2012 los *tuits* han despertado e impulsado al 15-M. De hecho, entre 2010 y 2011, Twitter ha doblado su audiencia, incrementando su afinidad con mujeres y jóvenes de 18 a 34 años (Nielsen, 2011). Esta plataforma ha contribuido a la organización, comunicación y difusión de ideas y fechas, permitiendo la creación de redes *online* que, posteriormente, se hicieron visibles en la calle. Es importante matizar que, con esto, no pretende afirmarse que gracias a Twitter hayan surgido estos movimientos o se haya hecho la revolución. Twitter y las redes sociales son un instrumento con gran potencial que los Indignados han sabido explotar y utilizar para sus fines.

GRÁFICO 3: VOLUMEN DE TUITS GENERADOS POR OCHO HASHTAGS RELACIONADOS CON EL #15M



Fuente: Elaborada con la herramienta Topsy.

Los entrevistados en esta investigación, a raíz del 15-M, han pasado de utilizar los medios sociales con un objetivo lúdico a utilizarlos con un objetivo de conexión y acción social. La observación de la evolución de los contenidos de los *muros* de Facebook de los seguidores del 15-M muestra que pasaron de contener fotografías de actividades diarias a *postear* y *enlazar* artículos y/o informaciones relacionadas con el 15-M y otras revueltas que acontecieron durante el 2011.

Pero, ¿qué pasaba con los que no tenían conexión a Internet; es decir, con aquellos que no tenían Facebook o Twitter? Los amigos se convirtieron en canalizadores, el *boca-oreja* funcionó. Acampar en el espacio central de la ciudad permitió a los Indignados llegar a todas las edades y a aquellos que no estaban *conectados*, los cuales, como el resto, tuvieron acceso a las clásicas octavillas de información así como alguna otra publicación en papel surgida e impulsada por la acampada. En definitiva: las tecnologías digitales 2.0 no remplazaron a las tecnologías 1.0 o a las herramientas analógicas, ni siquiera al cara a cara, sino que las reubicaron, reforzándolas y situándolas en una nueva dimensión.

### c) 15-M: similitudes y diferencias con sus predecesores

Los Indignados españoles a través de su funcionamiento y de sus rasgos identificativos pueden relacionarse y proclamarse descendientes del movimiento de jóvenes altermundistas que protagonizaron las protestas de Seattle (1999), Cancún (1999 y 2003), Praga (2000), Barcelona (2001, 2002 y 2003), Génova (2001), Porto Alegre (2001, 2002, 2003 y 2005), París (2003), Londres (2004) y Atlanta (2007), entre otras. Las características que definen al 15-M —es decir, horizontalidad, inclusividad, trabajo colectivo, autoorganización, autosuficiencia y trabajo y organización a través de la red— entroncan directamente con los rasgos de jóvenes *alteractivistas* descritas por otros autores (Juris y Pleyers, 2009; Pleyers, 2010). Además, puede establecerse cierto paralelismo entre el nacimiento de los movimientos por la justicia global y el nacimiento del 15-M. Si en Seattle convergieron redes y procesos históricos que provocaron el nacimiento de un nuevo modelo de protesta social (Juris, 2006), lo mismo parece haber sucedido con el 15-M. Los Indignados han generado nuevas prácticas en red que, unidas a un momento de crisis económica, han conseguido implicar a gran parte de la población española (Ipsos Public Affairs, 2011).

Tomando como referente la descripción realizada por Juris y Pleyers (2009), los alteractivistas se caracterizan por ser, mayoritariamente, jóvenes y por localizarse geográficamente principalmente en Europa y América del Norte. También se encuentran entre los jóvenes de todo el mundo, pero en menor número. En este sentido, Juris (2006) puntualiza que, aunque los sectores orientados a la acción directa están copados por jóvenes de clase media con conexión a internet y recursos para viajar, el total del movimiento incluye contingentes importantes de redes indigenistas y campesinas.

Los alteractivistas se distinguen por sus críticas tanto a los sectores institucionales como a la izquierda marxista; por una coordinación horizontal; por la democracia y acción directa; por un trabajo en red local-global; por utilizar formas creativas de acción; por poner el énfasis en el proceso y la experimentación; por utilizar las nuevas tecnologías de la información y comunicación; por materializarse puntualmente en campamentos de protesta convertidos en espacios intersticiales experimentales y, finalmente, por nutrirse de la experiencia vivida, el proceso de colaboración y la conectividad global. Éstas son también características que definen al movimiento de Indignados en España. La retransmisión en directo por los medios de masas del intento de desalojo de la #acampadabcn y el efecto llamada que se produjo muestra otro paralelismo con los alteractivistas. En este caso, con la Batalla de Seattle y su retransmisión por los medios globales (Appadurai, 1996; Juris, 2006).

Siguiendo con las diferencias y similitudes con los alteractivistas, en un trabajo anterior Juris (2006) describe tres principales dinámicas de los movimientos por la justicia global: en primer lugar, son globales; en segundo lugar, son informacionales y, en tercer lugar, están organizados en torno a redes flexibles y descentralizadas. Si se buscan estas características en el 15-M, se observa que los Indignados no surgieron como un movimiento global, sino a partir de iniciativas muy locales (en el contexto de unas elecciones municipales).

Precisamente, éste es su mayor reto. Lo intentaron el 15 de octubre de 2011 con el «15-O, Unidos por el cambio global». Se trató de una jornada en la que todo el mundo estaba convocado a manifestarse pacíficamente. Fue promovida desde España y ayudó a conectar el 15-M con otros movimientos como *Occupy Wall Street*. Continuando con la comparación, el 15-M también es un movimiento informacional y organizado en torno a redes flexibles y descentralizadas.

Como los alteractivistas, las protestas del 15-M producen imágenes poderosas que consiguen llamar la atención de los medios de ma-

sas. La diferencia reside en que, con el 15-M, no solo se trata de protestas visibles a través del arte-activismo en la calle; también lo son a golpe de *trending topic*, de videos virales y de escraches.<sup>6</sup>

En relación a la descripción y categorización de los novísimos movimientos sociales (Romaní y Feixa, 2002; Cubides, Romero y Moreira, 2010; Galindo y Acosta, 2010), algunos de éstos aparecen cuando se trata de clasificar al 15-M. A pesar de que encontramos rasgos identificativos con Chiapas 1994, Seattle 1999, Porto Alegre y Génova 2001 o Barcelona 2002, también encontramos diferencias respecto a las características de los novísimos movimientos sociales (de ahora en adelante, NNMS) descritas por Romaní y Feixa (2002). Las coincidencias se centran en la acción directa y de carnaval, y en el carácter lúdico del ritual. A pesar de este carácter festivo, el 15-M, al contrario que los NNSM, siempre trató de desvincularse del uso de substancias psicoactivas. Carteles como «no queremos cerveza» o «esto no es una fiesta» se podían ver en las plazas ante la llegada masiva de lateros vendiendo bebidas alcohólicas. Los NNMS se caracterizan por tener líderes visibles (adultos por lo general), y en el 15-M no hay líderes ni portavoces oficiales. Los NNMS son catalogados como movimientos transgeneracionales y cabe preguntarse si el 15-M puede definirse como un movimiento juvenil o transgeneracional. Los datos presentados en este artículo muestran que, en sus inicios, el perfil predominante era el del joven. Sin embargo, el paso del tiempo y la maduración del movimiento, unido al descontento generalizado por la crisis que recorre el estado español, les ha permitido conectar con sectores sociales cada vez más amplios. A pesar del perfil inicialmente juvenil, otras generaciones se han unido a la indignación: los llamados *yayoflautas*.<sup>7</sup>

---

6 Término procedente de Argentina. En España, se utiliza para referirse a la protesta pacífica en la que un grupo de activistas interpela a algún representante político de manera *online* (redes sociales, Twitter, email, etc.) y/o *offline* (se presentan en el domicilio, lugar de trabajo o lugar público en que se encuentre la persona en cuestión o se le realizan llamadas masivas a su teléfono).

7 ‘Yayo’ es el término utilizado en un registro coloquial o familiar para referirse al abuelo. El sufijo –flauta alude a la palabra ‘perroflauta’ que se refiere despectivamente a personas del movimiento okupa, a los que se asocia con la compañía de perros y a tocar la flauta. Pero a diferencia del término ‘perroflauta’, el término ‘yayoflauta’ adquirió un significado irónico y positivo, pasando de ser un estigma a convertirse en un emblema de la solidaridad de la gente mayor con el movimiento 15-M.

Tal y como se autodescriben, se trata de un grupo de personas de más de cincuenta años que pertenecen a la generación que luchó y consiguió una vida mejor para sus hijos e hijas y que ahora ven como el futuro de ellos, el de sus hijos y el de ellos mismos, está en peligro.

Con los *yayoflautas*, tres generaciones de abuelos, padres e hijos jóvenes —cuatro si contamos los carritos de niños que acompañaban a sus padres/madres— se han unido al movimiento de Indignados bajo distintos lemas y un mismo objetivo: cambiar las reglas de juego y luchar contra los recortes sociales. El reto del 15-M está, precisamente, como ellos mismos apuntan, en conseguir implicar al 99% de los ciudadanos.

Siguiendo con la comparativa con los NNMS, éstos se caracterizan por el uso del espacio virtual y la transversalidad de territorio, huyen de las fronteras locales y nacionales para situarse en el espacio global. Aunque el 15-M se vale de la red, surge con un propósito y objetivo inicial local/nacional: por problemas concretos del estado español. Posteriormente, debido a la universalidad de la problemática que afecta a España, el movimiento conecta con otros activistas de distintos países y comienza a nutrirse y a nutrir la Indignación en el mundo. Con #Occupy y #YoSoy132 se convierte en global. Esto es debido a que, con la indignación, ha aumentado la sensación de que el reloj digital se mueve al mismo ritmo para la mayor parte de jóvenes del planeta. No por ello el espacio local ha dejado de influir en el comportamiento de los jóvenes: lo global realimenta las tendencias centrípetas (Feixa, 2012:79). A pesar de las convocatorias mundiales como la del 15 de Octubre de 2011 (#15O), el 15-M sigue siendo un movimiento vinculado a la problemática nacional.

Como los NNMS y los alteractivistas, el 15-M ha mantenido Internet como escenario de información y de lucha. La principal diferencia reside en las nuevas herramientas utilizadas por los activistas y en el modo de utilizarlas. Si en Seattle, los acontecimientos se siguieron mediante listas de distribución, sitios web, blogs e Indymedia; en el 15-M, a pesar de mantenerse estas formas, se han incorporado las redes sociales y la plataforma de *microblogging*, Twitter.

Estas incorporaciones han sido determinantes para la comunicación entre activistas y también para la difusión con gran parte de la población conectada. A nivel interno, las listas de distribución se han mantenido, además, se han incorporado otras herramientas de traba-

jo como los ‘PADS’<sup>8</sup> (documentos en línea que permiten a las personas trabajar en un documento al mismo tiempo). Este sistema de trabajo permite que la planificación más compleja, que en los alteractivistas se realizaba en los encuentros físicos, ahora pueda realizarse de manera virtual. Indymedia, sin embargo, ha quedado relegada como herramienta informativa. Los nuevos canales del 15-M han ocupado su lugar. Las utopías informativas (Juris, 2006) que se ponían en práctica en cada foro o movilización alteractivista, se han materializado de manera indefinida en las formas de comunicación del 15-M. Este movimiento supone la consolidación y evolución de las prácticas de redes innovadoras y de los experimentos con las tecnologías informativas.

## 5. CONCLUSIONES

Entre 2011 y 2013, los Indignados han actualizado los caminos que les permiten participar como miembros de la ciudadanía, se han hecho visibles y han creado su propia «democracia en red» (Castells, 2011). En el 15-M, los jóvenes han escogido sus nuevos medios y modos de comunicación, información, debate y decisión. Internet y las redes sociales han posibilitado la participación real de los ciudadanos, esquivando y modificando así las dinámicas de los principales grupos de poder, tanto políticos como comunicativos. Como pasó en Génova en el 2001, a raíz de la cumbre anti G-8, con el 15-M Internet se llenó de mensajes que buscaban construir una verdad alternativa a la criminalización del Movimiento iniciada, en opinión de los activistas, desde algunos estamentos políticos y difundida por los medios de comunicación masivos.

En la sociedad red en que nos encontramos, el poder se concentra en la capacidad de crear redes (Castells, 2006). Los Indignados se están valiendo de la tecnología para crear redes y conseguir sus objetivos. Convocan a través de las redes sociales y narran en tiempo real lo que sucede mediante plataformas como Twitter, Facebook y una red de testigos con teléfonos 3G que facilitan fotografías, vídeos y texto. No cabe duda alguna que la tradicional concentración mediática ha quedado sobrepasada por la hiperactividad comunicativa del Movimiento 15-M. Una muestra de ello es *People Witness*, vinculados y surgidos tras al 15-M. Se autodescriben como «la comunicación en

---

8 Distintas plataformas permiten trabajar con PADS, una de las más utilizadas por los Indignados es TitanPad (<http://titanpad.com>).

manos del pueblo» y se han convertido en una «multitud vigilante» (Haro y Sampedro, 2011), evolución y herencia de la «ciudadanía vigilante» de 2003, del Movimiento por la Vivienda Digna o de los *clicktivistas* en contra de la Ley Sinde.

Los últimos llamamientos a nivel global como la jornada del 15 de octubre «Unidos por un Cambio Global», tuiteada con el hashtag #15O; la celebración de su primer y segundo aniversario —hashtag #12M15M— o la campaña para conseguir imputar a Rodrigo Rato, ex director de uno de los bancos rescatados por el gobierno español (hashtag #15MpaRato) son sólo algunos ejemplos de la capacidad de acción y transmisión de información del Movimiento 15-M.

Si en 2001 Wellman detectó que las redes sociales informáticas permitían mantener interacciones a través de grandes distancias; en 2013, estas redes han permitido conectar también las pequeñas y medianas distancias. Han facilitado la organización entre activistas y fomentando la creación de nuevas redes. Las prácticas comunicativas del 15-M y su posterior evolución parecen marcar la diferencia respecto sus predecesores. Las nuevas tecnologías, especialmente el teléfono móvil y las redes sociales, se han convertido en testigos de lo que sucede y en lugar de debate y acción: son la nueva ágora de la ciudad post-industrial. Antes que los sistemas convencionales de comunicación, difusión o debate reaccionen, la red y la telefonía ya lo han hecho. Los jóvenes han construido nuevos medios a través de los nuevos usos otorgados a las redes sociales y a los canales que más se ajustan a sus necesidades, como *wikis*, *blogs* o marcadores sociales, entre otros. Los Indignados han conseguido construir en sociedad *su* realidad. Organizados en forma de red, sin un orden establecido, sin un centro claro y a gran velocidad, las acampadas experimentaron nuevas formas de intervención ciudadana, de acción política y de comunicación a través de Internet.

Si han supuesto una evolución respecto a los alteractivistas y los NNMS ¿cómo catalogar al 15-M? En este sentido, Castells (2012) denomina a los movimientos surgidos desde el 2008 como «movimientos sociales en red» y más, concretamente, al 15-M lo cataloga como «movimiento rizomático». En 2013 resulta difícil delimitar qué y quién es 15-M. En la actualidad, los canales de comunicación surgidos a raíz de las acampadas ayudan a viralizar el mensaje de nuevas identidades con reivindicaciones, acciones y objetivos a corto, medio y largo plazo. Es el caso de los *Yayoflautas*, de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), del @15MpaRato, entre otros. Todos for-

mados por ciudadanos y bajo identidades virtuales comunes, con sus propios *hashtags* y sus calendarios específicos, pero todos bajo el paraguas del 15-M. La afirmación de Juris (2006) sobre el movimiento por la justicia global es totalmente aplicable al 15-M: «[...] lo que muchos observadores consideran un único movimiento unificado por la justicia global es en realidad un conjunto de redes de movimientos sociales competidores, aunque a veces sean coincidentes, que difieren en función del tema tratado, la subjetividad política, el marco ideológico, la cultura política y la lógica organizativa». Sustitúyase «movimiento por la justicia global» por «movimiento 15-M».

El 15-M se ha caracterizado por la eclosión de las tecnologías 2.0, por la experimentación y búsqueda de nuevos usos. Sin embargo, este rasgo no ha supuesto la eliminación de otras herramientas y actitudes analógicas. No se ha tratado de una dicotomía, sino de reforzar, complementar y retroalimentar las distintas dinámicas y herramientas de comunicación existentes. Tal y como apunta Scolari (2009), es posible que se esté produciendo un cambio en las formas de movilización política heredadas de la Revolución Francesa consistentes en protestar en la plaza frente al palacio. A este tipo de protesta en la plaza física se ha unido la plaza virtual. Todo parece indicar que las nuevas luchas sociales se libraran (también) en la red (Haro y Sampedro, 2011).

## 6. DISCUSIÓN

Karl Mannheim (1928) consideraba que lo que configura una generación no es compartir una fecha de nacimiento, sino la comunidad de experiencias colectivas. Por lo tanto, ¿el 15-M constituye o supone el nacimiento de una nueva generación? Estudiando el 15-M, ¿se podrá conocer en un futuro el pensamiento y actitud de la época actual? Son algunos de los interrogantes obligados cuando se valora o no la importancia del movimiento 15-M. Tanto para Abrams (1982) como para Mannheim (1928), el principio de una nueva generación está marcado por importantes discontinuidades del mundo histórico e institucional del momento. Extrapolando esta afirmación al momento de crisis actual, tal vez estemos presenciando el principio de una nueva generación.

¿Será el 15-M la generación decisiva, aquella que marca un punto de inflexión, capaz de conectar con los cambios anhelados (Ortega y Gasset, 1928)? La indignación española se ha extendido por el mundo entero, se ha globalizado, ¿puede considerarse que de esta expansión de la indignación surge una nueva «generación global» (Beck y Beck-

Gernsheim, 2008)? El reto de la internacionalización es uno de los que se presenta en el futuro próximo del 15-M. Tienen por delante la ardua tarea de coordinar una indignación que piense localmente y actúe globalmente, con una agenda indignada compartida frente a una problemática común. Como sucedió con el movimiento altermundialista durante la primera década del siglo XXI, las primeras expresiones de cualquier nuevo movimiento social suelen ser reactivas y performativas. A continuación viene una fase proactiva y constructiva, en la que deben inventarse fórmulas organizativas nuevas, flexibles y al mismo tiempo estables. Las nuevas tecnologías pueden servir de pegamento y nodo de unión, pero lo importante es cómo se mantienen los vínculos y cómo fluye por ellos la información y la acción. En definitiva, el reto es crear una red tan flexible y tan sólida como una telaraña.

BARCELONA (ESPAÑA), DICIEMBRE 2013

RECIBIDO: DICIEMBRE 2013

ACEPTADO: DICIEMBRE 2013

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APPADURAY, ARJUN (1996): *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- ABELLÁN BORDALLO, JACOB (2011): «De la red a la calle: un estudio del proceso movilizador que condujo a las manifestaciones del 15 de mayo de 2011». Disponible en: [www.aecpa.es](http://www.aecpa.es).
- ANTEBI ANDRÉS y JOSÉ SÁNCHEZ GARCÍA (2012): «Plazas fuertes: de Midan Tahrir a la Plaça de Catalunya, espacio público y revueltas populares contemporáneas». En M. Urban Crespo (coordinador): *¡Ocupad el mundo!* Barcelona: Editorial Icaria Antrazyt.
- AUNIÓN, JUAN ANTONIO (2011): «Indignados, pero aún poco movilizados». *El País*, Madrid, 17 abril, pp. 26-27.
- BARÓMETRE DE LA COMUNICACIÓ (2011): «La comunicació a Catalunya. Resum 2011. Període: gener a desembre 2011». Disponible en [www.fundacc.org](http://www.fundacc.org).
- BECK, ULRICH y ELISABETH, BECKGERNSHEIM (2008): *Generación global*. Barcelona: Paidós.
- BEN MHENNI, LINA (2012): *La revolución de la dignidad*. Barcelona: Destino.
- BENNETT, W. LANCED y ALEXANDRA SEGERBERG (2012): «The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics». *Information, Communication & Society*, 15(5).

- BORGE-HOLTHOEFER, ALEJANDRO RIVERO, IÑIGO GARCÍA, ELISA CAUHÉ, ALFREDO FERRER et al. (2011): «Structural and Dynamical Patterns on Online Social Networks: The Spanish May 15th Movement as a Case Study». *PLoS ONE* N°6(8).
- CAELLAS, MARC (2011): *Carcelona*. Barcelona: Melusina.
- CANDÓN MENA, JOSÉ (2011): «Presentado en el congreso Hybrid Days». 15 octubre - 30 noviembre 2011. Disponible en <http://es.hybrid-days.com>.
- CATELLS, MANUEL (2011): «#Wikiacampadas». *La Vanguardia*, Barcelona, 28 mayo.
- CORSIN JIMÉNEZ, ALBERTO y ADOLFO ESTALELLA (2011): «#spanishrevolution». *Anthropology Today* N°27(4).
- FALETTO, ENZO (1986): «La juventud como movimiento social». *Revista de la CEPAL* N°20. Santiago: CEPAL.
- FEIXA, CARLES (2000): «Generación @. La juventud en la era digital». *Nómadas* N°13.
- (2010): «El imperio de los jóvenes». *Le Monde Diplomatique* (edición española), octubre.
- (2011): «La generación indignada». *El País*, Madrid, 15 septiembre.
- (2012): «Unidos por el flog: ciberculturas juveniles». En: JAVIER CALLEJO y JESÚS GUTIÉRREZ (Coordinadores): *Adolescencia entre pantallas. Los jóvenes en el sistema de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- ET AL. (2012): «The #spanishrevolution and beyond». *Cultural Anthropology Online*.
- FERNÁNDEZ-PLANELLS, ADRIANA Y MÓNICA FIGUERAS (2012): «Plaza en red. Características del seguimiento informativo de la @acampadabCN por parte de los/las jóvenes participantes en Plaza Cataluña».
- FERRERAS, EVA MARÍA (2011): «Redes sociales y cambio social. El movimiento 15-M y su evolución en Twitter». *Revista Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación* N°89.
- FIGUERAS, MÓNICA y MARCEL MAURI (editores) (2012): «Estudi, recomanacions i decàleg sobre el tractament informatiu de les persones joves i la seva millora». Barcelona: Direcció General de Joventut.
- et al. (2011): «La ciudad indignada». En J. TRILLA (coordinador): *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- GALINDO, LILIANA y FABIÁN ACOSTA (2010): «Hacia un estado del arte sobre sentidos y prácticas políticas juveniles en Colombia, 2000-2008». En S. V. ALVARADO y P. A. VOMMARE (editores): *Jóvenes, cultura y política en América Latina*. Buenos Aires: Homo Sapiens y CLACSO.
- GUTIÉRREZ DE TERÁN e IGNACIO ÁLVAREZ-OSSORIO (editores) (2011): *Informe sobre las revueltas árabes*. Barcelona: Ediciones del Oriente y del Mediterráneo.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2011): «#15-M: política sin partidos. Artículos y reflexiones».

- HALLSWORTH, SIMON y DAVIDBROTHERTON (2011): *Urban Disorder and Gangs: A Critique and a Warning*. London: Metropolitan University of London. Unpublished Paper.
- HARO, CARMEN y VÍCTOR SAMPREDO (2011): «Activismo político en red: del movimiento por la vivienda digna al 15M». *Revista Teknokultura* N°8(2).
- JURIS, JEFFREY. S. (2000): «Transnational Activism and the Movement for Global Resistance in Spain: An antrophological approach».
- (2006): «Movimientos sociales en red: movimientos globales por una justicia global». En MANUEL CASTELLS (editor): *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza editorial.
- (2012): «Reflections on #Occupy Everywhere: Social Media, Public Space, and Emerging Logics of Aggregation». *American Ethnologist* N°39(2).
- , G. EOIFFREY y H. PLEYERS (2009): «Alter-Activism: Emerging Cultures of Participation Among Young Global Justice Activists». *Journal of Youth Studies* N°12(1).
- y MAPLE, RAZSA (2012): «Introduction: Occupy, Anthropology and the 2011 Global Uprisings». *Cultural Anthropology* N°27(2).
- KING, NIGEL y CHRISTINE HORROCKS (2010): *Interviews in Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- LECCARDI, CARMEN y CARLES FEIXA (2011): «El concepto de generación en las teorías sobre la juventud». *Última Década* N°34. Valparaíso: Ediciones CIDPA.
- LOVINK, GEERT (2004): *Fibra oscura*. Madrid: Tecnos.
- MANNHEIM, KARL (1993): «El problema de las generaciones». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* N°62.
- MICÓ, JOSEP-LLUIS y ANDREU CASERO-RIPOLLÉS (2013): «Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain». *Information, Communication and Society*.
- NIELSEN (2011): «The Social Media View from Spain». Online: Nielsen.
- NOFRE, JORDI (2012): «Geographies of the European Spring: Decoding the #Spanish Revolution». In C. FEIXA, C. LECCARDI y P. NILAN (eds): *Spaces and Times of Youth Cultures in the Global City*.
- ORTEGA Y GASSET, JOSÉ (1996): *Juventud, cuerpo. Meditaciones de nuestro tiempo. Las conferencias de Buenos Aires 1916-1928*. México: FCE.
- PECHETELIDIS, YANNIS (2011): «December Uprising 2008: Universality and Particularity in Youngs People's Discourse». *Journal of Youth Studies*, N°14(4).
- RAMONET, IGNACIO (2011): «Generación sin futuro». *Le Monde Diplomatie* N°191, septiembre.
- ROMANI, ORIOL y CARLES FEIXA (2002): «De Seattle 1999 a Barcelona 2002. Moviments Socials, Resistències Globals». *Revista de Etnología de Catalunya* N°21.

- ROMEO, JUAN y NATALIA MOREIRA (2010): «La juventud en la sociología uruguaya: estado del arte». En S. V. ALVARADO y P. A. VOMMARO (editores): *Jóvenes, cultura y política en América Latina*. Buenos Aires: Homo Sapiens y CLACSO.
- SAMPEDRO, VÍCTOR F. (editor) (2005): *13-M. Multitudes on-line*. Madrid: Libros de la Catarata.
- y JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ (2011): «La red era la plaza». Disponible en: [www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf](http://www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf).
- SÁNCHEZ GARCÍA, JOSÉ (2012): «La sociedad contra el Estado egipcio: enfoques etnohistóricos de una revolución inacabada». *Quaderns-e* N°16(2).
- SCOLARI, CARLOS (2009): «Después del temblor: la movilización de masas en la época post-SMS. Hipermediaciones».
- SHAHINE, SELIM (2011): «Youth and the Revolution in Egypt». *Anthropology Today* N°27(2).
- SILVERMAN, DAVID (2011): *Qualitative research: issues of theory, method and practice*. London: Sage.
- WALZER, MICHAEL (2012): «Editor's page». *Dissent* N°59(1).
- WELLMAN, BARRY (2001): «Physical place and cYberplace: the rise of personalized net-working». *International Journal of Urban and Regional Research* N°25(2).