

**LA INFLUENCIA DEL DISCURSO SOBRE CAMBIO
SOCIAL EN LA AGENDA DE LOS MEDIOS.
EL CASO DE LA PLATAFORMA DE
AFECTADOS POR LA HIPOTECA**

**THE INFLUENCE OF THE DISCOURSE ON SOCIAL
CHANGE IN THE MEDIA AGENDA. THE CASE OF THE
PLATFORM OF PEOPLE AFFECTED BY MORTGAGES**

Laura Alonso-Muñoz

Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universitat Jaume I de Castelló, España
lalonso@uji.es

Andreu Casero-Ripollés

Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universitat Jaume I de Castelló, España
casero@uji.es

Resumen

Los movimientos sociales son uno de los motores del cambio social. Organizaciones como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) denuncian injusticias y cuestionan la construcción de significados sociales a través del discurso. Impulsan estrategias de automediación para, especialmente a través de las redes sociales, influir en la agenda mediática y el debate público. Mediante un análisis crítico del discurso cualitativo, nuestro objetivo es conocer si la PAH introduce sus temas y encuadres en la agenda mediática. Los resultados demuestran que este movimiento activista logra condicionar de qué se habla y también cómo se habla, obteniendo una cobertura favorable.

Palabras claves: movimientos sociales; cambio social; discurso; medios de comunicación; agenda mediática; agenda inversa; encuadre.

Abstract

Social movements are one of the driving forces of social change. Organisations such as the Platform of People Affected by Mortgages (PAH) denounce situations of injustice and question the construction of the social meanings through discourse. They promote self-mediation strategies, especially through

social networks, to influence the media agenda and public debate. So, through a critical analysis of the qualitative discourse, our aim is to know if the PAH introduce their topics and frames in the media agenda. Results show that this activist movement achieves to condition what is spoken and also how is spoken, getting a favourable coverage.

Keywords: social movements, social change, discourse, news media, media agenda, reversed agenda-setting; framing.

Extended Abstract

Historically, social movements have become an important motor of social change. These organizations arise from a double crisis. On one hand, the crisis that involves the worsening living conditions of citizens and, on the other hand, the crisis of legitimacy of the politicians, who lose the support from society. While the first social movements, linked to parties or unions, were based on the strength of the organization, the next generation focused on the identity and cause, like environmentalism and feminism. By its action they not only question the unequal distribution of power or resources, but also socially established meanings, that is, how to define and interpret the reality.

In the last few years, it has intensified the trend toward the creation of single-issue movements, such as the claim for the right to housing. We refer to the so-called New Social Movements such as 15M and Platform of People Affected by Mortgage (PAH), which is especially characterized by an intensive use of social networks to carry out their mission. Both citizen movements, arising from the collective outrage, want to denounce the abuses of power and social injustice and promote a more participatory democracy in which citizens have a preferential role in social change. The extensive use that they made of social networks allow them to act as a kind of counterweight and dispute the hegemony that traditionally had the mainstream media, creating their own meanings and frames. In this sense, the Platform of People Affected by the Mortgage has found in the web 2.0 and in social networks a useful tool to communicate and mobilize citizens, in addition to capture the attention of traditional media and introduce their topics and frames in political and media agenda-setting.

Many studies have analysed the case of the 15M movement or the Occupy Wall Street movement, but few focus on the case of the Platform of People Affected by the Mortgage and its demands. It is therefore a topic of great importance, especially in the current social situation and by the success of their proposals, such as the Popular Legislative Initiative, which includes some of the most basic demands of the movement: retroactive dation in payment and stop evictions. Analysing the case of PAH, previous research in this field could be complemented.

This research starts from the premise that, as previous literature on this issue shows, the opportunity structure of mediation is determined by the degree of openness or hostility of the media to a social movement. Mainstream media tend to focus on violence and sensationalism, not in the message that these

organizations want to transmit. Despite this structural impediment, activists and movements don't remain passive; they actively develop strategies to set the agenda setting, based on knowledge of how the media operate.

The aim of this paper is to analyze whether in the case of the Platform of People Affected by the Mortgage, the movement attain to introduce its topics and frames on the media agenda setting, concerning the issue of Popular Legislative Initiative against evictions. To do this, we shall apply qualitative methodology based on discourse analysis, especially focusing on the technique of critical discourse analysis. This type of analysis focuses mainly on existing power relations between groups, considering the speech as a form of articulation of symbolic power. In this sense, the speech is seen as one of the most important determinants of public opinion as it is a key tool in the social construction of reality. Such methodology is more interpretive, flexible and focuses on deepening the content of the speech of the media and not in the effects on the reception by the public.

The analysis was conducted in two phases. In the first one, posts and news concerning the People's Legislative Initiative issued by the PAH on its website will be analyzed. In this way, the main axes of the Platform discourse regarding this issue as well as the frames set by the movement will be extracted. This will allow us, in a second phase, to analyze whether the media have introduced the themes and frames proposed by the PAH in their news. The sample selection to carry out the critical analysis of the discourse is composed by the digital versions of *El País* and *El Mundo* and the digital natives newspapers, *Infolibre* and *ElDiario.es*. In this way, we try to observe how two types of newspapers received the PAH's message: consolidated reference press with high circulation and closer to the establishment, and two relatively young newspapers, born in Internet and with a more alternative character. The selected time period is the year 2013, delimited by the filing and processing of the PAH's Popular Legislative Initiative in the Spanish Congress. Only news will be analyzed.

The analysis allows observing two interesting trends. First, how the four media analyzed have incorporated into their news the main discursive axes articulated by the Platform in their communications and posts published on the website. The media do not only do a coverage of the issue, but also they incorporate the frames proposed by the PAH, a fact that is reinforced with the addition of the testimony of activists of the organization by using direct quotes as well as some of the messages and campaigns published in their Twitter profile.

Secondly, all the newspapers analyzed, regardless of their ideology and editorial line, have opted for making a positive coverage of the ILP and the aspects linked to it, such as retroactive dation in payment, stop evictions and social rent. The connotations associated with this topic, with a strong social component, makes it a sensitive issue, complicating the coverage by the media. The violation of constitutional rights causes empathy of citizenship, especially if they involve situations in which human drama is present, as with the violation of the right to housing. Therefore, the nature of the issue and the socio-political context in Spain is currently generating favorable media coverage.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, los movimientos sociales se han erigido como motor de cambio social. Este tipo de organizaciones surgen a raíz de una doble crisis. Por un lado, la que implica el empeoramiento de las condiciones de vida de la ciudadanía y, por otro, la crisis de legitimidad de los gobernantes, que pierden el apoyo de parte de la sociedad (Andretta & Della Porta, 2015; Raffini, Penalva & Alaminos, 2015; Della Porta, 2015). Mientras los primeros movimientos sociales, de partidos o sindicales, se basaban en la fuerza de la organización, la siguiente generación se centró en la identidad y la causa, como el ecologismo o el feminismo (Bennett & Segerberg, 2014; Peterson, Wahlström & Wennerhag, 2015). Mediante su acción no cuestionaban únicamente una distribución desigual del poder o los recursos, sino también los significados socialmente establecidos, es decir, la forma de definir e interpretar la realidad (Alonso & Ibáñez, 2011).

Desde hace unos años se ha agudizado la tendencia hacia los movimientos de un único tema (*single issue*), como aquellos que defienden el derecho a la vivienda. Es lo que Haro y Sampedro (2011) denominan Nuevos Movimientos Sociales (NMS), entre los que sobresalen en España el 15M y la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), que se caracterizan especialmente por hacer un uso intensivo de las redes sociales para llevar a cabo su cometido. Ambos, movimientos ciudadanos surgidos de la indignación colectiva, pretenden denunciar los abusos de poder y las injusticias sociales y promover una democracia más participativa en la que los ciudadanos cuenten con un papel preferente en el cambio social (Anduiza, Cristancho & Sabucedo, 2013; Castañeda, 2012; Romanos, 2011). El uso extensivo que realizan de las redes sociales les permiten ejercer como una especie de contrapoder (Castells, 2009) y disputarle la hegemonía que ostentaban hasta ahora los medios convencionales y las élites políticas, generando sus propios significados y encuadres.

El objetivo de este artículo es analizar la capacidad de la PAH para introducir sus temas y sus marcos discursivos en la agenda de los medios de comunicación. Esta organización es uno de los principales agentes vinculados con el cambio social que han actuado en España en los últimos años, llegando, incluso, a impulsar una Iniciativa Legislativa Popular (ILP) que fue admitida a trámite en 2013 por el Congreso de los Diputados. Precisamente, esta última acción es el caso que se toma de muestra para esta investigación.

La PAH ha encontrado en la web 2.0 y en las redes sociales una herramienta útil para comunicar y movilizar a la ciudadanía, además de para captar la atención de los medios de comunicación tradicionales e introducir sus temas y enfoques en la agenda política y mediática (Sung-Tae & Young-hwan, 2007; Casero-Ripollés & Feenstra, 2012; Bakardjieva, 2012). Así, además de contar

con su propia página web, la Plataforma tiene perfiles en las principales redes sociales: Facebook, Twitter y YouTube, de los cuales hace un uso extensivo, especialmente para comunicar, movilizar y fiscalizar a los poderes políticos y económicos.

Investigaciones previas (Candón, 2013; Feenstra & Casero-Ripollés, 2012; Sampetro, 2005) han demostrado que las tecnologías digitales y las redes sociales han conseguido evitar el filtro de los medios e influir en la agenda pública. Pese a que la demandas de supresión del Senado por parte del 15M es el caso más destacado, fue el 13M (tras los atentados del 11M) uno de los primeros movimientos en disputar la creación de significados al *establishment* (Martínez Avidad, 2011; Sampetro, 2004). Multitud de investigaciones han analizado el caso del movimiento 15M o el movimiento *Occupy Wall Street*, pero muy pocas se centran en el caso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca y sus demandas. Se trata, por tanto, de un tema de gran relevancia, especialmente por la coyuntura social actual y el éxito de sus propuestas, como la ILP, que recoge algunas de las demandas más básicas del movimiento como la dación en pago retroactiva o la paralización de los desahucios. El análisis del caso de la PAH viene a completar las investigaciones previas en este campo.

El artículo se divide en cuatro bloques. En el primero se realiza una revisión de la literatura sobre la importancia del discurso como mecanismo de poder para los agentes vinculados al cambio social. En este sentido, se presenta el papel desarrollado por medios convencionales en este sentido y los cambios que introducen las redes sociales. En el segundo se describe la metodología empleada y la selección de la muestra, para en el tercer bloque pasar a exponer los resultados del análisis. Finalmente, en el cuarto, se presentan y discuten las conclusiones obtenidas a raíz del estudio realizado. Este trabajo forma parte del proyecto de I+D CS02014-52283-C2-1-P financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España.

2. LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO SOBRE EL CAMBIO SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El discurso es un elemento clave en la construcción de la realidad social y en los procesos de formación de la opinión pública (Rodrigo Alsina, 2005; Grossi, 2007; Casero-Ripollés, 2008). Desde este punto de vista, se configura como un recurso fundamental de poder, puesto que quién tiene acceso al mismo puede ejercer una elevada influencia, en términos simbólicos, sobre el conjunto de la sociedad. Su producción asume un valor estratégico de primer orden puesto que establece el qué (temas) y el cómo (encuadres o *frames*) del debate público. No todos los actores sociales gozan del mismo grado de potencialidad para contribuir a su articulación. Las élites sociales, entre las que se engloban los periodistas, asu-

men un papel protagonista en su creación. Algo que, según los Estudios Críticos del Discurso, es una fuente de dominación que conduce a la desigualdad y la injusticia social (Van Dijk, 1993, 2003, 2006 y 2012; Wodak & Meyer, 2003; Fairclough, 2010).

Su posición central en la construcción del discurso, concede a los medios de comunicación un papel altamente relevante en nuestras sociedades (Silverstone, 2007). Se encargan de gestionar la visibilidad pública de los acontecimientos sociales (Thompson, 1995) y, con ello, condicionan la atención del público, dando forma a nuestra visión del mundo. Esto lo consiguen mediante dos procesos interconectados: estableciendo la agenda y fijando el encuadre o *frame*. El primero es el resultado de la selección informativa que determina qué acontecimientos, de los muchos posibles que suceden cada día, se incorporan en los espacios mediáticos logrando, con ello, una notable visibilidad social. Al realizar esta operación, los medios canalizan la atención de la ciudadanía hacia ciertos aspectos en detrimento de otros. La consecuencia de ello es que condicionan las preocupaciones y prioridades de las personas determinando, en gran medida, los contenidos del debate público (de qué se habla) (McCombs, 2004). Por lo tanto, lograr acceso a la agenda mediática se convierte en un elemento esencial para situar un tema o asunto en el foco de atención pública. La visibilidad es uno de los primeros y más importantes elementos para tener la oportunidad de influir discursivamente en la construcción de la realidad que operan los medios de comunicación (Koopmans & Olzak, 2004; Kolb, 2007).

Sin embargo, no sólo el qué es relevante, sino también el cómo. Una vez incorporado dentro de sus espacios informativos, los medios proceden a construir discursivamente un tema resaltando determinados atributos y minimizando otros. Esta operación da forma al sentido y al significado social de los acontecimientos. Esto conecta con la teoría del *framing* o encuadre, que hace referencia al proceso de selección que realizan los medios de comunicación sobre determinados aspectos de un tema, que son mostrados al público como los más relevantes. Así, ofrecen una serie de criterios que favorecen un marco interpretativo particular de los hechos sobre los que informan (Scheufele & Tewksbury, 2007; Van Gorp, 2007; López-Rabadán, 2010). La forma en cómo se encuadra una noticia establece una definición del problema, una atribución de responsabilidades, una valoración moral e indica una posible solución (Entman, 1993; D'Angelo, 2011; Koziner, 2015). La identificación de estas cuatro funciones permite analizar la construcción del encuadre básico de la información generada por un medio en referencia a un tema concreto.

Mediante el establecimiento de la agenda y del marco o *frame*, las noticias son capaces de influir en la percepción que la ciudadanía tiene de los movimien-

tos sociales y sus demandas y también en el apoyo público que recibe el cambio social (McLeod & Detenber, 1999; Andrews & Caren, 2010). La centralidad y trascendencia de estos procesos para determinar la opinión pública provoca que se caractericen por una elevada competitividad, puesto que son muchos los actores sociales que pugnan por influir en el discurso mediático. La literatura ha señalado que uno de los elementos clave que permite la incidencia en el debate público, y también en los contenidos mediáticos, tiene que ver con el aprovechamiento de la estructura de oportunidades. Éstas pueden referirse a diversos niveles. Así, en primer lugar, existe una estructura de oportunidad política entendida como las dimensiones del ambiente político y social que ofrecen incentivos y condicionan las expectativas del cambio social (Tarrow, 1977; Meyer & Minkoff, 2004). Este concepto ha sido especialmente aplicado por los estudiosos de los movimientos sociales para intentar explicar las razones de carácter contextual que llevan a que una causa triunfe o fracase. Otros inciden en el papel de la estructura de oportunidad discursiva que se define como los aspectos del discurso público que determinan que un mensaje tenga mayores probabilidades de difusión por la esfera pública (Koopmans & Olzak, 2004). Más recientemente, algunos autores han puesto de manifiesto la existencia de una estructura de oportunidad mediática que provoca que en determinadas circunstancias las opciones de acceso de los movimientos sociales a los medios para transmitir sus mensajes y lograr influencia sobre las percepciones ciudadanas se incrementen (Cammaerts, 2012).

Pese a las posibilidades de los movimientos sociales para lograr estos objetivos aprovechando la estructura de oportunidades, tradicionalmente los actores políticos convencionales, ligados a la esfera institucional, especialmente las fuentes oficiales, como los Gobiernos y los partidos, asumen el protagonismo en la configuración del debate y la agenda pública. De esta forma se sitúan como definidores primarios (Hall et al., 1978) ya que aprovechan su posición en la estructura de poder para imponer sus definiciones de la realidad y los problemas en el discurso periodístico. La élite política tiene la capacidad para establecer los temas y encuadres de la información imponiendo, así, su visión dominante y condicionando el debate público, y, paralelamente, expulsando de las noticias periodísticas los puntos de vista de otros sectores sociales (Bennett, 1990). Generalmente, esto deja en una posición marginal a los sujetos vinculados al cambio social como los movimientos sociales y los activistas. Eso conlleva que tengan notables dificultades para obtener la atención mediática que les proporcione visibilidad y capacidad para ubicar sus temas y marcos discursivos en el centro del debate público para, así, aspirar a influenciarlo.

Junto a la invisibilidad, los agentes vinculados al cambio social sufren otro efecto señalado por la literatura que tiene que ver con la obtención de coberturas informativas desfavorables. Se trata del predominante paradigma de la protesta en el tratamiento periodístico de los movimientos sociales (Gitlin, 1980; McLeod & Hertog, 1992). Éste responde a un conjunto de patrones que confluyen en presentar las protestas desde una óptica negativa, asociándolas a *frames* como el conflicto, la violencia, la revuelta, el desorden o el caos. Esto genera efectos nocivos para el cambio social puesto que sus discursos quedan fuera de la agenda mediática y sus propuestas y actores son deslegitimados, demonizados y criminalizados (McLeod, 2007). Esto lleva a la audiencia a percibir el cambio social como algo radical y peligroso que supone una amenaza para la sociedad.

La web 2.0 y las redes sociales han propiciado un nuevo escenario que ofrece nuevas opciones para los actores vinculados al cambio social (Earl & Kimport, 2011). Éstos pueden intentar aprovechar las herramientas digitales para crear e influir sobre la estructura de oportunidades (política, discursiva y mediática), para lograr visibilidad pública para su causa y para revertir los efectos del paradigma de la protesta. El hecho de que la ciudadanía tenga la posibilidad de producir y difundir sus mensajes y contenidos, de forma relativamente autónoma, a través de las redes sociales, constituye una fuente de empoderamiento (Castells, 2009). Los movimientos sociales cuentan con nuevas posibilidades, así, para intentar incidir en el debate público. La literatura ha puesto de manifiesto que una de las principales tiene que ver con la posibilidad de participar de forma más directa en la construcción de la agenda pública. En este sentido, mediante el uso de las redes sociales, los activistas pueden aspirar a establecer la agenda de forma inversa (Sung-Tae & Young-hwan, 2007): difundiendo un mensaje o contenido a través de estas plataformas digitales y logrando que, a través de una lógica viral, sea compartido y discutido por muchas personas se puede llegar a influir en la atención de los medios logrando que éstos incorporen el tema e, incluso, el *frame*. De esta forma se activa un mecanismo de abajo a arriba que condiciona la agenda mediática gracias al impacto y alcance del mensaje en las redes. Igualmente, la literatura indica que algunos movimientos sociales recientes, como el 15M, se han valido de la web 2.0 para situar en la agenda de los medios sus propios temas, como los privilegios de la clase política o la supresión del Senado (Casero-Ripollés & Feenstra, 2012).

Asimismo, otros autores han señalado que las redes sociales también otorgan a los agentes vinculados al cambio social la posibilidad de producir y distribuir de forma autónoma sus marcos discursivos. La web 2.0, gracias a su capacidad de conexión y difusión instantánea y sus potencialidades para

la organización y la movilización, ha multiplicado exponencialmente la capacidad de los movimientos sociales para articular su discurso y sus *frames* (Martínez Avidad, 2011). En este sentido, el entorno digital favorece y potencia la automediación de las protestas que permite el impulso de narrativas contrahegemónicas (Cammaerts, 2012).

Las redes sociales juegan un rol clave, como punto de partida, en la diseminación de los discursos entre audiencias amplias. No obstante, el potencial de las redes sociales no debe sobredimensionarse (Fuchs, 2014) ya que, pese a jugar un rol crucial a la hora de incrementar la visibilidad de las demandas vinculadas al cambio social, son incapaces de llegar al mismo volumen de público que los medios convencionales. De hecho, en 2014 el número de usuarios de redes sociales en España se situó en 14 millones de personas (IAB, 2015). Por ello, para alcanzar el éxito, es fundamental para los movimientos sociales recibir la atención de los medios convencionales y lograr una cobertura propicia a sus intereses (Micó & Casero-Ripollés, 2014). No sólo resulta clave el acceso a la agenda sino también obtener un *frame* positivo. En este sentido, la literatura indica que los casos relacionados con injusticias sociales activan la estructura de oportunidad mediática y reciben con mayor probabilidad un tratamiento informativo favorable en los medios (Molaei, 2015).

3. METODOLOGÍA

Con el objetivo de comprobar si la PAH ha conseguido introducir sus temas y marcos discursivos en la agenda de los medios, se aplicará una metodología basada en el análisis cualitativo, empleando específicamente la perspectiva del análisis crítico del discurso (Van Dijk, 1993, 2006 y 2012; Wodak y Meyer, 2003; Van Leeuwen, 2009; Fairclough, 2010; Shirazi, 2013; Flesher Fominaya, 2015). Este tipo de análisis se centra fundamentalmente en las relaciones de poder existentes entre grupos, considerando el discurso como una forma de articulación del poder simbólico. En este sentido, el discurso es visto como uno de los condicionantes más importantes de la opinión pública al tratarse de una herramienta clave en la construcción social de la realidad. Este tipo de metodología es más interpretativa y flexible y se centra en profundizar en el contenido del discurso de los medios de comunicación y no en los efectos que tienen en la recepción por parte del público (Casero-Ripollés, 2007; Van Dijk, 2003 y 2012).

El caso de estudio seleccionado es la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) presentada por la PAH en 2013, puesto que constituye una de sus acciones más relevantes y sintetiza todas sus demandas. El análisis se realizará en dos fases. En la primera se estudia el discurso de la PAH a partir del análisis de los *posts* y comunicados referentes a la ILP emitidos por esta organización en su página

web. De esta forma, se podrán extraer los principales ejes discursivos de la Plataforma en referencia a este tema. Con este análisis previo se podrán extraer también los encuadres fijados por el movimiento. Esto nos permitirá, en una segunda fase, analizar si los medios de comunicación han introducido los temas y encuadres propuestos por la PAH o no y en qué medida.

La muestra de medios de comunicación está integrada por las versiones digitales de *El País* y *El Mundo* y los periódicos nativos digitales *Infolibre* y *ElDiario.es*. Se trata de observar cómo reciben el mensaje de la PAH dos tipos de medios: la prensa de referencia (Reig, 2011), con una elevada tirada y más cercana al *establishment*, y dos diarios relativamente jóvenes, nacidos en la red y con un carácter más alternativo. El periodo temporal seleccionado es el año 2013 y viene delimitado por la presentación y entrada a trámite de la ILP en el Congreso de los Diputados.

Para acabar de concretar la muestra se ha determinado que para esta investigación sólo serán válidas las piezas informativas y, por lo tanto, quedarán excluidos los artículos de opinión. Debido a que nuestro objetivo es conocer si la PAH ha conseguido trasladar sus encuadres al discurso informativo de los medios de comunicación no resulta pertinente estudiar las piezas de opinión, puesto que éstas muestran exclusivamente la opinión de su autor.

4. RESULTADOS

4.1. Plano contextual: La estructura de oportunidad política en el surgimiento de la PAH

Como hemos afirmado en la revisión de literatura, un concepto clave para determinar el éxito de los movimientos sociales es la estructura de oportunidad política (Tarrow, 1977; Meyer & Minkoff, 2004). Éste se refiere a las condiciones del ambiente político y social que condicionan las posibilidades de avance del cambio social. Esto implica que el contexto sociopolítico tiene una influencia importante en el triunfo o fracaso de estas acciones. Asimismo, el contexto también tiene un impacto en términos discursivos puesto que puede condicionar de forma clara la descodificación de un mensaje (Van Dijk, 2003). Para que los receptores puedan reproducir mentalmente un acontecimiento o comprenda una problemática determinada es necesario que tenga unos conocimientos previos que le ayuden a descodificar el mensaje emitido por los medios de comunicación. Por lo tanto, la comprensión de un tema viene determinada por el contexto en el que se recibe (Van Dijk, 2006). Por ello, analizaremos el plano contextual en el que se inserta el surgimiento y consolidación de la PAH y sus campañas, especialmente de la ILP.

Tras varios años de crisis económica y financiera en la que el Gobierno tuvo que incluso devaluar la peseta, en 1996 España empezó a recuperarse y su economía inició una etapa de prosperidad ininterrumpida durante más de una década. El Partido Popular, vencedor de las elecciones celebradas en marzo de ese mismo año, inició con su llegada al Gobierno un plan de privatizaciones de empresas del sector público y un plan de fomento del empleo fundamentado en el sector de la construcción. Este nuevo modelo económico, pese a que trajo consigo un descenso acusado de la tasa de desempleo, también conllevó un acusado aumento de la especulación inmobiliaria que incentivó el endeudamiento privado y generó lo que se conoció como burbuja inmobiliaria (Flesher Fomina-ya, 2015; Ordóñez, Feenstra & Tormey, 2015).

En 2007, tras una subida del precio de la vivienda durante la última década del 180%, se produjo el estallido de la burbuja inmobiliaria. Con la caída de su principal pilar económico, España entró en una fuerte crisis que vivió su máximo exponente en 2008. Una parte de la ciudadanía, que se había endeudado durante el período de bonanza para adquirir una vivienda, perdió su empleo, puesto que la tasa de paro se situó en el 20% generando una cifra de 4,5 millones de desempleados, y dejó de pagar la hipoteca. Empezó, así, uno de los mayores dramas vividos en España: los desahucios. Según las estadísticas del Consejo General del Poder Judicial, desde el inicio de la crisis en 2008, se han producido 598.747 ejecuciones hipotecarias.

En este contexto de grave emergencia habitacional y ante la inactividad del Gobierno, nace en 2009 en Barcelona la PAH. Lo que empezó siendo un movimiento local, poco a poco se fue extendiendo por toda la geografía peninsular y en la actualidad cuenta con agrupaciones en prácticamente todas las ciudades españolas. La coyuntura política y social del momento propició el surgimiento de este movimiento social por el derecho a una vivienda. La aparición de la PAH es fruto de una estructura de oportunidad política específica marcada por la crisis económica, y sus efectos sociales (entre los que se encuentran los desahucios), y la defensa del derecho a la vivienda, reconocido en el artículo 47 de la Constitución Española como un derecho fundamental.

Las acciones llevadas a cabo por la PAH durante estos seis años han conseguido su perdurabilidad y expansión. De esta forma, el año 2013 supuso uno de los momentos culminantes del movimiento, puesto que consiguió que la ILP para la implantación de la dación en pago, fuese admitida a trámite por el Congreso de los Diputados tras conseguir el apoyo de todos los grupos parlamentarios, incluido el Partido Popular (PP), que en el último momento cambió el sentido de su voto. La ILP, que exigía la dación en pago retroactiva, la paralización los desahucios y el alquiler social, consiguió, con casi un millón y medio de firmas, el apoyo masivo de la ciudadanía.

4.2. Plano discursivo: Estrategias discursivas de la PAH

Con carácter previo, y para proceder al análisis del discurso que realizan los medios de comunicación convencionales sobre la Iniciativa Legislativa Popular (ILP), es necesario comprender cómo articula su discurso sobre este tema la propia PAH. Con esto, se pretende conocer tanto su estrategia discursiva como el encuadre que se le otorga a la cuestión y, de esta forma, advertir si logran incorporarlos a la agenda mediática o no.

Sin duda, la ILP es una de las campañas más populares de la PAH al recoger los preceptos básicos del movimiento: dación en pago, paralización de los desahucios y alquiler social. La presentación de esta iniciativa es fruto del trabajo realizado desde la constitución de esta organización en 2009 y se presenta ante la ciudadanía como la solución a la difícil situación que sufren las familias españolas en relación al derecho a la vivienda.

La posibilidad de autocomunicar (Castells, 2009) sus propios mensajes a través de las herramientas digitales posibilita que la PAH pueda establecer su propia estrategia discursiva aprovechando la estructura de oportunidad discursiva. Ello permite, no sólo delimitar los temas, sino también enmarcarlos desplegando una intensa automediación de sus reivindicaciones y protestas para darlas a conocer y generar debate público (Cammaerts, 2012). En este sentido, del análisis de los *posts* y los comunicados publicados en la web de la PAH relativos a la ILP se pueden extraer los cinco grandes ejes discursivos.

El primero corresponde a la emergencia habitacional. La PAH define la realidad actual de las familias españolas en estos términos resaltando la excepcionalidad y urgencia de la situación. Esta organización sostiene que la vivienda es un bien de consumo de necesidad básica y por lo tanto, un derecho fundamental que, alegan, recoge el artículo 47 de la Constitución de 1978.

El segundo tiene que ver con el drama e injusticia social. La PAH establece que las ejecuciones hipotecarias y los desahucios por impago de hipotecas son la cara más dramática de la crisis económica en España y expone que, a día de hoy, el nivel de ejecuciones hipotecarias y desahucios no tiene parangón en Europa. Además, argumenta que España es el país que cuenta con un mayor parque de viviendas vacías, de las cuales se calcula que más de un millón están en manos de la banca.

El tercer eje discursivo tiene que ver con la responsabilidad de los bancos y el Gobierno. Respecto a la responsabilidad de la situación de emergencia habitacional y de la vulneración sistemática de derechos fundamentales consideran que son la banca y el Partido Popular los principales culpables. En este sentido, los activistas establecen que el gobierno del PP ha bloqueado sus propuestas gracias a la mayoría absoluta con la que cuenta en el Congreso, condenando a

miles de personas a la exclusión. Sin embargo, consideran que el PSOE es igualmente responsable de la mercantilización de la vivienda y de las medidas que provocaron la burbuja inmobiliaria.

El cuarto está relacionado con el apoyo mayoritario no escuchado. La PAH considera que la ILP y sus principales demandas (la moratoria de los desahucios, la dación en pago retroactiva y el alquiler social) recibieron un gran apoyo de la sociedad civil española al contar con el aval de más de 1.400.000 firmas de ciudadanos, según datos del Congreso de los Diputados. Sin embargo, los activistas consideran que las demandas ciudadanas fueron menospreciadas y desoídas. En este sentido, hablan de democracia secuestrada por los intereses de la banca, ante los que el Gobierno se ha mostrado completamente sumiso.

Por último, el quinto eje discursivo se corresponde con la falta de soluciones. La PAH sostiene que la aprobación de la Ley 1/2013 de 14 de Mayo por parte del PP como resultado de la tramitación parlamentaria de la ILP no recoge sus demandas mínimas y desvirtúa su propuesta. Por lo tanto, perpetúa la condena de miles de familias a un sufrimiento inadmisiblemente y a la exclusión social. En este sentido, la PAH argumenta que es la propia ciudadanía, entre la que ellos se incluyen, la que está ofreciendo soluciones. Así, los activistas consideran que las administraciones no sólo no están a la altura de las circunstancias, sino que legislan para beneficiar a los responsables de esta situación.

La Tabla 1 muestra de forma resumida los principales ejes discursivos presentados por la PAH en referencia a la ILP contra los desahucios.

Tabla 1. Resumen de los principales ejes discursivos de la PAH

Eje discursivo	Descripción
Emergencia habitacional	Derecho a la vivienda como un derecho fundamental de primera necesidad. Vulneración de este derecho en la actualidad.
Drama e injusticia social	Las ejecuciones hipotecarias y los desahucios por impago suponen la cara más dramática de la crisis.
Gobierno y bancos responsables	Bancos y Gobierno del PP máximos responsables de la mercantilización de la vivienda y de la burbuja inmobiliaria.
Apoyo mayoritario no escuchado	ILP avalada por casi un millón y medio de ciudadanos que el PP desoye al no querer aprobarla.
Falta de soluciones	Ineficacia de la Ley 1/2013 de 14 de mayo aprobada por el PP. Las soluciones las aporta la ciudadanía con propuestas como la ILP.

Fuente: elaboración propia

4.3. Plano discursivo: Estrategias discursivas de los medios de comunicación sobre la ILP de la PAH

Una vez observados los principales ejes discursivos de la PAH sobre la ILP, se procede a continuación a analizar la capacidad de este movimiento social para penetrar en los medios de comunicación. Se trata de conocer si logra incorporar este tema, y todos sus marcos discursivos asociados, en la agenda de los medios estudiados y observar si éstos mantienen el encuadre de esta organización, o por el contrario, lo modifican incorporando el suyo propio.

El contexto sociopolítico, vinculado a la estructura de oportunidad política, provoca que los medios de comunicación analizados incorporen el tema a su agenda de forma amplia y que articulen un discurso positivo sobre el mismo atendiendo a la excepcionalidad de la situación, remarcando especialmente su carácter dramático. *ElDiario.es*, *El País* y *El Mundo* coinciden en destacar el drama social que representan los desahucios. *El País* lo expresa mediante el uso de los cintillos como “el drama de los desahucios” o “crisis de los desahucios”, incorporados en piezas con un fuerte componente social, plagadas de historias personales usando el recurso periodístico de las noticias de interés humano. Incluso, este diario adopta el mismo encuadre que la PAH al definir la situación actual como una “emergencia” habitacional (1) y calificarla como “uno de los mayores dramas de la democracia” (2). Por su parte, *ElDiario.es* y *El Mundo* remarcan la visión trágica y espectacularizante al vincular esta cuestión a los suicidios (3). Este segundo diario incluso llegó a publicar un reportaje en la sección de “Psicología” sobre el impacto emocional que conllevan los desahucios bajo el título “Las secuelas del desahucio” (*El Mundo*, 09/04/2013).

- (1) Esta iniciativa está promovida por la PAH, mediante la cual un millón y medio de personas han propuesto una reforma de la normativa para dar respuesta a una situación de emergencia (*El País*, 26/03/2013).
- (2) El informe llega después de muchos intentos fallidos del Gobierno, el Consejo General del Poder Judicial y la banca para obtener datos concretos de uno de los mayores dramas de la democracia: las familias desahuciadas. Hasta ahora, conocer la situación real del problema había resultado una misión casi imposible (*El País*, 12/04/2013).
- (3) El anuncio del PP se ha conocido además poco después de producirse el suicidio de una pareja que iba a ser desahuciada en Baleares y tras otro presunto caso en Vizcaya (*El Mundo*, 13/02/2013).

El Mundo y *El País* utilizan la comparación para mostrar cómo gestionan esta situación otros países. El primero realiza la comparativa con Alemania (4) para indicar que el país presidido por Angela Merkel está viviendo una situación

similar, o incluso peor, que la española, que además acompaña con el testimonio directo de un afectado. El discurso racional se torna emocional con la intención de que el lector se identifique y empatice con los protagonistas de esta historia. Por su parte, *El País* realiza una comparativa más amplia, recurriendo a un enfoque neutro y técnico para hacer una valoración a nivel general de todos los países europeos y centrarse en la legislación británica y francesa referente a este tema (5). Además, en una noticia publicada el 4 de junio de 2013 y titulada “Sin derecho a una segunda oportunidad”, este diario realiza una amplia comparativa sobre la dación en pago en países como Estados Unidos, Italia o Alemania con el objetivo de destacar la ineficacia del Gobierno español para gestionar esta difícil situación. Mientras en otros países se ofrecen soluciones y se recogen medidas como la dación en pago, en España la legislación actual no permite esta práctica.

- (4) En Alemania se producen diariamente una media de 200 desahucios, en su mayoría causados por el retraso en el pago del alquiler. La legislación permite a los propietarios sacar de la casa a los inquilinos en cuanto se produce el segundo retraso en el pago mensual y la mudanza forzosa, en muchos casos a hogares de acogida o viviendas sociales, corre a cargo del desahuciado, al que se le intervienen las cuentas bancarias hasta que salda sus deudas. Sólo se salvan de la inmediatez del desahucio los ancianos y los enfermos crónicos (*El Mundo*, 08/04/2013).
- (5) Y en el debate recordó que si la PAH pide que el importe del alquiler no supere el 30% de la renta familiar, Margaret Thatcher, paradigma del político del ala derecha conservadora británica, fijó en un 25% el porcentaje de renta por encima del cual subvencionaba el alquiler. [...] Fuera de España choca que se haya edificado en masa, abunden las casas vacías, pero no haya alquiler asequible. Rondaría el 1%, mientras en Francia, con un 20%, se legisla para llegar en las principales ciudades al 25% del parque residencial (*El País*, 04/03/2013).

En los ejemplos 1 a 5, se observa como los medios analizados definen un problema (la situación de emergencia habitacional que sufren las familias españolas) y emiten una valoración moral de esta cuestión (drama de los desahucios), cumpliéndose así la primera y tercera función del *framing* teorizadas por Entman (1993).

Todos los medios coinciden con la PAH en el hecho de que es el Gobierno del Partido Popular (PP) el culpable de no querer negociar la ILP y aprobarla tal y como fue presentada inicialmente. *ElDiario.es* e *Infolibre* utilizan términos como “ningunear”, “oponerse frontalmente” o “enterrar” (6 y 7) cuando informan sobre la actitud del PP frente a la ILP en sus noticias.

- (6) El PP consuma el entierro de la demandas de los afectados por las hipotecas. [...] Todos los grupos han acusado este jueves a los conservadores de lo contrario en la Comisión de Economía del Congreso que ha dado luz verde a la ley de Protección de Deudores Hipotecarios. Solo con el voto del PP. Y ninguneando las peticiones de la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) presentadas por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) (*Infolibre*, 18/04/2013).
- (7) La mayoría absoluta del PP tumbará la principal de las medidas exigidas: la dación en pago retroactiva. [...] El PP se ha opuesto frontalmente más allá de congelar las expulsiones durante dos años con criterios muy restrictivos y proponer un parque de 6.000 viviendas para alquiler social (*ElDiario.es*, 12/02/2013).

El País y *El Mundo*, en cambio, aunque reconocen la culpabilidad del PP moderan su discurso. El tono empleado en ambos casos es más comedido que el que utilizan *Infolibre* y *ElDiario.es*, especialmente en el caso de *El Mundo*, que mide más sus palabras optando por un encuadre más neutro (8). *El País*, en cambio, habla irónicamente de la actitud del presidente Mariano Rajoy, para que sea el lector el que saque sus propias conclusiones (9).

- (8) El PP se queda solo en su propuesta por modificar la legislación hipotecaria (*El Mundo*, 09/04/2013).
- (9) El presidente, en una muestra más de su gran capacidad para adaptar su mensaje a las circunstancias sin alterar un músculo, respondió rápidamente al varapalo. Con tono calmado, como si nada hubiera pasado, aseguró que cumplirá la sentencia e incluso admitió que la propia ley, tan criticada por diversos colectivos sociales, es ya muy antigua, algo que hasta ahora nadie del Ejecutivo destacaba (*El País*, 14/03/2013).

Infolibre va un paso más allá y en una de sus noticias reflexiona sobre la culpabilidad de la banca ante el problema del derecho a la vivienda y los desahucios que existe en España en la actualidad (10). Además, este diario lanza una pregunta directa a la PAH: ¿Por qué no realiza ninguna acción directa contra los banqueros de la misma forma que lo hace con los políticos?

- (10) El foco está sin duda puesto en los políticos. Afectados por las hipotecas y activistas antidesahucios no han escatimado en críticas a este colectivo e incluso han llevado a las puertas de sus domicilios sus reivindicaciones. Sin embargo, el prisma del derecho a la vivienda en España y su vertiente más amarga, los desahucios, no tienen una sola cara. La banca ha tenido también mucho que ver en la forma en la que se ha articulado el mercado inmobiliario. Y aunque por ello ha sido

fuertemente criticada por sus principales perjudicados, los dueños de los grandes bancos, al menos hasta el momento, no están teniendo que vivir en primera persona sus protestas. La pregunta se hace entonces evidente: ¿Por qué los escraches no llaman a las puertas de los banqueros? (*Infolibre*, 12/04/2013).

En los ejemplos 6 a 10, se observa como todos los medios recogen la estrategia de la PAH de señalar a la banca y el Gobierno del Partido Popular como los principales culpables de la situación actual, especialmente al segundo. El discurso mediático lleva a cabo, por tanto, una atribución de responsabilidad hacia dos sectores muy concretos, el económico y el político, cumpliendo así con la segunda función del *framing* de Entman (1993).

Los cuatro diarios analizados enfatizan el hecho de que la ILP fue firmada por casi un millón y medio de personas, consiguiendo un amplio apoyo social. Destaca especialmente la estrategia discursiva del periódico *El Mundo*, que en varias de las informaciones analizadas subraya el hecho de que la petición ha sido una de las “más exitosas de la democracia” (11). El resto de medios inciden en este argumento. Así, *Infolibre* recalca el hecho de que se triplicó el número de firmas exigidas por ley, otorgando, así, una extraordinaria legitimidad democrática y política a la acción de la PAH (12). *ElDiario.es* incide en esta idea. Para este medio, rechazar casi un millón y medio de firmas supone ignorar la voluntad de la ciudadanía, que expresó ampliamente su apoyo a la ILP y a las medidas que ésta recogía, por lo que no tramitarla generaría un déficit democrático grave.

- (11) Los promotores de la ILP iniciarán conversaciones con los grupos parlamentarios de la cámara en busca de apoyos y respaldo público a la iniciativa, que es, con creces una de las más exitosas de la democracia (*El Mundo*, 24/01/2013).
- (12) A fin de cuentas, había recibido 1.402.854 firmas, casi el triple de lo exigido en la Constitución (*Infolibre*, 09/04/2013).
- (13) Por la mañana, los promotores de la ILP denunciaban públicamente la “falta de democracia” que suponía rechazar la tramitación de una iniciativa que cuenta con el respaldo de 1.402.854 firmas, casi el triple de las necesarias... (*El Diario.es*, 12/02/2013).

La Ley 1/2013 aprobada en solitario por la mayoría absoluta del PP es vista con reticencia por algunos medios como *El País*, que destaca que esta normativa de protección de deudores hipotecarios no incluye ninguna de las propuestas mínimas que recogía la ILP, como la dación en pago retroactiva, la paralización de los desahucios o el alquiler social (14).

- (14) Paralización de los desahucios, dación en pago con carácter retroactivo y alquileres sociales. Son los tres objetivos mínimos que planteaba la Iniciativa Legislativa Popular de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), que llegó al Congreso avalada por 1.400.000 firmas. Y ninguno de ellos está recogido en la ley del Gobierno de protección de los deudores hipotecarios, que ha sido aprobada esta tarde por el pleno del Senado (*El País*, 08/05/2013).

Los cuatro diarios estudiados convienen que es necesaria la aprobación de la ILP, o legislar recogiendo los principios básicos de esta iniciativa, incorporando así los temas y ejes discursivos de la PAH a sus noticias. *El País* (15) y *ElDiario.es* (16) incluso coinciden en el hecho de que únicamente esta organización está actuando para detener la difícil situación que viven los ciudadanos y que puede derivar en una “exclusión social segura” (15). Exigiendo la incorporación de las demandas de la PAH a la nueva legislación, basadas en la legitimidad del apoyo popular y los resultados alcanzados (17), los medios cumplirían con la cuarta función de encuadre enunciada por Entman (1993) al realizar la recomendación de una posible solución al problema de los desahucios.

- (15) Aunque la dación no está regulada en los países de nuestro entorno, a efectos prácticos no se pide nada que, gobiernen conservadores o socialdemócratas no contemplen ellos: un techo alternativo y una segunda oportunidad para no ir hacia una exclusión social segura (*El País*, 04/03/2013).
- (16) La PAH no se rinde. [...] Los logros se han visto empañados por algunos contratiempos, como cuando el PP terminó tumbando la ILP por la vivienda digna y reformó, sin considerar las demandas populares, la ley Hipotecaria (*ElDiario.es*, 08/09/2013).
- (17) Más de tres años de lucha, 550 desahucios paralizados y 1,4 millones de firmas... Hoy es el día clave para las miles de personas que han sido desahuciadas o que no puede hacer frente a su hipoteca. El Congreso estudia esta tarde si admite a trámite una iniciativa legislativa popular, que reclama la dación en pago retroactiva, una moratoria de todos los desahucios y el fomento del alquiler social (*El Mundo*, 12/02/2013).

Además, los cuatro diarios analizados incorporan el mensaje de la PAH a través de la inclusión de declaraciones directas de miembros de la organización que pasan a tener voz y protagonismo en las noticias. Los testimonios incluidos varían en función del medio y la información, ya que se da voz tanto a activistas que cuentan con un mayor rango dentro de la organización –como Ada Colau (portavoz en 2013), Adrià Alemany o Rafael Mayoral–, como a aquellos más desconocidos (18 y 19).

- (18) “Hace 10 días invitamos a los diputados a venir a las reuniones de la PAH para que vean la realidad social para la que tienen que legislar, pero desgraciadamente no han respondido a nuestra petición”, ha dicho la portavoz de la Plataforma, Ada Colau. (*El País*, 15/03/2013).
- (19) Rafael Mayoral, asesor legal de la PAH, ha anunciado que “lo que hace falta es una reforma radical de la legislación de la situación hipotecaria y de la insolvencia de las personas para dar una segunda oportunidad a los afectados” (*Infolibre*, 14/03/2013).

El País, *ElDiario.es* y, especialmente, *El Mundo* también se hacen eco en sus noticias de los mensajes publicados en el perfil de Twitter de la Plataforma (@LA_PAH), que se configura como una fuente informativa para estos diarios (20, 21 y 22). Además, también incluyen en sus noticias los testimonios publicado en los perfiles personales de algunos miembros de la organización en esta red social (21). De esta forma, esta plataforma digital permite la transferencia del discurso de la PAH hacia los contenidos de los medios de comunicación. Igualmente, el uso de las redes sociales en términos de automediación por parte de la PAH y el hecho de que los diarios analizados utilicen estas plataformas digitales como fuente informativa provocan, que junto a la ILP, se introduzcan en la agenda de los medios otras campañas impulsadas por la Plataforma, como la lanzada en agosto de 2013 para que diputados y senadores suscribieran su recurso de inconstitucionalidad contra la Ley Antidesahucios aprobada por el Gobierno del PP (20), la campaña de escraches o la campaña ‘De ciudadano a presidente’ (22). Con ello, Twitter sirve también para que la PAH incida en la agenda mediática, incorporando otras acciones además de la ILP y ampliando su visibilidad pública.

- (20) Con la etiqueta ‘#escucheAlaPAH’, están animando a todos sus miembros y simpatizantes a instar a los miembros de todas las formaciones políticas con representación en las Cortes a suscribir el texto, alegando que la ley aprobada es “inútil y perversa”, que “no da solución alguna a las personas afectadas por las hipotecas en proceso de desahucio” y que “perpetúa la vulneración de los derechos humanos” (*El Mundo*, 07/08/2013).
- (21) Este comunicado llega después de la queja mostrada contra el mismo reportaje por la portavoz de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Ada Colau, que ha dicho en su cuenta de Twitter: “Me censuraron en La 2 con la excusa de que saldría en @informesemanal. Me han sacado sólo unos segundos y en relación a ETA. Menudo asco #NodoTVE”, escribió (*El Mundo*, 30/04/2013).

(22) A pesar de hablar a través de una pantalla, la plataforma deja la puerta abierta al diálogo con el presidente: “Si tiene alguna pregunta estaremos encantados de responderla sin pantallas de por medio”, concluye el vídeo. La iniciativa ha sido de las más comentadas en Twitter a través de las etiquetas #PÁHRajoy y #deciudadanoapresidente (*El País*, 05/05/2013).

La Tabla 2 muestra de forma resumida lo analizado con anterioridad. Así, se puede identificar claramente como la PAH ha logrado incorporar sus temas y encuadres dentro de la agenda de los medios, puesto que todos los periódicos analizados recogen los puntos clave de su estrategia discursiva.

Tabla 2. Adopción de la estrategia discursiva de la PAH por los medios analizados

Eje discursivo	Presencia en los medios	Encuadre
Emergencia habitacional	Sí. Especialmente en <i>ElDiario.es</i> , <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> .	Comparten el mismo encuadre que la PAH, considerando la situación actual insostenible y exigiendo una solución.
Drama e injusticia social	Sí, en todos.	Los desahucios son la cara más dramática de la crisis. <i>ElDiario.es</i> y <i>El Mundo</i> hacen referencia expresa al suicidio como una de las consecuencias de esta situación. <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> realizan una comparativa de la situación y la legislación en otros países.
Gobierno y bancos	Todos coinciden en culpabilizar de forma expresa al Gobierno pero indirectamente a la banca, excepto <i>Infolibre</i> que sí culpa de forma expresa a la banca.	Todos comparten la posición de la PAH en la atribución de responsabilidad al Gobierno del PP. <i>Infolibre</i> y <i>ElDiario.es</i> lo hacen duramente, mientras que <i>El País</i> y <i>El Mundo</i> moderan su discurso. <i>Infolibre</i> expresa de forma contundente la culpabilidad de la banca.
Apoyo mayoritario no escuchado	Sí, en todos	Destacan el hecho de que la ILP fue avalada por casi un millón y medio de ciudadanos. <i>ElDiario.es</i> vincula el apoyo popular a la legitimidad democrática.
Falta de soluciones	Sí, en todos	La Ley 1/2013 de 14 de mayo aprobado por el PP es vista con reticencia por todos los medios y la consideran ineficaz. Coinciden en que debe aprobarse la ILP o al menos las medidas que se recogen en ella.

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

El análisis empírico de la cobertura mediática sobre la ILP demuestra que la PAH logra acceder tanto a la agenda de los cuatro diarios estudiados como hacerlo imponiendo sus marcos discursivos. Los principales ejes de este movimiento social, concretados en cinco grandes puntos (emergencia habitacional, drama e injusticia social, banco y Gobiernos responsables, apoyo mayoritario no escuchado y falta de soluciones), se encuentran íntegramente presentes en el contenido de las noticias publicadas por los periódicos examinados como nuestro análisis evidencia. La PAH consigue condicionar de qué se habla, haciendo que la dación en pago, la paralización de los desahucios y el alquiler social se incorporen a la información periodística, y también cómo se habla, logrando que su manera de encuadrar el tema del derecho a la vivienda, entendido como un problema que exige un cambio social, prevalezca en los medios. Éstos activan las cuatro funciones de la teoría del *framing* descritas por Entman (1993) y definen el problema de la vivienda en España como una emergencia habitacional, señalan a los bancos y al Gobierno del PP como responsables de la situación, emiten una valoración moral del tema vinculándolo al drama y la injusticia social y coinciden en recomendar como posible solución la aprobación de una legislación hipotecaria que recoja los principios básicos de la ILP impulsada por la PAH. Se puede afirmar, así, la existencia de una influencia del discurso sobre el cambio social en la agenda de los medios tanto en términos de acceso como de encuadre o *framing*. Con ello, la PAH obtiene tanto visibilidad pública para sus demandas como capacidad discursiva para influir en el debate público, situando sus encuadres en el centro del mismo gracias a los medios.

Esto se ve reforzado con la incorporación de la voz de los activistas de la Plataforma a través de la inclusión de sus declaraciones y testimonios en las noticias. Es importante resaltar que las redes sociales, específicamente Twitter, se configuran como fuentes informativas de referencia para los diarios analizados que usan estas plataformas digitales para insertar en sus informaciones los mensajes lanzados desde los perfiles de los miembros de la PAH. De esta forma, se produce la activación de los mecanismos de construcción de la agenda de abajo a arriba, de las redes sociales gestionadas por la ciudadanía y la sociedad civil a los medios de comunicación convencionales. Con ello, en el tema de los desahucios y el derecho a la vivienda se produce un caso de establecimiento inverso de la agenda, siguiendo los parámetros descritos por Sung-Tae y Young-hwan (2007). Esto pone de manifiesto que la web 2.0 ofrece nuevas oportunidades de articulación de la agenda a los movimientos sociales y a los actores vinculados con el cambio social, que amplían su margen de manobra en el contexto digital.

La influencia del discurso sobre el cambio social relacionado con el derecho a la vivienda en la agenda y el discurso de los medios genera una cobertura periodística positiva de la ILP sobre desahucios por parte de los diarios analizados, independientemente de su ideología y línea editorial. Los medios estudiados se convierten en altavoces de las reivindicaciones del cambio social asumiendo los temas y marcos discursivos de la PAH y, además, otorgan legitimidad democrática a sus demandas. Este caso rompe con la dinámica habitual de cobertura informativa asociada a los movimientos sociales, que se basa en el predominio del paradigma de la protesta (Gitlin, 1980; McLeod & Hertog, 1992) y que genera tratamientos informativos negativos que desacreditan el cambio social, presentándolo como algo peligroso y radical.

Las razones que explican el éxito del caso de la PAH en su capacidad para captar la atención mediática hacia sus temas y encuadres y para lograr una cobertura periodística favorable son múltiples y complejas. Sin embargo, nuestro análisis permite apuntar que en este proceso juega un papel clave el aprovechamiento de la estructura de oportunidades por parte de los activistas defensores del derecho a la vivienda. La PAH logra beneficiarse de una estructura de oportunidad política generada por la crisis económica cuyo impacto provoca una situación de injusticia social que afecta a la vivienda, poniendo en entredicho un derecho fundamental recogido en la Constitución española, y que deriva en un drama humano que afecta a miles de familias.

En este marco, esta organización saca partido también de la estructura de oportunidad discursiva para construir un discurso claro, sólido y coherente con la situación de tragedia social existente y que se orienta hacia la denuncia desde la perspectiva del cambio social. Este hecho, junto al desarrollo de diversos tipos de acciones directas de movilización (como boicots de desahucios, asesoramiento legal a afectados o el propio impulso de la ILP), posiciona a la PAH como interlocutor y actor de referencia en la temática del derecho a la vivienda y la problemática de los desahucios. La puesta en marcha de una estrategia de automediación, especialmente a través de las redes sociales, permite a la Plataforma legitimarse como un actor dotado de una elevada capacidad discursiva para articular y producir discursos sociales sobre esta materia.

Finalmente, la PAH también logra valerse de la estructura de oportunidad mediática. Tanto la estructura de oportunidad política como la estructura de oportunidad discursiva actúan como mecanismos que abren la agenda de los medios a la temática y el encuadre de la Plataforma. Con ello, consigue, por un lado, visibilidad social para sus reivindicaciones y, por otro, una cobertura periodística favorable que legitima política y democráticamente el cambio social que propone y que lo presenta en términos positivos.

La activación de estas tres estructuras de oportunidad (política, discursiva y mediática) nos permite identificar, a partir del estudio del caso de la PAH, la existencia de una estructura de oportunidad comunicativa global que se activa si las tres anteriores logran vincularse y relacionarse entre sí de forma coherente y armónica. Esta macro-estructura de oportunidad comunicativa potencia y refuerza las opciones de éxito disponibles para un movimiento social y produce efectos positivos. Éstos se concretan en un doble sentido. Por un lado, se generan nuevas vías de construcción de la agenda pública, especialmente de tipo alternativo como el establecimiento inverso a través de las redes sociales. Por otro, el debate público se abre a un actor vinculado al cambio social que, lejos de ser demonizado o marginado, pasa a gozar de capacidad de influencia para articular el discurso y construir la realidad sobre los problemas sociales, como el derecho a la vivienda en el caso de la PAH, desde una posición central.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, L. E. & Rojo, R. (2011). "Los nuevos movimientos sociales en la España del siglo XXI". En P. Ibarra i Güell y M. Cortina i Oriol (comps.), *Recuperando la radicalidad*. Barcelona: Hacer, 173-207.
- Andretta, M., & Della Porta, D. (2015). Contentious precarious generation in anti-austerity movements in Spain and Italy. *Obets. Revista de Ciencias Sociales*, 10(1), 37-66
- Andrews, K. T., & Caren, N. (2010). Making the News: Movement Organizations, Media Attention, and the Public Agenda. *American Sociological Review*, 75(6), 841-866. doi: 10.1177/0003122410386689
- Anduiza, E., Cristancho, C. & Sabucedo, J. M. (2013). Mobilization through online social networks: The political protest of the Indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(6), 750-764. doi: 10.1080/1369118X.2013.808360
- Bakardjieva, M. (2012). Reconfiguring the mediapolis: New media and civic agency. *New Media & Society*, 14(1), 63-79.
- Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2014). La comunicación en los movimientos. De los medios de comunicación de masas a las redes sociales. *Telos*, 98, 58-60. Recuperado de http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1288&idioma=es_ES&id=2014062614030003&activo=6.do [Consultado el 20 de agosto de 2015]
- Bennett, W. L. (1990). Toward a theory of press state relations in the United States. *Journal of communication*, 40(2), 103-127.
- Cammaerts, B. (2012). Protest logic and the mediation opportunity structure. *Journal of Communication*, 17(2), 117-134. doi: 10.1177/0267323112441007
- Candón-Mena, J. (2013). *Toma la calle, toma las redes: el movimiento #15M en Internet*. Sevilla: Atrapasueños.
- Casero-Ripollés, A. & Feenstra, R. (2012). The 15M movement and the new media. A case study of how new themes were introduced into Spanish political discourses. *Media International Australia*, 144, 68-75. Recuperado de <http://repositori.uji.es/>

- xmlui/bitstream/handle/10234/80466/53905.pdf?sequence=1 [Consultado el 20 de julio de 2015]
- Casero-Ripollés, A. (2008). *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid: Fragua.
- Casero-Ripollés, A. (2007). "Discurso mediático, inmigración e ilegalidad: legitimando la exclusión a través de las noticias". En R. Zapata y T.A. Van Dijk (Eds.), *Discursos sobre la inmigración en España: los medios de comunicación, los Parlamentos y las Administraciones*. Barcelona: CIDOB Ediciones, 69-92.
- Castañeda, E. (2012). The indignados of Spain: A precedent to Occupy Wall Street. *Social Movement Studies: Journal of Social, Culture and Political Protest*, 11(3-4), 3009-319. doi: 10.1080/147428.37.2012.708830
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- D'Angelo, P. (2011). Studying framing in political communication with an integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 353-364.
- Della Porta, D. (2015). *Social movements in times of austerity: bringing capitalism back into protest analysis*. Cambridge: Polity.
- Earl, J., & Kimport, K. (2011). *Digitally enabled social change. Activism in the internet age*. Cambridge: MIT Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. New York: Routledge, 2nd ed.
- Feenstra, R. A. & Casero-Ripollés, A. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M. *Comunicación y Hombre*, 8, 129-140. Recuperado de http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/08_i_feenstraycasero.pdf [Consultado el 24 de agosto de 2015]
- Flesher Fominaya, C. (2015). Redefining the Crisis/Redefining Democracy: Mobilising for the Right to Housing in Spain's PAH Movement. *South European Society and Politics*, 20(4), 465-485.
- Fuchs, C. (2014). *OccupyMedia!: The Occupy Movement and Social Media in Crisis Capitalism*. Winchester: Zero books
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Grossi, G. (2007). *La opinión pública*. Madrid: CIS.
- Hall, S., Clarke, J., Critcher, C., Jefferson, T., & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, law and order and the state*. London: Macmillan.
- Haro, C. & Sampedro, V. (2011). Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura*, 8(2), 167-185. Recuperado de <http://tekno.kultura.net/index.php/tk/article/view/14/pdf> [Consultado el 12 de agosto de 2015]
- IAB (2015). *IV Estudio Redes Sociales de IAB Spain*. Recuperado de http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Estudio_Anuar_Red_Sociales_2015.pdf [Consultado el 20 de septiembre de 2015]

- Kolb, F. (2007). *Protest and opportunities: the political outcomes of social movements*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Koopmans, R., & Olzak, S. (2004). Discursive Opportunities and the Evolution of Right-Wing Violence in Germany. *American Journal of Sociology*, 110(1), 198-230. doi: 10.1086/386271
- Koziner, N. S. (2015). El framing: un programa investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 14(28).
- López-Rabadán, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del framing periodístico. La noción de estrategia de encuadre. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 235-258. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110235A/11419> [Consultado el 24 de agosto de 2015]
- Martínez Avidad, M. (2011). Redes alternativas de comunicación, framing y la construcción del poder político. *Obets. Revista de Ciencias Sociales*, 6(2), 269-291. Recuperado de <http://publicaciones.ua.es/filespublici/pdf/19891385RD8662673.pdf> [Consultado el 24 de agosto de 2015]
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda. The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McLeod, D. M. (2007). News Coverage and Social Protest: How the Media's Protect Paradigm Exacerbates Social Conflict. *Journal of Dispute Resolution*, 1, 1-10. Recuperado de <http://scholarship.law.missouri.edu/jdr/vol2007/iss1/12/> [Consultado el 28 de agosto de 2015]
- McLeod, D. M., & Detenber, B. H. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, 49(3), 3-23.
- McLeod, D. M., & Hertog, J. K. (1992). The manufacture of public opinion' by reporters: informal cues for public perceptions of protest groups. *Discourse & Society*, 3(3), 259-275.
- Meyer, D. S., & Minkoff, D. C. (2004). Conceptualizing political opportunity. *Social forces*, 82(4), 1457-1492. Recuperado de <http://www.somuchthis.com/wp-content/uploads/2011/08/politicalOpportunity.pdf> [Consultado el 4 de septiembre de 2015]
- Micó, J-L., & Casero-Ripollés, A. (2014). Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(7), 858-871. doi: 10.1080/1369118X.2013.830634
- Molaei, H. (2015). Discursive opportunity structure and the contribution of social media to the success of social movements in Indonesia. *Information, Communication & Society*, 18(1), 94-108. doi: 10.1080/1369118X.2014.934388
- Ordóñez, V., Feenstra, R. A., & Tormey, S. (2015). Citizens against Austerity: a Comparative Reflection on Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) and Bündnis Zwangsäumung Verhindern (BZV). *Araucaria*, 17(34).
- Peterson, A., Wahlström, M., & Wennerhag, M. (2015). European Anti-Austerity Protests-Beyond "old" and "new" social movements? *Acta Sociologica*, 58(4), 293-310.

- Raffini, L., Penalva, C., & Alaminos, A. (2015). Antiausteridad y protesta en el contexto de la crisis económica y política en España e Italia. *SocietàMutamentoPolitica*, 6(11), 23-50.
- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial en España*. Barcelona: Gedisa.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2ª ed.
- Romanos, E. (2011). El 15M y la democracia en los movimientos sociales. *Books and Ideas*, 18 (11). Recuperado de <http://www.booksandideas.net/El-15M-y-la-democracia-de-los.html>[Consultado el 12 de agosto de 2015]
- Sampedro, V. (2005). *13M. Multitudes online*. Madrid: Libros de Catarata.
- Sampedro, V. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 66-67, 135-149. Recuperado de <http://www.oei.es/cultura/IdentidadesmediaticasVSampedro.pdf> [Consultado el 28 de agosto de 2015]
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20. doi: 10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x
- Shirazi, F. (2013). Social media and the social movements in the Middle East and North Africa: A critical discourse analysis. *Information Technology & People*, 26(1), 28-49.
- Silverstone, R. (2007). *Media and morality*. Cambridge: Polity.
- Sung-Tae, K. & Young-hwan, L. (2007). New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting. *Korea Journalism Review*, 1(2), 3-29.
- Tarrow, S. (1977). *Poder en movimiento. Movimientos sociales, acción colectiva y política de masas en el estado moderno*. Madrid: Alianza.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Stanford: University Press.
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & society*, 4(2), 249-283.
- Van Dijk, T. A. (2003). *Ideología y discurso: una introducción multidisciplinar*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.
- Van Dijk, T. A. (2012). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of communication*, 57(1), 60-78. doi: 10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x
- Van Leeuwen, T. (2009). Critical discourse analysis. *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*, 1-7.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.

LAURA ALONSO-MUÑOZ es doctoranda en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) y becaria FPI del MINECO. Es Graduada en Periodismo y Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación por la UJI y Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona.

ANDREU CASERO-RIPOLLÉS es profesor titular y director del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castelló. Previamente, ha sido director del Grado en Periodismo. Es doctor por la Universitat Pompeu Fabra. Ha publicado en revistas como *International Journal of Press/Politics, Information, Communication & Society* y *American Behavioural Scientist*, entre otras.

Recibido: 31/10/15

Aceptado: 26/04/16