



Revista de Comunicación Digital

Nuevas formaciones políticas crecidas en Internet y su entrada en las Elecciones Europeas 2014: el caso de Movimiento RED, Podemos, Recortes Cero y Partido X

New Political Organizations Grown on the Internet and their Entry into the European Elections 2014

Mar Sanjuán Santonja
sanjuan5@alumni.uv.es
 Universitat de València

Recibido: 01/10/2014

Aceptado: 06/12/2014

RESUMEN

La digitalización e Internet han transformado nuestra manera de ver el mundo, de comunicarnos y recibir contenidos mediático-culturales. A nivel político han permitido que muchos movimientos ciudadanos, a menudo nacidos al calor de las ideas del 15M en España, puedan desarrollar su vocación política e, incluso, presentarse a elecciones tales como las pasadas Europeas de mayo de 2014. La reflexión acerca de lo que tradicionalmente entendemos como política es, como mínimo, la principal consecuencia que las nuevas tecnologías digitales generan en este ámbito social. El presente trabajo pretende ser un análisis de cuatro nuevas agrupaciones políticas de este país y el uso que le han dado a Internet para poder alzar su voz en público. También es un acercamiento, a través de una metodología cuantitativa y cualitativa –realizada en el período que abarca desde el 9 de mayo de 2014, cuando se publica la encuesta del CIS sobre los posibles resultados de las Elecciones, hasta el día anterior a éstas: el 24 de mayo- de las principales noticias de los movimientos estudiados aparecidas en la sección “Elecciones Europeas” de seis medios digitales convencionales con marcadas diferencias editoriales: El País, El Mundo, ABC, La Razón, Público y Eldiario.es. Siguen siendo los medios convencionales los principales canales de comunicación con la opinión pública, pero las dinámicas de las redes sociales e Internet se han convertido en instrumentos poderosos, y aquí tenemos ejemplos, para integrar nuevos movimientos políticos en el marco de la comunicación.

PALABRAS CLAVE

movimientos sociales, Elecciones Europeas, digitalización, medios de comunicación, Internet

ABSTRACT

Digitalization and the Internet have changed the way we see the world, the way we communicate and receive media-cultural content. Politically, they have allowed many citizen movements, most of them born after 15M in Spain, to develop their political vocation and run for election, such as the past European Parliament Election of May 2014. The reflection about our traditional politics conception is one of the consequences that new digital technologies have aroused in this social field. This work constitutes an analysis of four new Spanish political organizations who, thanks to the Internet, have been able to speak out and get to be known by the public. This study has been carried out in the following time frame: from May 9th (when the CIS survey on the possible outcomes of the election was published) to the day before it the Election: May 24th. It proposes a quantitative and qualitative methodology to be applied to the main news related with the studied movements appeared in the “European Elections” section of six conventional digital media that have different points of view: El País, El Mundo, ABC, La Razon, Publico and Eldiario.es. These media continue to be the main public’s sources of information, but the dynamics of social networks and the Internet have become powerful, as we see in these examples, to integrate new political movements into the communication framework.

KEY WORDS

social movements, European Elections, digitalization, media, Internet

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez son más los sectores de la cultura y de la comunicación integrados en los procesos digitales que van dando forma a la actual sociedad de la información. Un fenómeno que ha transformado nuestra manera de ver el mundo, de comunicarnos y de recibir contenidos mediático-culturales, como ha venido sucediendo con todas las innovaciones tecnológicas en el campo de la comunicación hasta hoy. McLuhan (1964) ya fue pionero en observar esta realidad comunicativa al preconizarla con dos premisas: “nos convertimos en lo que contemplamos” y “modelamos nuestras herramientas y luego éstas nos modelan a nosotros”. Así pues, no podemos negar hoy los cambios a los que se somete la sociedad debido a la digitalización, proceso que crea o se retroalimenta de lo que este mismo autor entendía como “aldea global” y que Manuel Castells (2009) corrobora al hablar de las redes digitales como “globales por su capacidad para autorreconfigurarse de acuerdo con las instrucciones de los programadores, trascendiendo los límites territoriales e institucionales a través de redes de ordenadores comunicadas entre sí”; a lo que añade que una estructura social “cuya infraestructura se base en redes digitales tiene las posibilidades de ser global”.

Internet y la revolución digital han supuesto un giro radical en productos culturales de entretenimiento como puedan ser los libros –con el paso de la lectura tradicional en papel a los contenidos electrónicos-, la fotografía, la forma de ver series y películas en la red, etc. Pero, además, suponen cambios en las nuevas formas de comunicarnos y de compartir información, como bien alega Manovich (2001) al decir que, igual que la imprenta en el siglo XIV y la fotografía en el XIX tuvieron un impacto revolucionario sobre el desarrollo de la sociedad y la cultura modernas, “hoy nos encontramos en medio de una nueva revolución mediática, que supone el desplazamiento de toda la cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador”.

Este trabajo pretende subrayar la importancia de los cambios culturales que tienen lugar y cómo determinados ámbitos, como el de la política, han adaptado sus prácticas tradicionales al “nuevo mundo”, pues, al fin y al cabo, es difícil imaginar una política que no sea mediática (Mazzoleni: 1998); como afirma el profesor de la UCM, Javier del Rey, en su artículo “¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?”, la comunicación política no es la política, pero la política no puede ejercerse en las sociedades modernas sin el concurso de los medios de comunicación, una idea desarrollada, a su vez, por Manuel Castells: “los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público” (Castells: 2009, pp. 261-262) o Hallin y Mancini (2004) al hablar de la convergencia de la política hacia la política mediática “típica de la globalización”.

Que la política se haya adaptado implica, y esto es importante resaltarlo aquí, que nuevos movimientos ciudadanos –gracias a Internet- han empezado a ejercer una vocación que antes no podían llevar a cabo, y que son los nuevos canales de comunicación, las nuevas redes sociales y la interacción gracias a la web 2.0, medios por donde los políticos se integran en el espacio público y por donde la opinión pública, a su vez, va haciendo política –aunque haya conllevado un proceso, a veces, costoso e

imperfecto a la hora de superar viejos hábitos o innovar desde las formas tradicionales de comunicación (López y Lara: 2009; Campos, López y Valera: 2013).

La política y la comunicación digital se convierten en un campo interrelacional cada vez más abordado por investigadores: la interacción con los ciudadanos y el interés de los políticos por crear blogs no sólo durante el período preelectoral (Cabezuelo y Ruíz: 2010); la importancia de las redes sociales para la implementación del marketing político por parte de los diputados en el Congreso español (Túñez y Sixto: 2011); o cómo los nuevos medios -Internet y las redes sociales- cambian el ecosistema de información política, "con nuevos canales e información fluyendo con mayor rapidez, con un consumidor que también ahora es generador de noticias: el nuevo prosumidor" (Lanza y Fidel: 2011), son solo algunos de los temas a los que nos podemos acercar.

Decir que la política de nuestra época es una política mediática no es la última palabra, sino la primera pregunta. ¿Cómo se traslada esto a los mecanismos de conflicto político, lucha política, participación política y toma de decisiones? ¿De qué forma se transforma la agencia política para resultar más eficaz en el ámbito de la política mediática? ¿Cuál es el efecto concreto de la política mediática en las campañas, la organización y el liderazgo políticos? ¿Hasta qué punto las redes horizontales de autocomunicación de masas y en concreto Internet y las comunicaciones inalámbricas modifican las prácticas políticas en comparación con la conducción de la política en los medios de comunicación de masas? [...] (Castells: 2009, pp. 264-265).

2. METODOLOGÍA Y OBJETIVOS DEL ARTÍCULO

El objetivo de este trabajo es analizar los movimientos ciudadanos que no tienen cabida ni voz en el sistema de representación política tradicional español ni en los medios de comunicación convencionales y que, gracias a Internet y a las nuevas formas de comunicación digital, han conseguido desarrollar corrientes de apoyo y hacerse un hueco en el espacio público llegando, así, a presentarse a las Elecciones Europeas del pasado mes de mayo de 2014.

Se trata de hacer notar cómo la forma de hacer política no es indiferente a los cambios en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En este caso no nos centramos en ver cómo las personalidades políticas de partidos ya establecidos adaptan sus acciones a la digitalización, sino cómo nuevas agrupaciones con vocación política consiguen su espacio en unas Elecciones gracias a Internet. Aunque la política mediática no se limite a las campañas electorales, éstas suponen un momento clave a analizar, ya que se trata de un período con más actividad política y atención mediática.

Además del análisis del funcionamiento de las cuatro formaciones que se presentaron a las Europeas en mayo de 2014: Movimiento RED, Podemos, Recortes 0 y Partido X; ha sido interesante hacer un análisis de seis de los medios de prensa digitales más leídos en España: El País, El Mundo, La Razón, ABC, Público y eldiario.es, con marcadas diferencias editoriales, para ver qué presencia tenían estas nuevas agrupaciones las dos últimas semanas de campaña electoral; es decir, desde el día que se publica la encuesta del CIS sobre los posibles resultados finales, día 9 de mayo, hasta el 24 de ese mismo mes, cuando acaba la campaña.

El fin sería analizar la presencia comunicativa de las nuevas formaciones en los medios convencionales, partiendo de la hipótesis de que siguen siendo éstos los principales canales de comunicación con la opinión pública y los capaces de generar un cambio –o no- ante una tendencia política concreta, reflejado esta vez en los resultados de las Elecciones Europeas. Y que, aun así, no debe desestimarse la web 2.0 como importante herramienta de integración de nuevos movimientos políticos en el marco comunicativo, aunque sea como instrumento auxiliar a los medios convencionales.

Para llevar a cabo el estudio se ha utilizado una metodología cuantitativa y cualitativa.

Cuantitativa en dos aspectos:

- Primeramente, por el análisis de la presencia de las nuevas formaciones (Movimiento RED, Podemos, Recortes 0 y Partido X) en espacios y redes de la web 2.0 (Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo, Instagram, Tumblr o Wordpress), contabilizando la cantidad de seguidores o suscriptores en los canales durante las fechas analizadas¹. Aunque un seguidor no tiene por qué ser un votante, ni siquiera un simpatizante, es una forma de contabilizar la presencia comunicativa entre los ciudadanos.
- En segundo lugar, al contabilizar cuántas noticias sobre las cuatro nuevas formaciones aparecían en la sección Elecciones Europeas de los seis medios digitales nombrados (El País, El Mundo, ABC, La Razón, Público, eldiario.es), durante el periodo preelectoral que abarca desde el 9 de mayo –publicación de la encuesta del CIS- hasta el 24 –día anterior al fin de las elecciones.

En cuanto a la parte cualitativa:

- En primer lugar, la observación general de los principios que alegan las nuevas formaciones, su construcción y su programa electoral. Un análisis de lo que dicen a través de Internet y sus canales de comunicación.
- Y en segundo lugar, en lo referente al análisis de los medios convencionales, el discurso que se desarrolla alrededor de las formaciones y su acción preelectoral: qué tipos de noticias hay; si se destaca algo en particular; y cómo es el discurso.

Todo esto con el objetivo de observar si la presencia o ausencia en los medios de comunicación convencionales ha sido coherente con el resultado final de las Elecciones Europeas. Evidentemente, aquí no se pueden analizar las razones de los votantes para elegir un partido u otro, ni siquiera si su opinión ha cambiado al leer una información o hacerse seguidor en Facebook de algún movimiento. Este análisis sólo trata de resaltar la presencia política en los medios de comunicación, convencionales o de reciente creación, y establecer cierta relación con los resultados finales de las Elecciones Europeas de 2014.

¹ Aunque sería conveniente completar la muestra con datos sobre la viralidad de un contenido o el número de posts durante esos días antes de las Elecciones Europeas, en el momento de redactar este artículo es imposible recuperar esos datos tal y como se reflejaban esas fechas, pues han cambiado sustancialmente.

3. LAS FORMACIONES

MOVIMIENTO RED

El Movimiento Renovación Democrática se inició alrededor de la figura del juez Elpidio Silva, como “referente en la lucha contra la corrupción”, según indicaba el movimiento en su página web establecida para las Elecciones Europeas. Su relevancia mediática había nacido de la instrucción en los casos de Blesa y Banco de Miami. En junio de 2013 decretó prisión sin fianza para Miguel Blesa por su gestión en la compra del City National Bank de Florida, siendo el primer banquero en España en ir a la cárcel desde el inicio de la crisis española, aunque pocos días después la Audiencia Provincial de Madrid anulaba parte de la causa y Blesa salía de la cárcel. Desde entonces, tal y como denunció el Movimiento, diversas presiones intentaron apartar a Silva de su carrera judicial.

Elpidio Silva afirma, como podemos ver en su web, que es necesaria una alternativa política que haga frente a lo que en sus palabras considera “corrupción del régimen de poder actual”. Basa su respaldo en una ciudadanía que está descontenta con la falta de soluciones que aportan los partidos políticos tradicionales, que se esconden bajo “etiquetas” y se alejan de la realidad que sufren muchas personas en el día a día con respecto a la economía, las instituciones judiciales y demás servicios públicos.

El programa electoral que Movimiento Red propuso basó su eje central en la lucha contra la corrupción de las instancias de poder como “condición básica para salir de la crisis”, pues el hecho de desviar dinero público a manos privadas suponía, según ellos, el empobrecimiento del país, el deterioro de su imagen internacional; se impedía así el buen funcionamiento de los servicios públicos básicos, mientras que atraía dinero negro y dificultades para reactivar la economía. Consideraban que era necesaria una “auditoría de la deuda soberana mediante una investigación minuciosa sobre su origen, su probable relación con el rescate a la banca y la corrupción”. Además, criticaban la política de recortes y austeridad que el Gobierno del Partido Popular estaba llevando a cabo en España, como causa de un mayor empobrecimiento del país, de la caída del consumo, del aumento del paro y, en definitiva, del “proceso de degradación social y económica”. Por último, reclamaban un poder judicial verdaderamente independiente.

Por lo que podemos observar, este movimiento no estaba basado en los criterios tradicionales de definición política entre “izquierdas o derechas”, sino que era impulsado por diferentes sectores de la ciudadanía, personas no agrupadas en torno a un color u otro, pero sí en torno al mismo objetivo de cambiar la situación actual y al sentimiento de descontento hacia la política tradicional y las instituciones democráticas. Crearon un proyecto que basaba su comunicación y su alcance en las nuevas vías que viene proporcionando Internet y las redes sociales, pues apenas tenían espacio en los medios de comunicación convencionales.

FINANCIACIÓN

La página web elaborada para las Elecciones Europeas permitía a los internautas, además, la posibilidad de enviar sus propuestas y, para su propia financiación –cubrir los gastos mínimos de la campaña electoral-, utilizaban el sistema de crowdfunding. Se

trataba de un mecanismo de donaciones y aportaciones por parte de los simpatizantes y militantes. Según ellos, no recibían financiación de ningún banco precisamente porque querían actuar con total independencia.

Asimismo, se establecían diferentes recompensas por participar: a cambio de 10 euros, el aportante recibía un pin del Movimiento Red; por 15 euros, una camiseta de la campaña; por 20, los dos regalos anteriores; por 25 euros, un poema manuscrito por Elpidio Silva; por 75, un cuento inédito original de Elpidio Silva; por 500, una sesión de trabajo en Bruselas con Elpidio Silva y su equipo sobre un tema de interés para el donante que pudiera ser tratado en el Parlamento Europeo; y ya por 1.000 euros, una reunión con diez personas del equipo que el aportante eligiese.

PODEMOS

El programa del movimiento Podemos, como indican en su página web oficial, fue elaborado a través de un procedimiento colectivo que implicó a miles de personas en tres etapas: debate y aportaciones online a título individual, enmiendas colectivas de los Círculos Podemos (Círculo Educación, Círculo Discapacidad, Círculo Feminismos, etc.) y referéndum online sobre las enmiendas.

El movimiento surgió, dicen, por el descontento de gran parte de la ciudadanía que quería romper con el tradicional bipartidismo imperante en España y que buscaba unas soluciones concretas, rehuendo el discurso tradicional de los partidos mayoritarios, que no aportaría las soluciones adecuadas. Una ciudadanía descontenta con la devaluación de las políticas sociales, víctima de una crisis económica que destruye empleo y que deja a la sociedad en una situación de precariedad y miseria, y ante la cual no veían que los partidos políticos tradicionales estuviesen aportando muchas soluciones, unos partidos en los que la corrupción era, cada vez más, la protagonista, por lo que la desconfianza y al abstencionismo o búsqueda de alternativas eran las consecuencias que, al parecer, conseguían, según Podemos.

En cuanto a la campaña electoral para las Elecciones Europeas, Podemos vio la alternativa en el programa colaborativo elaborado por miles de ciudadanos. Entre el pasado 27 de marzo y el 2 de abril se celebraron las Primarias de Podemos con 33.165 participantes, y a las que se presentaron 150 ciudadanos, avalados por alguno de los más de 200 Círculos Podemos. Entre los candidatos de la lista electoral estaban Pablo Iglesias, profesor de Ciencias Políticas; Teresa Rodríguez, profesora de Enseñanza Secundaria; Carlos Jiménez Villarejo, ex fiscal anticorrupción; Lola Sánchez Caldentey, licenciada en Ciencias Políticas; Pablo Echenique-Robba, científico titular del Consejo Superior de Investigaciones Científicas... hasta sesenta y cuatro ciudadanos con diferentes profesiones, algunos desempleados, autónomos, etc. con una vocación política de cambio.

FINANCIACIÓN

La página web proponía a los internautas la posibilidad de colaborar mediante aportaciones (crowdfunding), pues alegaban, como lo hizo Movimiento Red, no recibir financiación de ningún banco al querer actuar con total independencia.

RECORTES CERO

La agrupación electoral Recortes Cero se manifestó, también en su web, como un “proyecto en construcción” a partir de las ideas que diferentes agrupaciones locales pudiesen ir aportando y, por lo tanto, con un sentido plenamente enfocado a los ciudadanos y desde los ciudadanos en la línea en la que lo hicieron los movimientos descritos hasta el momento.

Su programa para las Europeas estaba basado en cinco puntos esenciales. En primer lugar, “redistribuir la riqueza para reactivar la economía y ayudar a las personas” (blindar las pensiones en la Constitución mediante referéndum, establecer un mínimo y un máximo salarial –así como romper con las desigualdades entre hombres y mujeres-, renegociar la devolución de la deuda pública, la creación de una Banca Pública y la recuperación del crédito en condiciones favorables para las pymes, autónomos y familias, etc.). En segundo lugar, “ampliar la democracia para dar participación y capacidad de decisión a los ciudadanos”, a través de la eliminación de la ley d’Hondt; la creación de una ley ciudadana que permita una democracia más directa; o a través del endurecimiento del código penal para los delitos de corrupción, entre otras propuestas. En tercer lugar, “defender la soberanía nacional para decidir de acuerdo a nuestras necesidades e intereses”, mediante la anulación de la reforma exprés de la Constitución que establece que los bancos alemanes cobren antes –la deuda- que los jubilados o funcionarios españoles; o a través de una política de paz y neutralidad para España. Otro punto era “fortalecer la libre unidad de todo el pueblo de las nacionalidades y regiones de España” con la defensa del derecho a la autodeterminación en las nacionalidades históricas, la transformación del Senado en una Cámara de representación territorial o el establecimiento de la cooficialidad y enseñanza de las diversas lenguas hispanas en todo el territorio nacional. Por último, se proclamaba un “frente amplio de unidad” que fuese expresión de los intereses del 90% de la población.

Se definieron como la única “agrupación electoral de ciudadanos” que se presentaban a las Elecciones Europeas del 25 de mayo de 2014.

Como explicó Nuria Suárez, portavoz de la coordinadora de Recortes Cero, la diferencia entre un partido político y una agrupación electoral es significativa: «Somos una agrupación de ciudadanos, nos organizamos por asambleas en barrios o pueblos y por votación se elige un grupo coordinador. Por orden de apoyo, en función del número de votos recibidos por cada candidato, se elabora la lista electoral».

FINANCIACIÓN

En este caso no se especificó ningún tipo de financiación ni sistema de crowdfunding.

RED CIUDADANA PARTIDO X

Se definieron ellos mismos, en su web, como “un método de trabajo y un pacto transversal y no ideológico de mínimos entre ciudadanos”.

La x representaba, decían, a alguien que cambiase completamente la idea de partido “para establecer una democracia verdadera”, es decir, la x representaba a la ciudadanía.

Propusieron que las Leyes se elaboraran en Internet o en espacios habilitados permanentemente en instituciones públicas a la vista de todos, y que todo el mundo pudiese aportar, como se viene haciendo, por ejemplo, en Islandia con la reciente Wikiconstitución de 2011.

El Partido X se definía como una herramienta para la consecución de las propuestas elaboradas desde “gente que sabe” y que superaran los bloqueos actualmente impuestos desde las instituciones y el gobierno.

Se presentaron a Europa no con la idea de cambiar caras, sino con el objetivo de “cambiar la forma de hacer las cosas”, pues cada vez más la vida de los ciudadanos europeos depende de aquello que se imponga desde la UE, por lo que consideraban que eran los ciudadanos los que debían determinar la agenda europea.

Su programa se basó en cortar las vías que permitiesen el establecimiento de la corrupción, acabar con el paro mediante la inversión y no el “austericidio”, establecer una economía al servicio de la economía y una democracia “digna del siglo XXI”. Lo querían hacer con un calendario riguroso sobre la base de un pacto ciudadano de mínimos creado por comisiones de expertos y enmendado por la ciudadanía (se enmendó entre el 24 de febrero y el 6 de marzo de 2014).

De entre los trece candidatos que se presentaron, cabría destacar a Hervé Falciani – coordinador de la comisión anticorrupción de la Red Ciudadana Partido X, colaborador activo con la justicia de varios países aportando información sobre evasión fiscal relacionada con 130.000 grandes fortunas que tienen cuentas no declaradas en Suiza-. También se presentó Simona Levi –“activista destacada de los movimientos sociales europeos en el tema de la libre circulación del conocimiento y que ha participado en los movimientos para el derecho a la vivienda, el uso del espacio público, y organiza plataformas para destapar la corrupción y la responsabilidad política de las injusticias económicas del estado español y en Europa”-; así como Raúl Burillo –que, en su carrera como técnico de la agenda tributaria, contribuyó a destapar algunos casos de corrupción y fraude fiscal- o la economista Susana Martín.

FINANCIACIÓN

Se trataba de un sistema de donaciones por transferencia directa a cuenta bancaria y otro de donaciones mediante monedas alternativas a través del ‘bitcoin’ o la ‘moneda social’.

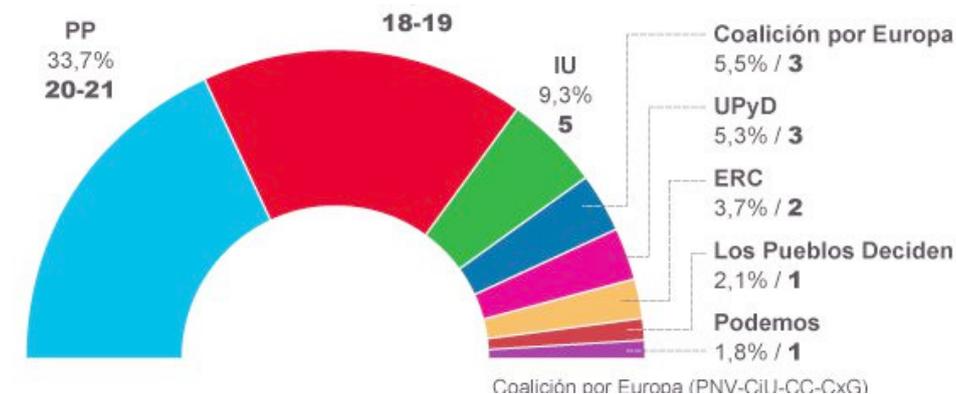
Respecto a las donaciones por transferencia bancaria, la agrupación expresó su deseo de publicar todos y cada uno de los datos de las donaciones que se recibían. Sin embargo, como la protección de datos es un derecho a tener en cuenta, la solución versó hacia un equilibrio entre la transparencia y ese respeto legítimo. Así pues, mientras la donación no superase como máximo los 1.000 euros mensuales, se preguntaba al transmitente si deseaba que se publicasen o no su nombre y apellidos. En caso de que no, se publicaba solamente la fecha e importe de la donación. Mientras que si la donación excedía los 12.000 euros anuales para una misma persona, su nombre y apellidos eran publicados directamente en la web.

Tabla 3.1. Canales de Comunicación

	Página web oficial	Facebook	Twitter	Wordpress	Youtube	Otros
Movimiento RED	Página web creada concretamente para la presentación a las Elecciones Europeas de Elpidio Silva	Facebook Un perfil con 1.724 amistades y una página de 'grupo abierto' que contaba con casi 50.000 miembros, además de las al menos 31 páginas de grupos locales	Twitter Una cuenta con más de 5.250 seguidores	Wordpress El Blog a través del cual compartían contenidos, información y noticias sobre el Movimiento y el juez Silva publicados en los medios de comunicación convencionales	Youtube Es la plataforma a través de la cual compartían vídeos y cuyo canal contaba con más de 400 suscriptores	
Podemos	página web En la que se detalló la información para las Elecciones Europeas	Facebook Con más de 149.000 miembros, además de los Círculos Podemos	Twitter Una cuenta con más de 43.200 seguidores		Youtube Más de 7.700 suscriptores	Vimeo
Recortes 0	Página web oficial	Facebook Su perfil contaba con más de 1.090 amistades, y su página con más de 3.030 seguidores. Por otra parte, disponía de varias páginas en la misma red social	Twitter Una cuenta con 396 seguidores		Youtube Cuenta con 80 suscriptores	
Partido X	Página web oficial y web dirigida a las Elecciones Europeas	Facebook Su página contaba con más de 73.260 seguidores	Twitter Con 34.889 seguidores		Youtube Cuenta con 3.138 suscriptores	Instagram Cuenta con 184 seguidores Tumblr

4. PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES. ELECCIONES EUROPEAS 2014

Gráfico 4.1. Encuesta del CIS



Fuente: CIS

El 9 de mayo –el 8 en las versiones digitales- se publicaba la encuesta del CIS sobre las elecciones europeas en los principales medios de comunicación de la prensa escrita.

El País hablaba de un empate técnico entre PP y PSOE, pues los populares mostraban, en la encuesta, una ventaja de 2,7 puntos sobre los socialistas en estimación de voto –que también podría formar parte, no obstante, “del margen de error de la encuesta”-; y remarcaban la ruptura del bipartidismo, pues entre los dos partidos mayoritarios sumarían, a día 9 de mayo, el 64,7% de los votos, con posibilidad de bajar aún un poco más. Un porcentaje que no era tan bajo desde 1989. Por otra parte, el sondeo apuntaba a que el 23,8% tenía claro que no acudiría a votar, mientras que el 20,6% aún no lo había decidido –no obstante, la abstención parecía que sería más baja que el 55,1% que tuvo lugar en las últimas elecciones europeas-. Según los datos del CIS publicados en El País, entre los indecisos, “un 14% dudaba entre PP y PSOE; el 6,9% entre el PSOE y otras opciones de izquierdas, y un 2,7% entre PP y UPyD”. Y añade: “De las formaciones que concurren por primera vez, la única con opciones de escaño, según el CIS, sería Podemos con el 1,8% de los votos”.

En El Mundo, no obstante, la distancia de voto entre PP y PSOE se situaba en 5,7 puntos el 6 de mayo –aunque en la versión escrita del día 9, cuando empieza la campaña, establecen los mismos datos que el diario El País-. Además, durante todo el análisis los protagonistas son los dos partidos mayoritarios; aunque destacan que “IU y UPyD frenan su avance”, no sin hacer notar cierto tono despectivo: “Vitaminados por el ‘subidón’ que le dan la mayoría de los sondeos, IU encara la campaña sin su tradicional complejo de formación minoritaria”. Respecto a las nuevas formaciones surgidas de la movilización ciudadana, la única referencia que se les hace en este diario el primer día de campaña es una pequeña nota: “Nuevas Formaciones: Podemos, Primavera Europea (Equo, Compromís), Partido X, etc.”.

El diario ABC va en la misma dirección, aunque dedica un espacio importante a decir que Vox y Ciudadanos “quedarían fuera de las Elecciones si se cumpliera el pronóstico del CIS”. Respecto a las nuevas formaciones, no dice nada.

¿Y qué opinaron sobre esto las formaciones que analizamos en este trabajo? Se difundió por sus redes sociales el siguiente mensaje sobre una supuesta manipulación desde el CIS que difundía la web www.espiaenelcongreso.com:

La última encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) realizada hace un mes ha sido objeto de una burda manipulación, según denuncian funcionarios del CIS y ratifican todos los expertos demoscópicos consultados. El trabajo de los técnicos ha sido impecable pero los cargos políticos de este instituto han “metido la mano” para “maquillar” los resultados, según han hecho saber a “Espía en el Congreso” varios funcionarios de este organismo. La adulteración ha sido de tal calibre que cuando los ciudadanos han sido preguntados sobre la situación política española, las respuestas han sido contundentes: el 90% rechaza a Rajoy y Rubalcaba, el 80% al régimen en su conjunto que ha provocado la actual situación política y el **70% señala a PP y PSOE como máximos responsables**. Sin embargo, el CIS ha entregado a los periodistas un resultado que asegura que el PP obtendría el 31,9% de los votos, el PSOE 26,2%, IU 10,9%, UPyD 8,9%, CiU-PNV-CC, 4,5%, ERC 2,5%, Amaiur-BNG (Los pueblos deciden), 1,9%, Compromís (Primavera europea), 1,7% y “otros partidos” el 6,6%. “La manipulación ha sido escandalosa, como nunca se ha visto aquí”, dicen los técnicos del CIS, que aseguran que están percibiendo como los “nuevos partidos” como Vox, Podemos, Movimiento RED, Ciudadanos, Partido X o Recortes Cero “están calando ampliamente entre los ciudadanos, pero no nos dejan ni preguntar por ellos (www.espiaenelcongreso.com).

Si seguimos con el tratamiento que los medios de comunicación convencionales dieron acerca de las formaciones de reciente creación que buscaban ser la alternativa a los partidos políticos tradicionales, vemos que, en general, apenas tienen espacio en ellos. Podemos analizar algunos ejemplos:

En el caso de El País, en su apartado especial dedicado a las Elecciones Europeas, vemos que desde el día 9 de mayo al domingo 18 tan solo dedica cuatro noticias directamente relacionadas con ellos de las, aproximadamente, 175 publicadas en el apartado especial sobre las Elecciones Europeas. El día 9 se publican tres: una respecto a Movimiento RED y la figura de Elpidio Silva; la segunda respecto a Podemos y la sorpresa que supone su posible consecución de un escaño en el Parlamento Europeo; y la última en referencia a Hervé Falciani y el Partido X. La cuarta noticia, del 16 de mayo, va dedicada a Podemos y lo que predica esta formación.

Respecto a la segunda semana (del 19 al 24 de mayo), vemos una noticia sobre el juez Elpidio Silva y su intención de pedir la reapertura del ‘caso Blesa’; así como las entrevistas al cabeza de lista del Partido X, Hervé Falciani, y a Pablo Iglesias de Podemos.

En El Mundo, también observamos pocas noticias durante la primera semana de la campaña (solo tres). Sobre la formación Podemos, tenemos una de agencia del 8 de mayo en la que se habla del arranque de su campaña en Berlín, así como un pequeño artículo de opinión haciendo referencia al sistema de crowdfunding que tanto Podemos como el Partido X realizan en sus webs para poder financiarse y que es, dice, “ejemplo de transparencia”, aunque no es el único artículo de opinión con respecto a “los nuevos”. También hay un análisis más extenso relacionado con su particular forma de financiarse, pero poco más.

Si observamos las noticias de la segunda semana de campaña, vemos tan solo una referencia a la figura de Pablo Iglesias.

Si entramos a la sección sobre las Elecciones Europeas en el diario ABC, no hay ni una referencia a las nuevas formaciones, lo mismo que ocurre en el diario La Razón. Ambos medios, por cierto, notablemente dedicados a deteriorar la imagen de los socialistas pronosticando su aparatosa derrota y construyendo, en ellos, la imagen de una izquierda radical que amenaza con aplastar a la derecha.

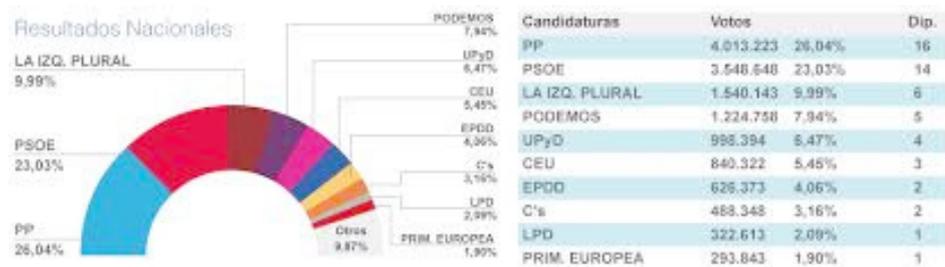
Pero si analizamos la sección de las Elecciones Europeas del diario Público tampoco nos aparecen muchas noticias sobre las nuevas formaciones (6). Sí que es cierto que, por ejemplo, en el caso de Podemos hay numerosos artículos que hablan de ellos, pero de meses anteriores a la campaña; o puede que alguna pequeña noticia como la del arranque de su campaña en Berlín o su 'inesperada' entrada en la encuesta del CIS. Del Partido X, sin embargo, podemos ver más referencias: su denuncia respecto a las encuestas electorales, que consideran que no tienen en cuenta ni las redes ni la calle, pues según ellos no reflejan la realidad, ya que el Partido X estaba causando un fuerte impacto y el CIS ni siquiera lo nombraba. Además, según Público, un reciente estudio "señala al Partido X como la formación cuyos contenidos gozan de mayor impacto real entre cinco partidos políticos emergentes. Del mismo modo, la capacidad de respuesta de su comunidad de usuarios figura en segundo lugar, tras la formación dirigida por Pablo Iglesias, Podemos". Otras noticias que aparecen en este medio acerca de las nuevas formaciones es la propuesta de un debate entre Partido X y Podemos o la denuncia del Partido X a una normativa aprobada por el Ejecutivo –una base de datos sobre las cuentas bancarias de el Estado español- que, dicen, no implica la vigilancia de los paraísos fiscales. También se ha publicado un pequeño vídeo respecto a las formaciones Movimiento RED, Partido X y Podemos.

La nota discordante la da eldiario.es, medio en cuyo apartado sobre las Elecciones Europeas podemos ver, durante la primera semana de campaña, noticias relacionadas con los nuevos partidos de forma más asidua. Hay entrevistas a los candidatos del Partido X: Simona Levi y Raúl Burillo; subrayan el impacto que Podemos está teniendo entre la ciudadanía, así como la reciente baja de seis miembros de la lista del partido Movimiento RED debido, parece ser, a desavenencias internas, entre las que figura la consideración de que se trata de una formación demasiado "personalista". Hay, además, un artículo sobre la preocupación del PP ante la irrupción de nuevos partidos, como Ciudadanos o Podemos. Durante la segunda semana de campaña, se publica una entrevista a Pablo Iglesias y su posible intención de presentarse a las Elecciones Generales; así como la respuesta del responsable de la campaña de Podemos, Iñigo Errejón, ante la pregunta de Izquierda Unida a la Junta Electoral sobre si los candidatos pueden ser tertulianos.

De forma general, no es difícil ver que las nuevas formaciones que hemos analizado en estas páginas no tienen apenas espacio en los medios de comunicación convencionales –al menos en prensa-; y que, cuando hay noticias, suelen girar alrededor de la figura que encabeza la lista de la formación a las Elecciones Europeas (Pablo Iglesias, Elpidio Silva o Falciani).

5. 25M: ELECCIONES EUROPEAS

Gráfico 5.1.



Fuente: *elmundo.es*

Los resultados de las Elecciones Europeas del 25 de mayo supusieron la ruptura del bipartidismo imperante en España con el PP y el PSOE. Los dos grandes partidos que habían gobernado el país ininterrumpidamente desde 1977 perdieron más de cinco millones de votos y 30 puntos sobre las europeas de 2009.

En cuanto a las formaciones aquí analizadas, la gran sorpresa –y la única que consiguió presencia en el Parlamento, con 5 escaños– fue Podemos. Con respecto a Movimiento RED, se llevó 17.000 votos (el 0,77%); mientras que el Partido X solo consiguió el 0,74%, con 16.300 votos; y la ‘Agrupación Electoral Recortes 0’ el 0,17% del total de votos.

Podemos era, de las cuatro formaciones, la que tenía más seguidores en las redes sociales, seguida del Partido X –ver tabla 3.1.–. Además, estas dos formaciones eran las que, en comparación, tuvieron más presencia en los medios convencionales de prensa analizados. La cuestión es que, entre estas dos, hay un elemento de importancia que aún no ha sido mencionado y que las diferencia, y es que Podemos le dio muchísima importancia a la figura de Pablo Iglesias por la fama que fue adquiriendo como tertuliano en la televisión, mientras que el Partido X permaneció en el anonimato casi un año. Movimiento RED también surgió alrededor de una figura principal, el juez Elpidio Silva; pero su éxito no fue nada comparado al de Pablo Iglesias, pues la fama de Silva le viene dada por su trabajo en el caso Blesa, pero no por su iniciativa con Movimiento RED.

6. CONCLUSIONES

Internet y los canales establecidos en la web 2.0 han demostrado ser un instrumento muy útil de comunicación y presencia en el espacio público. Y así lo corroboran las diferentes formaciones que se han visto en el presente trabajo. Formaciones que, aunque diferenciadas por algunos aspectos derivados de su origen, tienen como denominador común principal el desarraigo con la política tradicional, lo que se ha convertido en la causa de su voluntad de integración en el sistema político actual a través de procesos como las Elecciones Europeas del pasado mes de mayo de 2014.

Presencia han tenido, pero siguen siendo los medios de comunicación convencionales, como la televisión, la prensa o la radio, la fuente de información de noticias políticas que inspira más confianza. Principalmente porque, como dice Manuel Castells (2009),

los medios convencionales siguen satisfaciendo las necesidades emocionales de los receptores, pues cada uno, con su línea editorial, hace creer “lo que quieren creer” sus receptores afines.

Varios estudios parecen indicar que la gente tiende a creer lo que quiere creer [...] Son mucho más críticos a la hora de evaluar hechos que contradicen sus creencias que aquellos que respaldan lo que piensan (2009, pp. 211-212).

La escasa cobertura informativa que les han dado los medios convencionales a las nuevas formaciones y el resultado que éstas han obtenido en las Elecciones nos dan una pista de lo que estamos diciendo. Una cobertura que, aunque escasa, no hubiera sido posible si estas formaciones no hubiesen establecido su estrategia informativa a través de Internet.

Puede que Internet haya revolucionado el panorama comunicativo, pero sigue siendo un campo desconocido para la mayor parte de las personas, sobre todo las que no forman parte del sector más joven de la sociedad –que inunda las redes sociales- y que además es un sector, por su parte, poco dado a votar. Aun así, es en esta audiencia y en el mismo campo de Internet donde las nuevas agrupaciones depositan la esperanza de un cambio a nivel comunicativo. La falta de confianza en las instituciones gubernamentales lleva a la búsqueda de fuentes alternativas (Pew: 2007).

La sorpresa, es verdad, ha sido Podemos con la consecución de cinco escaños en el Parlamento Europeo, pero, como hemos indicado en el apartado anterior, su fama y la consecución de seguidores en las redes sociales, fue impulsada por la presencia de Pablo Iglesias en tertulias televisivas. Por lo que ha sido la televisión el instrumento que ha ayudado a esta formación a establecerse y a aumentar su presencia en la web 2.0.

Internet, en el ámbito de la política, aún no supera a los medios convencionales; de hecho, se ayuda de ellos. Aun así, es un campo que no debe perderse de vista, porque lo que no aparece en los medios convencionales encuentra vías de comunicación alternativas, vías que de las que cada vez más un gran sector de la opinión pública se vale para informarse ante las carencias de los medios convencionales, según indica el Instituto Pew. Algo que las nuevas formaciones políticas tienen muy presente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

“Cuentas y financiación transparente” [disponible en Internet] partidox.org <http://partidox.org/cuentas/> [consulta: 13 de mayo de 2014].

“Elpidio José Silva” [disponible en Internet] elpidiosilva2014.com <http://elpidiosilva2014.com/nuestro-candidato.html> [consulta: 9 de mayo de 2014].

“Hoja de ruta” [disponible en Internet] partidox.org <http://partidox.org/medidas/> [consulta: 13 de mayo de 2014].

“Nuestras propuestas” [disponible en Internet] elpidiosilva2014.com <http://elpidiosilva2014.com/nuestro-programa.html> [consulta: 9 de mayo de 2014].

“Programa de acción para el Parlamento Europeo” [disponible en Internet] partidox.org <http://partidox.org/programa-europeo/> [consulta: 13 de mayo de 2014].

“Red Ciudadana Partido X, el Partido del Futuro” [disponible en Internet] partidox.org <http://partidox.org/que-es/> [consulta: 13 de mayo de 2014].

“Si quieres un resultado diferente, haz algo diferente” [disponible en Internet] eleccioneseuropeas.partidox.org <http://eleccioneseuropeas.partidox.org/candidatos/> [consulta: 18 de mayo de 2014].

‘Podemos’ [disponible en Internet] www.podemos.info <http://www.podemos.info/es/content/lista> [consulta: 11 de mayo de 2014].

‘Podemos. Financiación colectiva y transparente’ [disponible en Internet] www.podemos.info <http://crowdfunding.podemos.info/> [consulta: 11 de mayo de 2014].

Aduri, Iñigo: “El CIS da al PP una ajustada victoria en las europeas, en las que irrumpe Podemos” [disponible en Internet] [publico.es](http://www.publico.es) 8 de mayo de 2014 <http://www.publico.es/519359/el-cis-da-al-pp-una-ajustada-victoria-en-las-europeas-en-las-que-irrumpe-podemos> [consulta: 20 de mayo de 2014].

Álvarez, Isra: “Recortes Cero se presenta como la única agrupación electoral de ciudadanos para las europeas” [disponible en Internet] [20minutos.es](http://www.20minutos.es) 2 de abril de 2014 <http://www.20minutos.es/noticia/2102986/0/recortes-cero/agrupacion-electoral-ciudadanos/elecciones-europeas/> [consulta: 13 de mayo de 2014].

Atlas: “Herederos del 15-M en las Elecciones Europeas” [disponible en Internet] [publico.es](http://www.publico.es) 18 de mayo de 2014 <http://www.publico.es/publico-tv/video/192212/herederos-del-15-m-en-las-elecciones-europeas> [consulta: 20 de mayo de 2014].

Cabezuelo, F. y Ruiz, M. (2010): “Comunicación digital y política en Aragón: una fórmula para la bidireccionalidad en la interacción entre políticos y ciudadanos”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 65, pp. 340-353.

Calleja, Mariano (Madrid): “La campaña empieza con una ventaja apretada del PP sobre los socialistas” ABC 9 de mayo de 2014.

Valera, L.; Campos, E. y López, G. (2013): “¿Reproduciendo la lógica mediática? Un estudio empírico sobre el impacto del debate electoral español en nuevos y viejos medios”. En *Perspectivas de la Comunicación*, vol. 6, nº 1, pp. 29-49.

Castells, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Castro, Irene: “Podemos debería poner nerviosa a la gente de la castay no a IU” [disponible

en Internet] eldiario.es 21 de mayo de 2014 http://www.eldiario.es/europeas_2014/Podemos-iniciativa-deberia-nerviosa-IU_0_262474676.html [consulta: 24 de mayo de 2014].

Castro, Irene: "Podemos se crece en la recta final de la campaña" [disponible en Internet] eldiario.es 18 de mayo de 2014 http://www.eldiario.es/europeas_2014/Podemos-crece-recta-final-campana_0_261424090.html [consulta: 20 de mayo de 2014].

Castro, Irene: "Seis miembros de la lista del juez Elpidio Silva abandonan su candidatura" [disponible en Internet] eldiario.es 13 de mayo de 2014 http://www.eldiario.es/europeas_2014/miembros-Elpidio-Silva-abandonan-candidatura_0_259674704.html [consulta: 20 de mayo de 2014].

Cortizo, Gonzalo: "La irrupción de nuevos partidos preocupa mas al PP que al PSOE" [disponible en Internet] eldiario.es 18 de mayo de 2014 http://www.eldiario.es/europeas_2014/nuevos-partidos-instala-PP-PSOE_0_261424211.html [consulta: 20 de mayo de 2014].

De Barrón, Iñigo: "Miguel Blesa, al salir de prisión: 'quiero un juez imparcial'" [disponible en Internet] elpais.com 20 de junio de 2013 http://economia.elpais.com/economia/2013/06/20/actualidad/1371725472_667833.html [consulta: 9 de mayo de 2014].

Del Rey, J. (1996): «¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?». *ZER: revista de estudios de comunicación*, nº 1.

Efe: "El partido Podemos arranca su campaña electoral en Berlín" [disponible en Internet] elmundo.es 8 de mayo de 2014 <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/08/536be01de2704e24278b4587.html> [consulta: 20 de mayo de 2014].

El Mundo: "El PP amplía en dos décimas su ventaja sobre el PSOE, según el CIS" [disponible en Internet] elmundo.es 6 de mayo de 2014 <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/06/5368baee268e3e82638b456f.html> [consulta: 9 de mayo de 2014].

El Mundo: "Un ejemplo del que PP y PSOE deberían tomar nota" [disponible en Internet] elmundo.es 15 de mayo de 2014 <http://www.elmundo.es/opinion/2014/05/15/537515c7268e3e18358b457c.html> [consulta: 20 de mayo de 2014].

Elmundo.es/ Europa Press: "Blesa sale de la cárcel tras depositar la fianza de 2,5 millones de euros" [disponible en Internet] elmundo.es 17 de mayo de 2013 <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/17/economia/1368808186.html> [consulta: 9 de mayo de 2014].

Europa Press: "El juez envía a prisión a Blesa porque no cree sus explicaciones" [disponible en Internet] eldiario.es 5 de junio de 2013 <http://www.eldiario.es/politica/>

[acuerda-prision-incondicional-Miguel-Blesa_0_139986617.html](#) [consulta: 9 de mayo de 2014].

Garea, Fernando: "El CIS apunta a un empate técnico" [disponible en Internet] [elpais.com](#) 8 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/08/actualidad/1399574304_358472.html [consulta: 9 de mayo de 2014].

Gómez-Robledo, Marina: "No se ha hecho nada para impedir que una crisis se vuelva a producir" [disponible en Internet] [elpais.com](#) 23 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/20/actualidad/1400594762_326679.html [consulta: 24 de mayo de 2014].

Hallin, C. y Mancini, P. (2004a): *Comparing Media Systems, Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press. [Ed. cast.: *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*, Barcelona, Editorial Hacer, 2008.].

Jiménez Gálvez, J.: "El Partido X arranca con la participación de Hervé Falciani como gran incógnita" [disponible en Internet] [elpais.com](#) 9 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/08/actualidad/1399563405_536327.html [consulta: 18 de mayo de 2014].

Kadner, Marién: "El juez Silva anuncia que pedirá reabrir el 'caso Blesa' en un acto de partido" [disponible en Internet] [elpais.com](#) 22 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/22/actualidad/1400755599_287534.html [consulta: 24 de mayo de 2014].

Kadner, Marién: "Pablo Iglesias: 'lo que tenemos claro es que este euro no sirve'" [disponible en Internet] [elpais.com](#) 23 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/23/actualidad/1400863156_284091.html [consulta: 24 de mayo de 2014].

Kadner, Marién: "Podemos llama a los ciudadanos a comprometerse políticamente" [disponible en Internet] [elpais.com](#) 16 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/15/actualidad/1400186895_257614.html [consulta: 18 de mayo de 2014].

L.Á.S/ C.R.G. (Madrid): "Desmovilización electoral" *El Mundo* 9 de mayo de 2014.

Lanza, L. y Fidel, N.: "Política 2.0 y la comunicación en tiempos modernos". En *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, vol.35, pp. 53-63, ISSN 1668-5229.

López de Miguel, Alejandro: "El Partido X denuncia las violaciones de derechos del decreto sobre blanqueo del Gobierno" [disponible en Internet] [publico.es](#) 14 de mayo de 2014 <http://www.publico.es/politica/520719/el-partido-x-denuncia-las-violaciones-de-derechos-del-decreto-sobre-blanqueo-del-gobierno> [consulta: 20 de mayo de 2014].

López de Miguel, Alejandro: "El Partido X denuncia que las encuestas electorales no tienen en cuenta las redes ni la calle" [disponible en Internet] publico.es 13 de mayo de 2014 <http://www.publico.es/politica/520439/el-partido-x-denuncia-que-las-encuestas-electorales-no-tienen-en-cuenta-las-redes-ni-la-calle> [consulta: 20 de mayo de 2014].

López de Miguel, Alejandro: "El Partido X desafía a Podemos a un debate para que la ciudadanía 'no los confunda'" [disponible en Internet] publico.es 13 de mayo de 2014 <http://www.publico.es/politica/520497/el-partido-x-desafia-a-podemos-a-un-debate-para-que-la-ciudadania-no-los-confunda> [consulta: 20 de mayo de 2014].

López, G. y Lara, T. (2009): "Blocs i processos electorals: la blocosfera política espanyola davant de les eleccions generals de 2008". *Quaderns del CAC*, nº 33. pp. 43-52.

M.K.: "El recién nacido Podemos se convierte en la sorpresa del CIS en un año" [disponible en Internet] elpais.com 9 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/08/actualidad/1399569896_077942.html [consulta: 18 de mayo de 2014].

M.K.: "Movimiento Red canta a Elpidio Silva" [disponible en Internet] elpais.com 9 de mayo de 2014 http://politica.elpais.com/politica/2014/05/08/actualidad/1399575768_073000.html [consulta: 18 de mayo de 2014].

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

Mazzoleni, G. (1998). *La comunicazione politica*. Bolonia: Il Mulino.

McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

Pérez de la Cruz, Javier: "Podemos busca en Berlín el voto de los 'exiliados económicos'" [disponible en Internet] publico.es 9 de mayo de 2014 <http://www.publico.es/politica/519514/podemos-busca-en-berlin-el-voto-de-los-exiliados-economicos> [consulta: 20 de mayo de 2014].

Riveiro, Aitor: "Pablo Iglesias: 'estaría dispuesto, si los compañeros lo ven así, a presentarme a las generales'" [disponible en Internet] eldiario.es 19 de mayo de 2014 http://www.eldiario.es/europeas_2014/gente-dice-queremos-vuelvas-volvere_0_261774413.html [consulta: 24 de mayo de 2014].

Riveiro, Aitor: "Simona Levi: 'hay que ocupar el espacio del bipartidismo para que no lo hagan fórmulas populistas'" [disponible en Internet] eldiario.es 18 de mayo de 2014 http://www.eldiario.es/europeas_2014/Simona-Levi-bipartidismo-populistas-extremistas_0_260724645.html [consulta: 20 de mayo de 2014].

Rodríguez Tous, Juan Antonio: "Nuevos partidos" [disponible en

Internet] elmundo.es 7 de mayo de 2014 <http://www.elmundo.es/andalucia/2014/05/07/5369cfb422601dd04d8b456a.html> [consulta: 20 de mayo de 2014].

Simón, Pedro: "De cuando Pablo Iglesias fundó un partido" [disponible en Internet] elmundo.es 20 de mayo de 2014 <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/20/537b039a268e3e66298b4572.html> [consulta: 24 de mayo de 2014].

Túñez, M. y Sixto, J. (2011): "Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook», en *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 66, pp. 210-234.

Un espía en el Congreso: "La manipulación de las encuestas: el 90% rechaza a Rajoy y Rubalcaba, 80% al régimen y 70% a PP y PSOE" [disponible en Internet] espiaenelcongreso.com 8 de mayo de 2014 <http://www.espiaenelcongreso.com/2014/05/08/la-manipulacion-de-las-encuestas-el-90-rechaza-rajoy-y-rubalcaba-el-80-al-regimen-y-el-70-pp-y-psoe/> [consulta: 9 de mayo de 2014].

Vera, Joaquín: "'Crowdfunding' para campañas electorales de bajo coste" [disponible en Internet] elmundo.es 16 de mayo de 2014 <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/16/5375c1ca22601d2f7c8b456d.html> [consulta: 20 de mayo de 2014].

