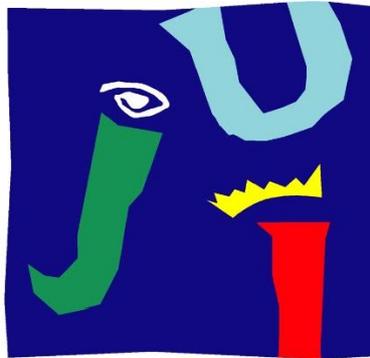


Dinámicas de los medios digitales en el establecimiento de la agenda pública:

El caso del accidente de metro del 3 de julio de 2006 de
Valencia



**UNIVERSITAT
JAUME I**

Laia Barreda Vicent

Grado en Periodismo

Curso 2013/2014

al185572@uji.es

Tutor: Andreu Casero-Ripollés

Índice

Resumen	3
Abstract	3
Palabras Clave	4
Keywords.....	4
1. Introducción	4
1.1 Objetivos e hipótesis	5
2. Revisión de la literatura y marco teórico.....	6
3. Diseño metodológico y muestra	11
4. Accidente del metro 3 de julio de 2006: contextualización y características generales.....	14
5. Exposición de resultados	
5.1 Agenda temática	15
5.2 Principales actores.....	19
5.3 Evolución total de noticias.....	21
5.4 Perfil <i>Twitter</i> de la AVM3J.....	22
5.5 Concentraciones mensuales.....	23
5.6 Seguimiento social de <i>Salvados</i>	25
5.7 Entrevistas en profundidad.....	26
6. Conclusiones	28
7. Referencias	31
Dynamics of digital media in setting public agenda	36
Anexo 1: Entrevistas en profundidad.....	41

Resumen

Las nuevas tecnologías han supuesto un cambio fundamental para el sistema comunicativo, gracias a éstas muchos movimientos sociales consiguen introducir sus temas en la agenda pública, entre ellos el caso del accidente de metro de Valencia del 3 de julio de 2006 y por la Asociación de Víctimas. El objetivo de este artículo es analizar los cambios que se están produciendo en el establecimiento de la agenda pública, en concreto con los temas de los movimientos sociales y cuál es el grado de penetración de dichos temas en los medios y, en última instancia, en la agenda política. La metodología de esta investigación es el estudio de casos, en concreto, el caso del accidente de metro de Valencia. Se ha empleado una técnica híbrida entre el análisis cuantitativo de contenido y diversas entrevistas en profundidad a diferentes perfiles relacionados con el caso. El caso del accidente de metro vuelve a ser un tema principal de la agenda a partir de la emisión del programa de *Salvados* y también a medida que la Asociación de Víctimas ejerce mayor presión social, en el espacio digital y urbano. Sin embargo, a pesar de la popularidad de las redes sociales como *Twitter*, los movimientos sociales continúan necesitando a los medios de comunicación convencionales para llegar a una mayor audiencia y para influir en la agenda política.

Abstract

Information and Communications technology (ICT) have change communication system. They have allowed social movements influence media agenda with their issues. An example of these is the case of Valencia's subway accident 3rd July in 2006 and Victims Association. The aim of this paper is to analyse the changes that are occurring in setting the public agenda, specifically in social movement's issues, to discover the penetration of these issues in conventional media and, finally, in the politic agenda. The methodology of this research is the case study, namely, the case of Valencia metro accident. It was been used a hybrid technique between quantitative content analysis and interviews to different profiles. The subway accident case returns to public agenda after the broadcast television *Salvados* and in the moment when Victims Association exerts more social pressure on the digital and urban space. However,

despite the popularity of social networks like Twitter, social movements still need mass media to reach a wider audience and to influence the political agenda.

Palabras clave: accidente de metro, movimientos sociales, periodismo, agenda pública, AVM3J, redes sociales.

Keywords: social movements, subway accident, journalism, public agenda, social networks, AVM3J.

1. Introducción

En los últimos años han surgido numerosos movimientos que han logrado una gran movilización y visibilidad gracias a Internet. *Twitter* ha sido la herramienta mediante la cual se han movilizado estos movimientos de mayor relevancia mediática como el 15-M, las revueltas de La Primavera Árabe u *Occupy Wall Street*. El sistema de *micro-blogging* permite que millones de personas puedan comunicarse, compartir y organizarse de manera instantánea (Hermida, 2010).

Internet es una buena plataforma para la política informada e interactiva, estimulando la participación política y abriendo nuevas vías de toma de decisiones más allá de las instituciones políticas. En un contexto caracterizado por la crisis de legitimidad política y por la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación tradicionales, la sociedad toma dos posiciones dispares: mientras “una porción sustancial de ciudadanos renuncia a la esperanza en el sistema político, muchos otros asumen métodos alternativos de expresión política, a veces en forma de movimientos sociales” (Sey y Castells en Castells, 2006). Los movimientos sociales emplean las tecnologías digitales para influir en la agenda pública, conseguir visibilizar sus acciones y, en última instancia, interferir en la agenda política.

Con este trabajo, se pretende analizar el grado de influencia que los activistas puedan llegar a tener en los medios de comunicación convencionales introduciendo sus temas en la agenda pública, estableciendo de este modo un nuevo sistema informativo entre los nuevos medios y los tradicionales. Además, se examinará la repercusión política que puedan llegar a tener estos movimientos y si los temas planteados por los activistas consiguen introducirse

en la agenda de los políticos. Conocer la influencia de los movimientos sociales en la agenda mediática y política es fundamental para comprobar si los cambios en el sistema comunicativo provocados por las tecnologías digitales favorecen al sistema democrático, si realmente en un futuro la comunicación será más plural y, sobre todo, si las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) permiten un cambio en las relaciones de poder.

Para resolver esta cuestión se ha optado por el estudio de casos de un movimiento social que se ha convertido en un tema mediático: el caso del movimiento de la Asociación de Víctimas de Metro de 3 de Julio (AVM3J), tiene como objetivo que el accidente de metro de Valencia del 3 de julio de 2006 no se olvide y se haga justicia con sus responsables. La AVM3J es un potencial caso de estudio por diversos motivos:

- Es un movimiento que ha pasado desapercibido en la agenda pública durante años hasta que se han movilizado digitalmente.
- Es un ejemplo de movimiento en el que Internet juega un papel importante.
- Ha conseguido llegar con sus temas a la agenda mediática y política.
- Es un fenómeno que nos permite analizar los cambios que se están produciendo en el sistema comunicativo y político.
- Es un movimiento que ha conseguido visibilidad en la agenda pública gracias a su actividad en Internet y en las redes sociales.
- Se trata de un movimiento que está activo digitalmente pero que también ha conseguido un gran impacto en la esfera *offline*.

1.1 Objetivos e hipótesis

Los objetivos de esta investigación son:

1. Estudiar la relaciones entre los movimientos sociales en red, los medios de comunicación tradicionales y el poder político.
2. Descubrir la penetración de los temas de los movimientos sociales en red en la agenda pública.
3. Analizar los procesos de comunicación de los movimientos sociales y el nuevo panorama comunicativo.

Teniendo en cuenta estos objetivos, y ante la creciente importancia de las tecnologías digitales en el panorama comunicativo y el auge de los movimientos sociales en red en los últimos años, se establecen las siguientes hipótesis:

H1. Los movimientos sociales continúan necesitando a los medios de comunicación convencionales para que su mensaje alcance notoriedad y llegue a una gran audiencia. Las redes sociales e Internet son una herramienta de utilidad para los movimientos sociales pero no son suficientes.

H2. Los movimientos sociales y el activismo ciudadano consiguen influir en cierta medida en la agenda pública gracias, en parte, a las tecnologías digitales.

H3. Los temas de los movimientos sociales logran formar parte de la agenda política cuando coinciden con los intereses de los actores políticos.

2. Revisión de la literatura y marco teórico

Ante la emergencia de un gran número de protestas sociales en los últimos tiempos, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han convertido en una herramienta fundamental de contrapoder puesto que han permitido la creación de un nuevo modelo globalizado alternativo, al que Haro y Sampedro (2011) denominan “nuevos movimientos sociales (NMS)” (p.169). Los avances tecnológicos, la difusión de Internet, las comunicaciones inalámbricas o los medios de comunicación digitales han provocado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global . Lo que Castells (2009) define como “autocomunicación de masas” (p.88). Un nuevo concepto de la antigua comunicación de masas que se ha creado gracias a los avances tecnológicos, pues a medida que se han ido incorporando nuevas formas de comunicación, la sociedad ha construido su propio sistema de comunicaciones de masa a través de blogs, vlogs, podcasts, wikis y redes sociales.

Por lo tanto, las tecnologías digitales han generado nuevas posibilidades informativas para los movimientos sociales, pero también políticas. Les han proporcionado herramientas para ejercer contrapoder al “generar un sistema de medios alternativos con la capacidad de llegar a un número de personas

mediante redes horizontales de comunicación y que se escapan del control de los grupos mediáticos empresariales” (Haro y Sampredo, 2011, p.171; Juris, 2006). Las redes sociales y la telefonía móvil hacen llegar el mensaje de los medios sociales a una gran audiencia sin necesidad de intermediarios, es decir, sin la mediación de los medios de comunicación tradicionales. Además, el receptor del mensaje le concede una mayor credibilidad a la información que fluye por estas redes de confianza que a la de los canales convencionales (Francescutti, Baer, García de Madariaga y López, 2005).

Pero estas tecnologías no les han permitido solo comunicarse, sino también organizarse y coordinarse a gran escala. Las “cibermultitudes” como las denominan Sampredo y Resina (2010) se autoconvocan de forma horizontal, descentralizada y autónoma, transformando la movilización *online* en *offline* e “interfiriendo en procesos de debate o decisión institucionales” (p.153). Si algo define a los movimientos sociales en red es que no generan identidades colectivas. Autores como Lasén y Martínez (2008) proponen el concepto de “masas híbridas politizadas” (p.254) pues no generan ni identidades colectivas duraderas ni formas de organización estables. Se trata de un grupo que solo está unido por la desconfianza hacia los medios de comunicación convencionales y hacia la clase política (Haro y Sampredo, 2011). Además, al no haber una identificación concreta todos se sienten identificados (Candón Mena, 2010).

Este novedoso escenario de comunicación política consolida a las redes sociales y a la comunicación en red como elementos claves para la democracia y la formación de la opinión pública con la superación de las agendas convencionales e institucionalizadas (Sampredo y Resina, 2010) convirtiéndose en herramientas claves para las relaciones de poder instauradas en la mayoría de las instituciones de la sociedad. Como los medios de comunicación convencionales están controlados en gran medida por los gobiernos y las corporaciones, los movimientos sociales ejercen el contrapoder construyéndose a sí mismos en un proceso de comunicación autónoma y libre del control del poder institucional (Castells, 2012).

Algunos académicos consideran que Internet se está convirtiendo en una herramienta poderosa para la expresión de la autonomía política fuera del

sistema político formal (Hague y Loader, 1999; Norris, 2001). Incluso algunos debaten sobre la potencialidad de Internet como medio de avance de la opinión discursiva, referida a la del público como voluntades individuales, frente a la opinión agregada, donde el público que importa es la mayoría (Sampedro, 2000). Mientras unos opinan que Internet favorece la revolución *offline* y la acción política de un modo que antes era impensable (Jones, 2013), para otros este medio consta de unas grandes limitaciones, especialmente si se trabaja en el lado equivocado de la brecha digital (Harlow y Gou, 2014).

Sampedro (2000) también reflexiona sobre la existencia de diferentes tipos de esferas públicas: por un lado, una esfera central (la mayoritaria y compuesta por las instituciones del poder) y por otro, muchas esferas periféricas (minoritarias y formadas por colectivos de la sociedad civil). Entraría, en ese caso, en discusión si Internet supone o no un nuevo espacio para la proliferación de esferas públicas periféricas y donde se favorezca su influencia hasta tal punto de lograr la apertura de la esfera central (Resina, 2010). Para los optimistas (Simone, 2008; Dahlgren, 2005; Bennet, 2003; Friedland, Hove y Rojas, 2006; Benkler, 2006), las tecnologías digitales dan la oportunidad de que emerjan nuevos discursos antes ausentes y se les dé voz a públicos marginados. Internet es un instrumento fuera del tradicional control de las élites. Además, ofrece una alternativa a la *agenda setting* (McCombs, 2006) elaborada por los *mass media* (Savigny, 2002). Por su parte, los más escépticos (Havick, 2000; Mayer, 2001, Steiner, 2005; Glaston, 2003) consideran que las condiciones de carácter socio-económico, como el acceso a la tecnología, y las de naturaleza política, como el sistema electoral y la cultura política, condicionarían los usos de Internet.

Aunque la ciudadanía activa puede encontrar en Internet el medio para sortear los filtros de los medios convencionales y los aparatos de los partidos y también para crear redes con las que afirmar su autonomía colectiva (Sey y Castells, 2006), las tecnologías de la comunicación no son la raíz de los movimientos sociales. “Ni Internet ni ninguna otra tecnología puede ser el origen de una causalidad social” (Castells, 2012, p.218). Los movimientos sociales surgen a causa de unas contradicciones y conflictos de sociedades específicas. Para Castells (2012) los movimientos sociales de nuestra época se basan en gran medida en Internet pero, aunque es un elemento necesario, no es suficiente

para su acción colectiva. Además, las redes sociales y *Twitter* no han inventado el activismo. En la década de los 60 en Estados Unidos se produjeron numerosas movilizaciones sociales sin estas tecnologías (Gladwell, 2010).

Los avances tecnológicos también han originado un nuevo ambiente informativo caracterizado por el aumento del número de actores que intervienen en la producción de noticias y los cambios del flujo informativo (Casero-Ripollés y Feenstra, 2012). El principal cambio ha sido la incorporación de nuevos mercados de noticias más allá de los medios convencionales como los blogs, las redes sociales, los medios alternativos o el *microblogging* (Williams y Delli Carpini, 2011). La proliferación de estos espacios permite que los ciudadanos no solo consuman noticias sino que también puedan producirlas. Este proceso está rompiendo el monopolio de las elites periodísticas y políticas sobre la construcción de las noticias (Casero-Ripollés, 2010) dando lugar a un sistema de noticias híbrido (Chadwick, 2011) entre los medios tradicionales y los nuevos medios (Fenton, 2010; Casero-Ripollés y Feenstra, 2012).

¿Pero en qué medida los movimientos sociales en red interfieren en la agenda mediática? El nuevo sistema mediático híbrido cambia en gran medida las relaciones entre los activistas y los medios de comunicación tradicionales. Se ha roto el monopolio de la información de los medios convencionales y las élites políticas (Casero-Ripollés, 2010). Diversos estudios han concluido que la atención de los medios es vital para extender la protesta y darle visibilidad al movimiento (della Porta, 2011). Esta atención determina el éxito del activismo político e incrementa la relevancia social de las protestas porque la esfera pública todavía está dominada por los medios de comunicación. Por lo tanto, los activistas todavía dependen de los medios convencionales para extender sus mensajes (Harlow y Guo, 2014).

De este modo, algunos académicos consideran que los movimientos sociales en red tienen una influencia limitada en los medios de comunicación (della Porta, 2011; Gamson & Wolfsfeld, 1993; Gitlin, 2003; Rucht, 2004). Los activistas critican a los medios acusándolos de representar los intereses del poder económico y político, por lo que la relación entre ellos y los medios genera tensiones y contradicciones (Fuchs, 2012). En cambio, la información que

producen estos movimientos sociales sí que es capaz de influir en los medios tradicionales, quiénes se ven obligados a incluir las demandas de los activistas en su agenda (Casero-Ripollés y Feenstra, 2012). Finalmente, es una relación de necesidad mutua. Los activistas necesitan a los medios tanto como los medios les necesitan a ellos. Tan solo con los medios virtuales y las redes sociales no podrían llegar a las miles de personas que no son activas digitalmente (Micó y Casero-Ripollés, 2013).

Por su parte, Sampedro (2005) habla de un tipo de “protesta posmoderna” en la que más que un cambio social se está buscando la visibilización. Algunos teóricos de los movimientos sociales (Tilly, 2004; Tarrow, 2005) interpretan que estas redes de activismo son impresionantes a gran escala, alcance y rapidez de la movilización, pero que sus resultados y efectos finales podrían ser muy limitados, a causa de su carácter expresivo y su identificación política flexible (Resina, 2010).

Castells (2012) también manifiesta que la influencia de los movimientos sociales en los políticos y la política depende en gran parte de su contribución a los programas de los políticos. Es decir, tendrá mayor influencia en la política si algunos partidos o líderes asumen algunos de sus temas y reivindicaciones, especialmente cuando consiguen popularidad entre grandes sectores de la ciudadanía ya que resulta difícil que, desde el poder político, se adopten decisiones contra un grupo que disfruta de un importante apoyo social (Castillo Esparcia, García Ponce y Smolak, 2013).

De todos modos, Castells (2012) tampoco considera imposible la relación entre el activismo social y el reformismo político. “Simplemente se oculta a la vista del público mientras los ciudadanos dudan entre deseo y resignación” (p.227). Además, a causa de la efectividad de los movimientos, este espacio es cada vez menos ajeno a las principales organizaciones políticas, que ya han penetrado en estas redes con el objeto de influir en los comportamientos políticos. Incluso muchas de las estrategias introducidas por los movimientos sociales en Internet, son utilizadas después por los políticos (Resina, 2010).

3. Diseño metodológico y muestra

La metodología empleada en esta investigación se basa en el estudio de casos. Se trata de una técnica de investigación cualitativa que se centra en el análisis de la cobertura de un acontecimiento y su evolución durante los años. En concreto, en el caso del accidente de metro de Valencia del 3 de julio de 2006. Se analizará la cobertura mediática y especialmente la actividad comunicativa emprendida por la Asociación de Víctimas de Metro del 3 de julio (AVM3J) en *Twitter*, con el objetivo de analizar y comprender las transformaciones que puede llegar a sufrir la agenda mediática a causa de las acciones de los movimientos sociales en el espacio digital.

El diseño metodológico combina dos técnicas: primero, el análisis de contenido de naturaleza cuantitativa sobre la producción de noticias y la actividad de la AVM3J en *Twitter*; posteriormente, se realizarán una serie de entrevistas en profundidad a miembros de la Asociación, a periodistas de prensa tradicional y a académicos especializados en periodismo y tecnologías digitales. Esta hibridación de técnicas permite analizar con mayor profundidad el caso en cuestión, su repercusión mediática y el alcance de las redes sociales al sistema comunicativo.

Atendiendo al caso del accidente de metro del 3 de julio, el tipo de muestreo es estratégico. En cuanto al análisis de contenido, la muestra temporal es la más destacada. El 28 de abril de 2013 marca un antes y un después mediático para el caso del metro de Valencia. Es este día cuando se emite un episodio del programa *Salvados* en *La Sexta*, con el título de “Los olvidados”, sobre este caso batiendo cifras récord de audiencia social, es decir, en cuanto a su actividad y generación de comentarios en las redes sociales, sobre todo en *Twitter*. A partir de la emisión de este programa, el caso del accidente de metro del 3 de julio se convierte en un tema principal en la agenda pública. Por ello, se ha considerado fundamental establecer un período *pre Salvados* y otro *post Salvados*.

Así mismo, las acciones mediáticas y sociales de la AVM3J han provocado la reapertura del caso judicial el 21 de enero de 2014, después de siete años del accidente. Por esta razón, también se ha considerado conveniente

el análisis mediático durante este período. Finalmente, la muestra temporal en el análisis de las noticias es la siguiente:

- Pre *Salvados*: del 1 de abril al 28 de abril de 2013.
- Post *Salvados*:
 - Del 29 de abril al 26 de mayo de 2013.
 - Del 14 de enero al 10 de febrero de 2014.

En relación a los medios de comunicación analizados, se han escogido dos diarios a nivel nacional, los dos con mayor tirada (*El País* y *El Mundo*) y dos diarios de prensa regional, también los dos con mayor repercusión en la Comunidad Valenciana (*Levante-EMV* y *Las Provincias*). De ellos se ha contabilizado el número de noticias y fuentes sobre el caso del accidente de metro y se han clasificado en tres macro temas (judicial, política y activismo de las víctimas) y dentro de cada macro tema, en diferentes subtemas:

NOTICIAS

JUDICIAL
Reapertura caso judicial
Testimonios proceso judicial
POLÍTICA
Declaraciones políticos PP
Declaraciones oposición
ACTIVISMO VÍCTIMAS
Concentraciones ciudadanas
Acciones ante instituciones políticas
Presiones mediáticas/ Documental
Presiones ante proceso judicial

FUENTES

JUDICIAL
Actores judiciales
Testigos caso
Fuentes FGV
POLÍTICA
Actores políticos PP
Actores oposición PSPV
Actores oposición EUPV
Actores oposición Compromís
Otros partidos
ACTIVISMO VÍCTIMAS
Miembros de AVM3J
Miembros sociedad civil

Finalmente, han resultado un total de 212 noticias y 412 fuentes de todos los diarios y períodos analizados.

Por otro lado, se ha estudiado la actividad de la cuenta de la AVM3J en *Twitter* (@avm3j) mediante la herramienta de monitorización MetricSpot¹ en la que se analiza su influencia, repercusión y eficiencia en el medio digital.

¹ www.metricspot.com

También, se han medido el número de *tweets* con los *hashtags* #0responsables y #el3todosalaplaza, los dos principales *hashtags* emitidos por la Asociación de Víctimas, del 3 al 5 de cada mes durante un año, comenzando en febrero del 2013 hasta febrero de 2014. Se han seleccionado estos días con el motivo de las concentraciones que las víctimas realizan todos los meses el día 3 para pedir justicia, considerando que, durante estos días, se alcanza la mayor actividad en las redes sociales por parte la Asociación. Además, se trata de una acción de gran relevancia social y de periodicidad mensual.

El análisis de los *hashtags* se ha realizado mediante la herramienta de monitorización Topsy². La única herramienta de monitorización que permite recuperar los *tweets* del 2013 de manera gratuita. Sin embargo, Topsy ofrece una limitación de *tweets* (un máximo de 100 *tweets* por período analizado) pero sí que aparece el número de *tweets* generados por cada *tweet*, en forma de respuesta (*replies*) y que siguen utilizando el mismo *hashtag*. La cantidad de *tweets* se ha comparado con el número de noticias publicadas por los cuatro diarios analizados durante el mismo período de tiempo: del 3 al 5 de cada mes durante un año.

Además, ante la relevancia y audiencia social que provocó el episodio de “Los Olvidados” de *Salvados* se ha considerado necesario el análisis del *hashtag* creado por el programa (#olvidados) y también la actividad de los *hashtags* de la Asociación ya comentados durante la emisión del programa, el 28 de abril de 2013. Los datos para este análisis se han extraído de una entrada del blog de Tuitele³.

Para finalizar se han realizado 6 entrevistas en profundidad a diferentes perfiles con el objetivo de comprender los cambios del sistema comunicativo a causa de las nuevas tecnologías y las relaciones entre los movimientos sociales, los medios de comunicación convencionales y el sistema político. Por tanto, conocer las relaciones entre periodistas, activistas y políticos. Las entrevistas se han realizado durante el mes de mayo de 2014. Se ha preguntado a tres miembros de la Asociación de Víctimas, Beatriz Garrote, actual presidenta de la

² www.topsy.com

³ <http://blog.tuitele.tv/post/49249339577/salvados-y-la-importancia-del-seguimiento-en-directo-en>

Asociación; Rosa Garrote, secretaria de la Asociación, y Patricio Monreal, miembro de la Asociación; a dos periodistas de prensa tradicional, Xavier Borrás, redactor jefe de *El Mundo* Valencia, y Josep Torrent, director de *El País* en Valencia, y a Jordi Pérez Llavador, profesor titular de Comunicación y Periodismo en la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia.

4. Accidente del metro 3 de julio de 2006: contextualización y características generales

El 3 de julio de 2006 se producía en Valencia el accidente más grave de metro de la historia de España en el que murieron 43 personas y 47 resultaron heridas. Una unidad de tren de la red de Ferrocarriles de la Generalitat Valenciana (FGV) de la línea 1 que transportaba a unas 150 personas descarriló en una curva cercana a la estación de Jesús. Según la versión oficial, la causa del accidente fue el exceso de velocidad del tren. Sin embargo, ha habido varias críticas sobre las medidas de seguridad.

Los sindicatos ferroviarios y algunos partidos políticos de la oposición pidieron la apertura de una comisión de investigación. En esta comisión, que duró pocos días, declararon varios técnicos de FGV quienes manifestaban que la causa del accidente fue un error humano del maquinista, quien había fallecido en el accidente. El resultado fue que ningún político ni ningún técnico asumió ninguna responsabilidad por el accidente. Por otro lado, se abrió una investigación judicial para determinar las posibles responsabilidades penales y finalmente se archivó el caso por falta de pruebas. La misma semana del accidente, Valencia esperaba la visita del Papa. El mismo día del accidente, Canal 9 no interrumpió su programación y en el informativo se le dedicó más minutos a la visita del Papa que al accidente.

Por su parte, los familiares de las víctimas decidieron formar una asociación ante el fracaso de la comisión de investigación y del sobreseimiento judicial del caso. La Asociación de Víctimas Metro 3 de Julio (AVM3J) solicitó ser recibida por el presidente de la Generalitat, entonces Francisco Camps, quien nunca aceptó entrevistarse. Por otro lado, algunos afectados denunciaron que Juan Cotino, actual presidente de las Cortes Valencianas, había visitado a las víctimas ofreciéndoles trabajo y preguntándoles si pensaban denunciar a FGV.

Además, la asociación decidió realizar una concentración el tercer día de cada mes en la Plaza de la Virgen de Valencia para que el caso no fuera olvidado.

Sin embargo, el caso ha pasado desapercibido a lo largo de los años hasta que varios medios de comunicación publicaron noticias e investigaciones que suscitaron que se reabriera el debate sobre el accidente: en marzo de 2012 el periódico *El Mundo* publicó una noticia según la cual FGV había contratado a la consultora HM & Sanchís para preparar los testimonios de los técnicos para que eximieran de toda responsabilidad a la misma. De hecho, en octubre de 2012 destituyen a Marisa Gracia, gerente de FGV, por la supuesta manipulación y la imputan por los contratos con las empresas que habrían ayudado a maquillar el accidente. Y a principios de 2013, se publicaron varios reportajes audiovisuales, uno elaborado por la propia Asociación de Víctimas y otro en el programa *Salvados*, en los que se ponía en duda la versión oficial del accidente.

Tras la emisión del programa de Jordi Évole el 28 de abril de 2013, la manifestación convocada por la Asociación el 3 de mayo reunió a 5.000 personas. El 17 de mayo de 2013 la fiscalía reabrió la investigación sobre el accidente pero el 17 de septiembre la juez del Juzgado de Instrucción número 21 de Valencia desestimó la petición de la fiscalía de reabrir el caso al considerar que ésta no había aportado ningún argumento novedoso. Sin embargo, la Asociación de Víctimas recurrió la decisión ante la Audiencia de Valencia, que volvió a abrir el caso el 21 de enero de 2014 al considerar que había nuevas pruebas. Además, la Asociación también llevó el caso al Parlamento Europeo con la colaboración de algunos políticos de la oposición.

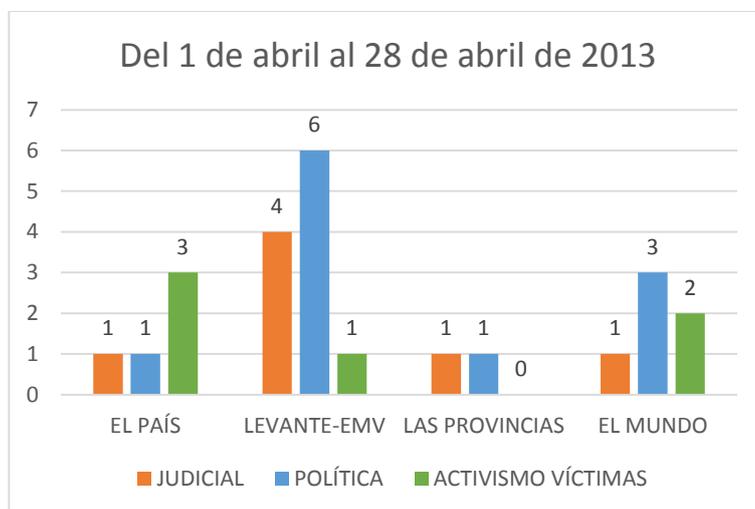
5. Exposición de resultados

5.1. Agenda temática

Respecto a la agenda temática se encuentra una clara diferencia entre el período Pre *Salvados* y los dos períodos Post *Salvados*, especialmente en cuanto al número de noticias sobre el caso del accidente de metro. En el primer período, del 1 al 28 de abril de 2013, el total de noticias sobre este caso en los cuatro diarios analizados es de 24. Mientras que, después de la emisión del programa de *La Sexta* la repercusión mediática incrementa notablemente: del 29

de abril al 26 de mayo de 2013 se publican 97 noticias y 12 artículos de opinión y del 14 de enero al 10 de febrero de 2014, son 91 noticias y 1 artículo de opinión.

Gráfico 1. Agenda temática Pre *Salvados*. Número de noticias. (N=21)



Como se puede observar en el gráfico 1, las noticias sobre política (11 noticias, 45,8%) son las que más relevancia alcanzan durante este período en la mayoría de los medios analizados, sobre todo en *Levante-EMV* y en *El Mundo*, puesto que son los dos diarios que más se hacen eco del tema. Dentro del grupo temático de política predominan las noticias sobre declaraciones de políticos del PP frente a las de declaraciones de la oposición: En *Levante-EMV*, 4 noticias sobre el PP y 2 de la oposición, y en *El Mundo*, 2 del PP frente a 1 de la oposición. Tanto en *El País* como en *Las Provincias*, la única noticia sobre política también se trata de declaraciones de políticos del PP.

El grupo temático de judicial (7 noticias, 29,2%) es el siguiente de mayor relevancia, pero en ningún caso se trata de noticias sobre la reapertura del caso judicial, sino de testimonios que aportan nuevas pruebas al caso. Y en cuanto a las noticias sobre activismo de las víctimas (6 noticias, 25%) es necesario destacar que ninguna de ellas es sobre las concentraciones en el espacio público ni sobre presiones ante instituciones políticas. Las tres de *El País* y las dos de *El Mundo* son sobre presiones mediáticas, es decir sobre la publicación del documental de 0 responsables y el programa de Jordi Évole. Solo la noticia de *Levante-EMV* es sobre las presiones de la Asociación ante el proceso judicial.

En cuanto al siguiente período (gráfico 2), el primero después de la emisión de *Salvados*, dominan todavía con mayor relevancia las noticias de carácter político (50 noticias, 51,5%) respecto al período anterior, seguidas por las de temática judicial (28 noticias, 28,9%) y de activismo de las víctimas (19 noticias, 19,6%), quienes pierden difusión.

Gráfico 2. Agenda temática Post *Salvados* (28 de abril-26 mayo). Número de noticias (N=97)



Dentro del grupo temático de política continua dándose mayor difusión en todos los diarios analizados a las declaraciones de los políticos del PP, en un 72% (36 noticias) respecto a la totalidad de las noticias de política (50), frente a las de la oposición, con un 28% (14 noticias).

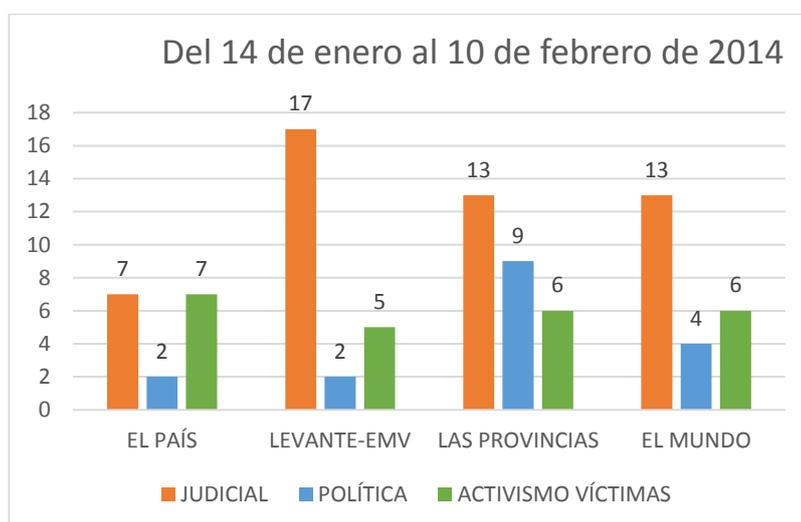
En cuanto a las noticias judiciales no todos los diarios son tan unánimes como ocurre con política. En total, predominan, aunque con poca diferencia, las noticias sobre la reapertura del caso judicial (15 noticias, 53,6%) frente a las de los testimonios del proceso judicial (13 noticias, 46,4%). Sin embargo, *Levante-EMV* y *El Mundo* publican más noticias sobre testimonios (9 y 4 noticias, respectivamente) que sobre la reapertura del caso (7 y 3 noticias, respectivamente). Mientras que ni *El País* ni *Las Provincias* publican ninguna sobre los testimonios del proceso judicial.

En general, durante este período, el grupo temático de activismo de las víctimas (19 noticias) está más repartido. Las acciones ante instituciones políticas suponen el 42,1% (8 noticias); las concentraciones ciudadanas, el

26,3% (5 noticias); las presiones mediáticas, el 21,1% (4 noticias), y las presiones ante el proceso judicial, el 10,5% (2 noticias).

Finalmente, en el último período de *Post Salvados* (gráfico 3), se produce un cambio significativo: las noticias del grupo temático judicial son las predominantes (50 noticias, 54,9%), seguidas de las del grupo de activismo de las víctimas (24 noticias, 26,4%) y por último, las de temática política (17 noticias, 18,7%). Las razones de este cambio son la reapertura del caso judicial el 21 de enero de 2014 y también la presión política de la Asociación de Víctimas quienes deciden llevar el caso ante el Parlamento Europeo.

Gráfico 3. Agenda temática *Post Salvados* (14 de enero- 10 febrero). Número de noticias. (N=91)



En el grupo temático judicial, los cuatro diarios publican más noticias sobre los testimonios del proceso judicial (36 noticias, 72%), es decir, todas las declaraciones de testigos y nuevas pruebas del caso, frente a las noticias sobre la reapertura del caso judicial (14 noticias, 28%), las cuales también son importantes porque es en este período cuando se reabre el caso judicial. Una noticia que cubren los cuatro diarios.

El bloque del activismo de las víctimas gana difusión en este período en todos los medios analizados. Los subtemas más destacados son las presiones ante el proceso judicial (10 noticias, 41,7%), seguidas de las acciones ante instituciones políticas (9 noticias, 37,5%), entre las que destaca la actuación de la AVM3J de llevar el caso ante el Parlamento Europeo. Después, las

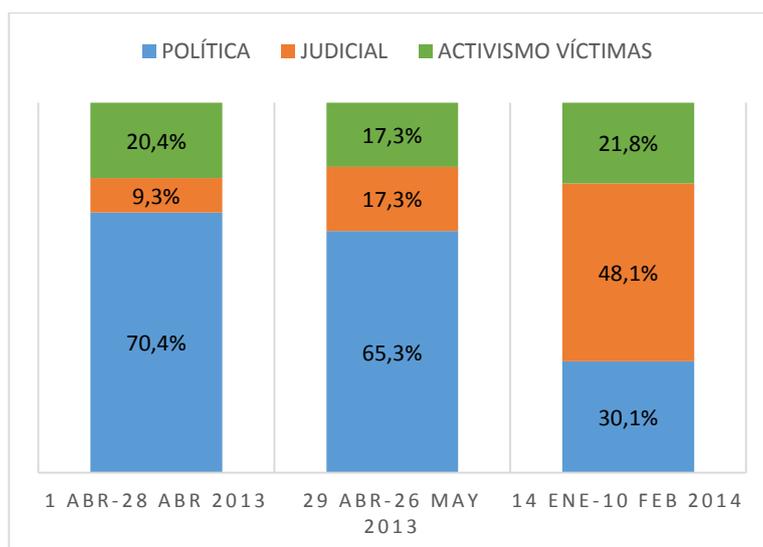
concentraciones ciudadanas (3 noticias, 12,5%) y las presiones mediáticas (2 noticias, 8,3%).

Finalmente, el bloque político está más repartido en este período: 10 de las 17 noticias publicadas pertenecen a declaraciones de políticos del PP (58,8%) y 7 noticias, a declaraciones de la oposición (41,2%).

5.2. Principales actores

El análisis y la clasificación de las fuentes principales en las noticias analizadas recalca la importancia de cada bloque temático en cada período. Los actores principales y los temas están relacionados de manera directa: cuando las noticias que predominan son del bloque político, por ejemplo, las fuentes predominantes también serán actores políticos.

Gráfico 4. Evolución de las fuentes. Número total de fuentes (%) (N=412)



En el gráfico 4 se puede observar la evolución en relación al protagonismo de los diferentes actores en cada período analizado. Como ocurría con los temas de las noticias en el punto anterior, los dos primeros períodos son predominantemente políticos y esto también ocurre con las fuentes. En el primer período, las fuentes políticas son las mayoritarias (38 fuentes, 70,4%). Se siguen manteniendo en gran medida en el segundo período (132 fuentes, 65,3%) y pierden protagonismo en el último período (47 fuentes, 30,1%) frente a las fuentes judiciales. Son éstas últimas las que van ganando relevancia en los dos períodos Post *Salvados* frente al primero en el que tan solo representan el 9,3%

(5 fuentes) del total. Después, aumentan en el segundo período (35 fuentes, 17,3%) en detrimento de las de activismo de las víctimas (35 fuentes, 17,3%), que descienden del período Pre *Salvados* (11 fuentes, 20,4%). Es en el último período cuando las fuentes de ámbito judicial se vuelven predominantes (75 fuentes, 48,1%) y también aumentan las del bloque de activismo de las víctimas (34 fuentes, 21,8%)

Tabla 1. Tipología de fuentes. Número de fuentes.

	1 ABR- 28 ABR 2013	29 ABR- 26 MAY 2013	14 ENE-10 FEB 2014
POLÍTICA	38	132	47
Actores políticos PP	13	63	23
Actores oposición PSPV	5	39	9
Actores oposición EUPV	6	15	7
Actores oposición Compromís	14	15	5
Otros partidos	0	0	3
JUDICIAL	5	35	75
Actores judiciales	1	11	30
Testigos caso	0	6	24
Fuentes FGV	4	18	21
ACTIVISMO VÍCTIMAS	11	35	34
Miembros de AVMJ	8	24	28
Miembros sociedad civil	3	11	6
TOTAL FUENTES	54	202	156

Según los datos de la tabla 1, los actores políticos del PP imperan sobre el resto de actores en casi todos los períodos analizados, a excepción del primero, donde los superan los actores de Compromís por una fuente. Las fuentes de la oposición están repartidas de manera desigual, en algunos períodos como el segundo abundan las fuentes del PSPV y otras como el primero, las de Compromís. En cuanto a las fuentes de ámbito judicial, predominan en los dos primeros períodos las fuentes de FGV mientras que en el último pierden relevancia frente a las otras dos tipologías. Y respecto a las fuentes del activismo de las víctimas dominan con una clara diferencia los miembros de la Asociación frente a los miembros de la sociedad civil en todos los períodos.

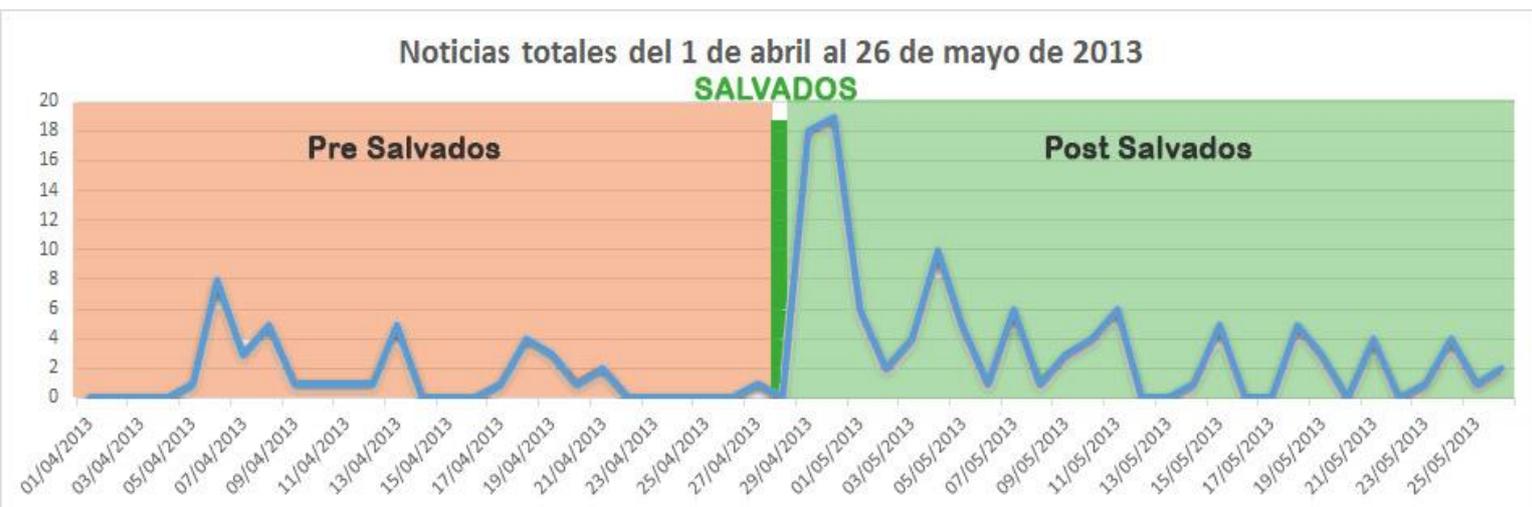
El número y la tipología de fuentes de cada diario es muy similar al número de noticias analizadas en el primer punto. Cuanto más noticias, más fuentes. Si hay más noticias de carácter político, hay más fuentes de este ámbito. Además, tampoco se produce una distinción de un medio a otro a favor de un partido político u otro de modo que distorsione el cálculo total. Se observa esta relación

entre los diferentes períodos: en los dos primeros períodos que predominaban las noticias de temática política, son las fuentes políticas las más abundantes. Y en el último período, en el que se produce el cambio y el mayor número de noticias son de ámbito judicial, las fuentes predominantes también son de este ámbito.

5.3. Evolución total de noticias

En la recopilación de las noticias se ha apreciado la gran diferencia entre los diferentes períodos analizados, sobre todo entre Pre *Salvados* (21 noticias) y el primer período Post *Salvados* (97 noticias). Por ello se ha considerado relevante hacer un análisis diario del total de noticias desde el 1 de abril hasta el 26 de mayo de 2013.

Gráfico 5. Evolución del número de noticias diarias. Pre *Salvados* y Post *Salvados* (29 de abril al 26 de mayo) (N=149)



Como se aprecia en el gráfico 5, durante el período Pre *Salvados* la cantidad de noticias diarias sobre el caso del accidente de metro eran mínimas, incluso hay días en los que no se publica nada al respecto. Uno de los únicos días en los que se producen más noticias es el 6 de abril (8 noticias) y la razones son las declaraciones de Marisa Gracia ante la jueza y su doble imputación.

El principal pico se produce los días 29 y 30 de abril, justo después de la emisión del programa de *Salvados*. El 29 se publican 18 noticias y el 30, 19 informaciones. Aquí se observa la importancia mediática que supuso el programa de Jordi Évole. El segundo punto más relevante es el día 4 de mayo,

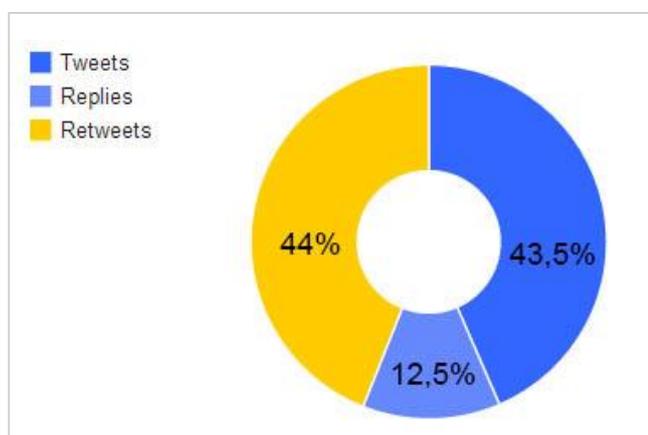
el día siguiente de la concentración más multitudinaria de todas las que ha organizado la Asociación de Víctimas, en la que acudieron más de 5.000 personas exigiendo responsables por el accidente de metro. Después de este momento, hay una regularidad de publicaciones de noticias diarias, superior al período Pre *Salvados*.

5.4. Perfil *Twitter* de la AVM3J

La Asociación de Víctimas del Metro de 3 de julio emplea la red social *Twitter* como una de las herramientas principales para su acción como movimiento social. A fecha de 11 de mayo de 2014, el perfil de la AVM3J (@avm3j) tenía 6.656 seguidores, seguía a 11 y había publicado más de 3.700 *tweets*.

El perfil de *Twitter* de la Asociación se ha analizado con la herramienta MetricSpot el 29 de abril de 2014. Según estos datos, la cuenta tiene 2 años de antigüedad y tiene una frecuencia de 4,47 *tweets* diarios.

Gráfico 6. *Tweets* @avm3j (N=200)



FUENTE: MetricSpot: <http://www.metricspot.com/@avm3j>

Como se distingue en el gráfico 6, la mayor parte del contenido del perfil de la AVM3J son *tweets* propios y *retweets* de otras cuentas. Pero lo más destacable de su perfil es el elevado grado de influencia que tienen sus *tweets*. De todos los *tweets* publicados por @avm3j, el 93% son retuiteados y el 72% marcados como favoritos.

Imagen 1. Tweets populares de @avm3j

Tweets Populares



Tweet Text	Retweets	Favoritos
3 de Maig de 2013 es va omplir la plaça per primera vegada. Ajuda'ns a que es repetisca aquesta imatge. Vine a la plaça http://t.co/JXLgMoeNxW	107	27
“La juez nos lo está poniendo difícil”, denuncian las víctimas del metro http://t.co/5gYwCNpRXB vía @el_pais	60	20
Hoy nuestro recuerdo para las víctimas y familiares del atentado #11M @asociacion11m http://t.co/Gilsejwemv	44	22

FUENTE: MetricSpot: <http://www.metricspot.com/@avm3j>

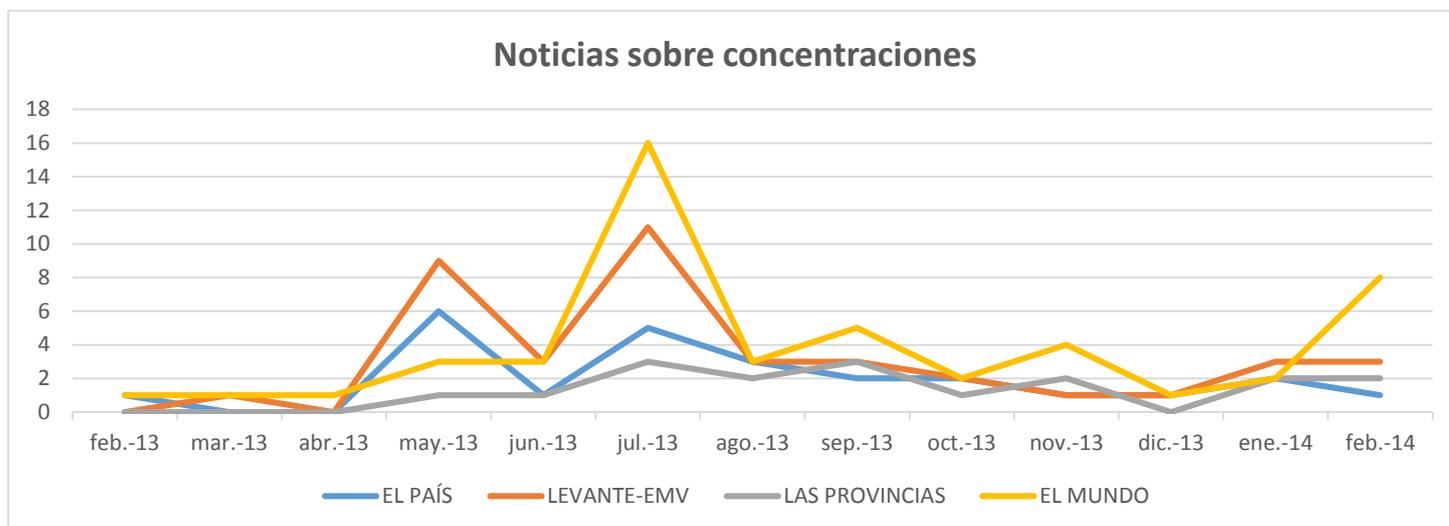
En la imagen 1, se aprecian los *tweets* con mayor influencia de los 200 analizados a fecha del 29 de abril. Es destacable que el más influyente sea un llamamiento a la concentración del tercer día de cada mes con 107 *retweets* y 27 favoritos.

En cuanto a los *hashtags*, solo un 23% (46 *tweets* de 200) de los *tweets* publicados por @avm3j los incorporan, y de ellos el más común es #0responsables (10 *tweets*), seguido de #comisióninvestigación y #el3totsalaplça, con 4 *tweets* cada uno, mientras que #el3todosalaplaza se emplea en tan solo 2 *tweets* de los 200 analizados.

5.5. Concentraciones mensuales

Como ya se ha comentado, una de las principales acciones de presión ciudadana emprendida por la Asociación de Víctimas son las concentraciones en la plaza de la Virgen en Valencia. Para conocer la influencia del movimiento en la agenda mediática es importante analizar el número de noticias publicadas por los medios de comunicación convencionales sobre las concentraciones durante los días 3 y 5 de cada mes durante un año, de febrero de 2013 a febrero de 2014.

Gráfico 7. Número de noticias mensuales sobre concentraciones (Febrero 2013- Febrero 2014)

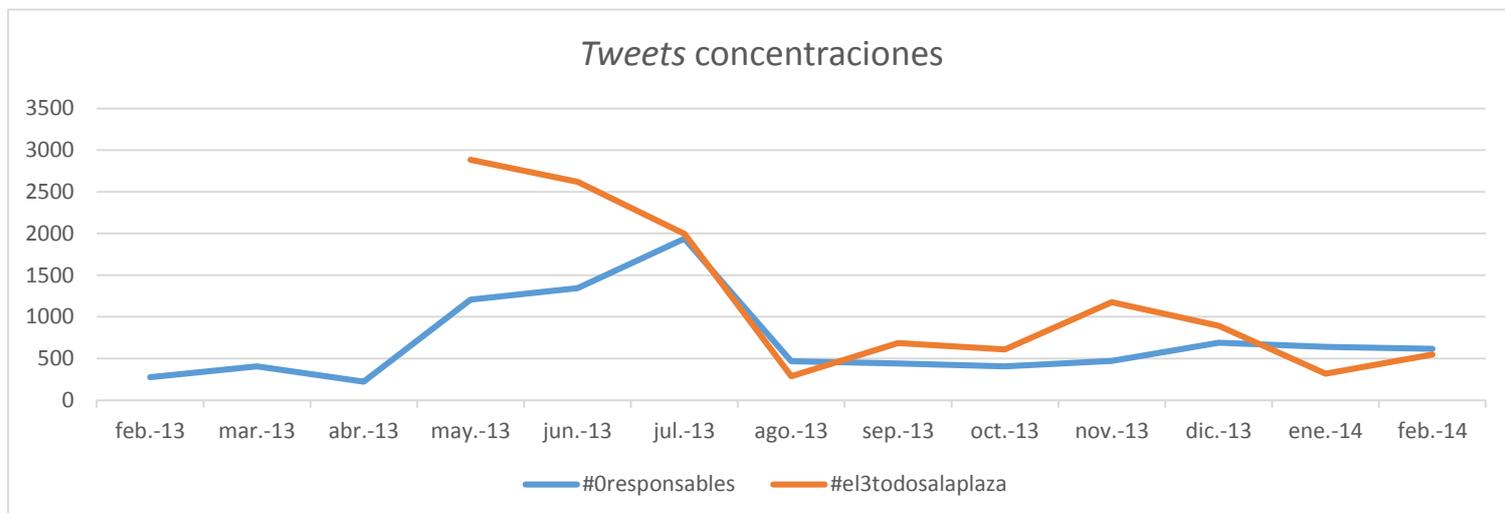


El número de noticias sobre las concentraciones de la Asociación antes del mes de mayo de 2013 era ínfimo (gráfico 7). Es justo después de la emisión del programa de *Salvados* cuando aumenta, coincidiendo con la mayor audiencia ciudadana en la concentración del 3 de mayo. Éste es el motivo del pico de mayo de 2013 de prácticamente los cuatro diarios. Tras ello, se produce un descenso en el siguiente mes porque el número de asistentes a la concentración desciende y después vuelve a subir registrando el máximo de noticias en julio de 2013, el mes en el que se cumplían siete años del accidente de metro. El máximo de noticias es del diario *El Mundo* (16), seguido por *Levante-EMV* (11 noticias), *El País* (5 noticias) y *Las Provincias* (3 noticias).

A partir de este punto, el número de noticias desciende pero se mantiene superior a los meses antes de *Salvados* de manera regular. Solo *El Mundo* experimenta una subida destacable en febrero de 2014 (8 noticias), a causa de la reapertura judicial del caso. En aspectos generales, *El Mundo* y *Levante-EMV* son los que mayor difusión dan a las concentraciones.

En cuanto a los *hashtags* (gráfico 8), los mayores puntos también son los meses de mayo y julio de 2013, pero a diferencia de las noticias, el mes de junio también registra un gran número de *tweets*.

Gráfico 8. Tweets de #el3todosalaplaza y #0responsables durante el período de las concentraciones. (Febrero 2013- Febrero 2014)



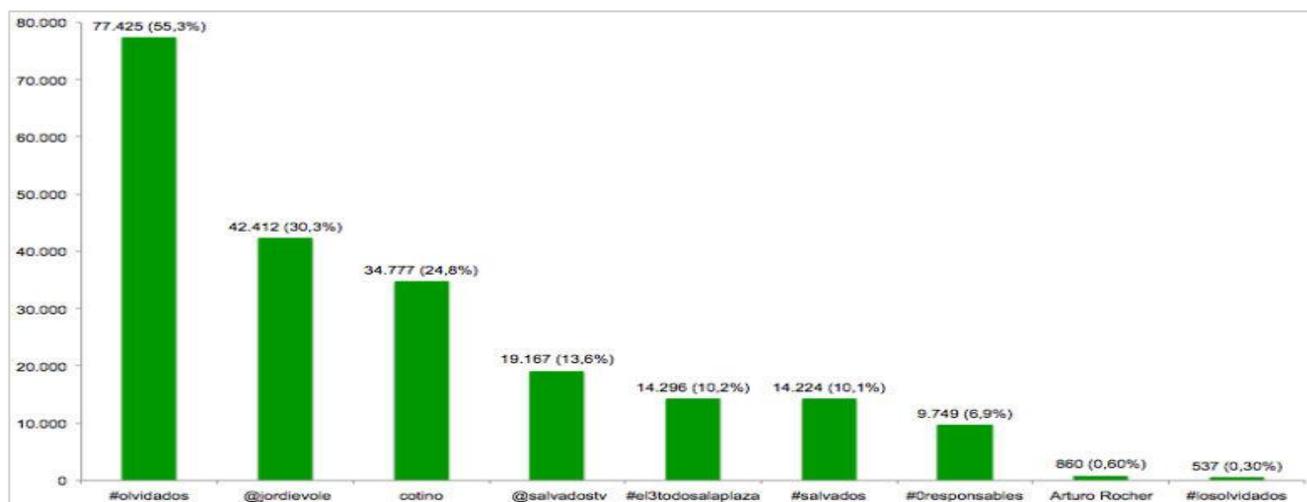
El *hashtag* #el3todosalaplaza se inicia en el mes de mayo, ya que no aparecen resultados anteriores en la herramienta empleada para el análisis (Topsy), y es en este mes cuando registra el valor más alto del período analizado (2.884 *tweets*). A partir de aquí comienza a descender manteniéndose en valores muy elevados: junio (2.618 *tweets*) y en julio (1.997 *tweets*). Mientras que, por otro lado, el *hashtag* de #0responsables sí que tiene actividad durante los meses Pre *Salvados*, a causa de la emisión de la serie de documentales filmados por la comisión de investigación ciudadana, 0 responsables. Incrementa el número de *tweets* en mayo (1.207) y lo sigue haciendo hasta julio, donde registra su máximo (1.937 *tweets*). Muchos de los *tweets* analizados incorporan ambos *hashtags*, por lo que sumar los resultados de los dos no mostraría un dato real sobre todos los *tweets* publicados.

5.6. Seguimiento social de *Salvados*

La audiencia social que registró el programa de “Los olvidados” de *Salvados* batió cifras récord de la temporada: más de 139.900 comentarios y 47.213 espectadores sociales, a un ritmo de 756 comentarios/minuto de media, y un share social del 57,4%⁴.

⁴ Datos de Tuitele.tv: <http://blog.tuitele.tv/post/49249339577/salvados-y-la-importancia-del-seguimiento-en-directo-en>

Gráfico 9. Número de comentarios en *Twitter*



FUENTE: Tuitele.tv: <http://blog.tuitele.tv/post/49249339577/salvados-y-la-importancia-del-seguimiento-en-directo-en>

En el gráfico 9 se puede ver el número de comentarios en los que aparece cada *hashtag* así como el porcentaje sobre el número total de comentarios. Además del *hashtag* oficial del programa (*#olvidados*), tienen relevancia los producidos por la Asociación: *#el3todosalaplaza* (14.296 comentarios) y *#0responsables* (9.749 comentarios). Y en cuanto a menciones, es necesario destacar la de “Cotino” (con 34.777 comentarios), quien apareció en los últimos minutos del programa pero ofreció en minuto de oro social con 3.426 comentarios/minuto.

5.7. Entrevistas en profundidad

La tecnología digital y las redes sociales son una herramienta de gran utilidad para los movimientos sociales ya que permiten el contacto directo con los seguidores del movimiento y un medio propio para difundir sus mensajes. Sin embargo, para que sus temas consigan llegar a la agenda pública es necesario que un medio de comunicación convencional se haga eco.

Aunque las redes sociales sirvan para difundir mensajes el verdadero poder de convocatoria lo tiene la televisión. En nuestro caso, fue decisiva la emisión del programa de *Salvados*. (Rosa Garrote).

Antes de la emisión de *Salvados*, hemos recibido numerosos apoyos e iniciativas increíbles, pero el mensaje seguía sin llegar a la mayoría de la sociedad, con lo que si es necesario un medio de comunicación tradicional, sobre todo la televisión. (Patricio Monreal).

Las redes sociales proporcionan un espacio público en el que reflejar la crítica de los ciudadanos y opinar sobre los temas de actualidad. Por su parte, los medios digitales, como los blogs, de cada movimiento son útiles cuando la sociedad ya conoce la acción de los activistas, pues les permite difundir su versión sin necesidad de intermediarios. Pero no siempre las acciones en las redes sociales logran que un tema vuelva o se incorpore a la agenda pública.

Las redes sociales son un buen medio para realizar la crítica ciudadana y que las noticias se propaguen rápidamente. (Beatriz Garrote)

Cuando se hacen convocatorias por las redes sociales la audiencia no es masiva. Todavía están en un proceso de crecimiento y desarrollo y tal vez en un futuro sí que serán importantes pero todavía no. (Josep Torrent)

La influencia directa que estas herramientas digitales tienen sobre el establecimiento de la agenda pública de manera autónoma todavía es débil. Estos medios no tienen un gran impacto sobre los medios de comunicación convencionales a causa, en parte, de que para muchos periodistas sean un espacio lleno de rumores, sobresaturación de información y opiniones sin validez.

Twitter, por ejemplo, es como un bar, en el que puedes escuchar de todo. Verdades, mentiras, cotilleos, infamias... Muy pocos *bloggers* tienen la capacidad de establecer agenda si su blog no está enganchado a una página web de un medio. Además, los medios digitales y las redes sociales solo se alimentan de lo que producen los medios tradicionales. (Xavier Borrás)

En las redes sociales como Twitter y Facebook hay mucho ruido, sirven para informarse pero tienen mucha desinformación. Cualquiera puede escribir lo que le dé la gana, por ello hay que ir con mucho cuidado para considerar lo que es y lo que no es información. (Josep Torrent)

Sin embargo, los medios digitales están cambiando el sistema comunicativo. Actualmente conviven dos sistemas: el convencional, antes considerado como de masas, y el de red (Fenton, 2010; Casero-Ripollés y Feenstra, 2012). Cada uno de ellos con sus propias características y lógicas. A pesar de que algunos periodistas no confían en las redes sociales, otros las están empezando a utilizar como fuentes de información.

Cada vez más, los periodistas acuden a las redes y a los blogs como fuentes de información y eso permite que algunos temas se cuele, quizá el más celebrado de todos en España sea el asunto de los desahucios. (Jordi Pérez)

La tecnología digital tampoco tiene una influencia directa y autónoma sobre los actores políticos. Todavía son los medios de comunicación los que pueden llegar a repercutir con sus temas en la agenda política, y una vez los políticos lo hayan incorporado a su agenda, tendrá mayor relevancia en la agenda pública (Castells, 2012).

Las revelaciones de *El Mundo* contribuyeron a movilizar a una sociedad que había pasado olímpicamente de las víctimas. Los medios de comunicación han tenido un papel decisivo en el cambio de criterio de políticos, fiscales y jueces. (Xavier Borrás)

La lógica de la política institucionalizada únicamente ofrece dos posibilidades al respecto: o el tema les interesa o se ven forzados a tratarlo. (Jordi Pérez)

6. Conclusiones

A pesar de las investigaciones más optimistas (Simone, 2008; Dahlgren, 2005; Bennet, 2003; Friedland, Hove y Rojas, 2006; Benkler, 2006) que determinaban que Internet y las tecnologías digitales suponían un nuevo escenario de proliferación de esferas públicas periféricas que podían influir en la esfera central (Resina, 2010), todavía es muy débil el poder que tienen las redes sociales en el establecimiento de la agenda pública de manera autónoma. Savigny (2002) determinaba que los medios digitales pueden ofrecer una alternativa a la *agenda setting* de los medios convencionales, y aunque así sea, los temas de los medios “no convencionales” no suelen alcanzar la notoriedad social e influir directamente en la agenda pública.

Los movimientos sociales en red consideran esencial su acción en las herramientas digitales (Castells, 2012) pero ésta, de forma exclusiva, no es suficiente para su acción colectiva. La tecnología digital ha facilitado la revolución *offline* (Jones, 2013) pero todavía es necesario en gran medida la difusión mediática convencional para darle visibilidad al movimiento (Harlow y Guo, 2014; della Porta, 2011). El caso del accidente de metro es un ejemplo de ello. A pesar de la continua actividad digital de la Asociación de Víctimas, fue imprescindible

la emisión del programa de *Salvados* para ser parte de la opinión pública y conseguir mayores movilizaciones en el espacio urbano.

La esfera pública todavía está dominada principalmente por los medios de comunicación convencionales (Harlow y Guo, 2014) pero algunos académicos (Casero-Ripollés y Feenstra, 2012) consideran que las herramientas digitales van ganando influencia poco a poco, pero de manera continuada, en el establecimiento de la agenda de los medios de comunicación, quienes se ven obligados a incluir las demandas de los activistas.

Para algunos académicos (Casero-Ripollés y Feenstra, 2012; Wiliam y Delli Carpini, 2011) las tecnologías digitales también han permitido una mayor proliferación del número de actores más allá de las fuentes oficiales que intervienen en el proceso informativo. Aunque en las noticias analizadas continúan siendo las fuentes oficiales, tanto políticas como judiciales, las más dominantes, sí que es destacable una tendencia a incrementar la visibilidad de los activistas. La relación entre los periodistas y los activistas es de independencia y necesidad mutua (Micó y Casero-Ripollés, 2013). Mientras que los primeros los necesitan para abordar todas las perspectivas de una información, los segundos los requieren para que sus mensajes logren una mayor difusión.

Algunos de los temas de los movimientos sociales consiguen formar parte de la agenda de los políticos, pero esta inserción depende en gran medida de la contribución de los temas del movimiento al programa político (Castells, 2012) o que dicho tema ya haya alcanzado notoriedad en la esfera pública y un respaldo social (Castillo Esparcia, García Ponce y Smolak, 2013). En el caso del metro de Valencia, el tema estuvo presente de manera regular en la agenda de la oposición pero se necesitó el programa de *Salvados* para que el Gobierno Valenciano respondiese.

Esta investigación presenta algunas limitaciones en relación a la acotada muestra de estudio. Al no analizar todos los diarios no se puede evaluar de manera total la difusión mediática del accidente de metro de Valencia. Lo mismo ocurre con el análisis de las herramientas digitales. En esta investigación, se ha analizado exclusivamente la actividad de *Twitter* de la Asociación y, en menor

medida, la repercusión social en esta red del programa *Salvados*, pero no se ha estudiado su actividad en *Facebook* y en su blog, también muy activos en ambas plataformas. La muestra temporal también limita los resultados de la investigación. Habría sido relevante comparar la repercusión mediática durante los años antes de la crisis y previos a la proliferación de las herramientas digitales con la actual, en la que las redes sociales se están convirtiendo en protagonistas. De este modo, se podría ilustrar como los medios digitales están modificando el sistema comunicativo, si se están convirtiendo en fuentes fiables y el grado de influencia en el establecimiento de la agenda pública. Las entrevistas en profundidad también presentan sus limitaciones al haberse realizado nada más que seis entrevistas, por lo que no se contraponen muchas versiones. Además, la metodología del estudio de casos también limita los resultados. Las características del caso del accidente de metro no tienen por qué ser idénticas en todos los casos similares, pero sí se puede establecer una relación entre ellos.

Como se ha podido comprobar en la exposición de los resultados, la difusión del tema de los movimientos en un medio de comunicación convencional tiene una gran importancia para que éste pueda formar parte de la agenda pública. En el caso del accidente de metro de Valencia, a pesar de haber estado presente en menor medida en la prensa, fue fundamental la emisión de *Salvados* para que el tema se convirtiese en mediático. Según los datos proporcionados por la Asociación de Víctimas, hasta la emisión de *Salvados*, tenían 400 seguidores en *Twitter*, 40.000 visitas al blog y 1.500 seguidores en *Facebook*. Pocos días después del programa, alcanzaron 4.000 seguidores en *Twitter*, cerca de 80.000 visitas en el blog y 5.000, en *Facebook*. Y no solo se incrementó su relevancia en las redes sociales, sino también el apoyo en sus acciones: Antes de *Salvados*, la petición en change.org para reabrir la Comisión Parlamentaria tenía 5.000 firmas, y al poco tiempo superaron las 100.000.

Estos datos, al igual que los resultados del análisis del contenido temático de los diarios convencionales en la formación de la opinión pública. De ellos, el más destacable es la televisión, porque, por ejemplo, algunos diarios, como *El Mundo* o *Levante-EMV*, ya habían publicado informaciones sobre el caso, pero hasta que no se emitió en televisión no llegó a la sociedad. Los medios convencionales también pueden influir en la agenda de los actores políticos y

aunque las herramientas digitales sean de utilidad, los movimientos sociales todavía no consiguen incidir en la agenda política solo con su actividad en Internet.

Internet y los medios digitales están cambiando el sistema comunicativo tradicional y están replanteando algunos conceptos tradicionales como la formación de la opinión pública y el establecimiento de la agenda mediática, aunque de un modo continuado pero lento. Sin embargo, todavía existe una importante brecha digital, pues no todos los ciudadanos son digitalmente activos. Las herramientas digitales de manera autónoma tampoco fomentan la participación política, aquellos que son activos en la esfera *offline* también lo son *online*. Por el momento, solo la actividad en las redes sociales de un movimiento no determina su visibilidad en los medios convencionales ni su presencia en la agenda pública.

7. Referencias

- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks*. New Haven: Yale University Press.
- Bennett, W.L. (2003). New media power: The Internet and global activism, en Couldry, N. y Currans, J. (2003). *Contesting media power*. Lanham: Rowman & Littlefield, 17-37.
- Candón Mena, J. (2011) *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Casero-Ripollés, A. (2010). ¿El despertar del público?: comunicación política, ciudadanía y web 2.0, en Martín Vicente, M. y Rotherberg, Danilo (2010) *Meios de comunicação e cidadania*. Sao Paulo: Cultura Académica.
- Casero-Ripollés, A. y Feenstra R.A. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso 15 M. *Comunicación y hombre*, 8, 129-140.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.

Castillo, A., García Ponce, D. y Smolak, E. (2013). Movimientos sociales y estrategias de comunicación. El caso del 15-M y de Occupy Wall Street. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 71-89.

Chadwick, A. (2011). The political information cycle in a hybrid news system: The British prime minister and the “bullygate” affair. *International Journal of Press/Politics*, 16, 3-29.

Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 2, 147-162.

Fenton, N. (2009). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. Londres: Sage.

Francescutti, P., Baer, A., García de Madariaga, J.M. y López, P. (2005). La noche de los móviles: medios, redes de confianza y movilización juvenil, en Sampedro, V. (2005) *13 M multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Friedland, L., Hove, T. y Rojas, H. (2006). The networked public sphere. *Javnost-The Public*, 13, 5-26.

Fuchs, C. (2012). Some reflections on Manuel Castells’ book “Networks of outrage and hope. Social movements in the internet age”. *tripleC: Cognition, Communication, Co-operation*, 10(2), 775-797.

Galston, W.A. (2003). If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution?, en Anderson, D.M y Cornfield, M (2003). *The civic web: online politics and democratic values*. Lanham: Rowman & Littlefield, 35-44.

Gamson, W. A. y Wolfsfeld, G. (1993). Movements and media as interacting systems. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528, 114-125.

Gitlin, T. (2003). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.

Gladwell, M. (2010, October 4). Small change. Why the revolution will not be tweeted. *The New Yorker*, 42-49.

Hague, B. y Loader, B. (1999). *Digital democracy: Discourse and decision making in the information age*. Londres: Routledge.

Harlow, S. y Guo, L. (2014). Will the Revolution be Tweeted or Facebooked? Using Digital Communication Tools in Immigrant Activism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 463-478.

Haro-Barba, C. y Sampedro, V. (2011). Activismo político en red: Del Movimiento por la vivienda digna al 15M. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 8 (2), 167-185.

Havick, J.J. (2000). The impact of the Internet on a television-based society. *Technology in Society*, 22, 273-287.

Jones, C. (2013). *Activism or Slacktivism? The Role of Social Media in Effecting Social Change*. Tesis Doctoral. University of Virginia.

Juris, J.S., (2006). Movimientos sociales en red: Movimientos globales por una justicia Global, en Castells, M. (2006). *La Sociedad de Red: Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.

Lasén, A. y Martínez de Albéniz, I. (2008) Movimientos, “movidas” y móviles: Un análisis de las masas mediatizadas, en Sádaba, I. y Gordo, A. (2008) *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Mayer, V. (2001). From segmented to fragmented: Latino in San Antonio, Texas. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78, 291-306.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Micó, J. L. y Casero-Ripollés, A. (2013). Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain. *Information, Communication & Society*, 2013. doi: 10.1080/1369118X.2013.830634

Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

Resina, J. (2010). Ciberpolítica, redes sociales y nuevas movilizaciones en España: El impacto digital en los procesos de deliberación y movilización participación ciudadana. *Mediaciones Sociales* (7) (II Semestre), 143-64.

Rucht, D. (2004). The quadruple “A”: Media strategies of protest movements since the 1960s. In Van de Donk, W., Loader, B. D., Nixon, P. G. (Eds.), *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*, 29-56. Londres: Routledge.

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.

Sampedro, V. (2005) *13 M multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Sampedro, V. y Resina, J. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. *Ayer*, 80, 139-162.

Savigny, H. (2002). Public Opinion, political communication and the Internet. *Politics*, 22, 1-8.

Sey, A. y Castells, M. (2006). De la política en los medios a la política en Red: Internet y el proceso político, en Castells, M. (2006). *La Sociedad de Red: Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.

Simone, M (2008). Mediated Networks for Deliberative Democracy: Connecting Enclave and Shared Spheres. *Conference Papers- National Communication Association*, 1-23.

Steiner, L. (2005). The feminist cable collective as public sphere activity. *Journalism*, 6, 314-334.

Tarrow, S. (2005). *The new transnational activism*. Nueva York: Cambridge University.

Laia Barreda Vicent

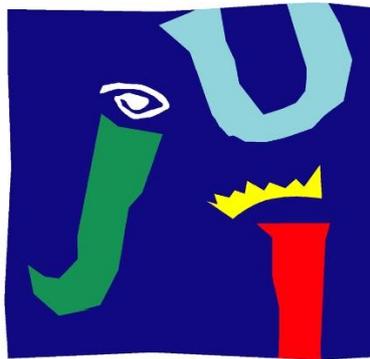
“Dinámicas de los medios digitales en el establecimiento de la agenda pública”

Tilly, C. (2004). *Social Movements, 1768-2004*. Boulder, Colo.:Paragigm Publishers.

Williams, B. y Delli Caprini, M. (2011). After broadcast news. *Media Regimes, Democracy, and the New Information Enviroment*. Nueva York: Cambridge University Press.

Dynamics of digital media in setting public agenda:

The case of the subway accident July 3rd, 2006 in Valencia



**UNIVERSITAT
JAUME I**

Laia Barreda Vicent

Degree in Journalism

Year 2013/2014

al185572@uji.es

Tutor: Andreu Casero-Ripollés

Introduction

Internet and Information and Communications Technology (ICT) have change communication system. They have allowed social movements influence media agenda with their issues. This paper want to analyse the degree of influence that activists may come to have in the mainstream media entering their issues on the agenda of the media. In this way, a new communication system has been established where traditional and digital media coexist. Moreover, the political implications which may come to have these movements and if the issues raised by activists manage to enter the political agenda will be discussed.

The aims of this paper are:

4. To study the relationship between networked social movements, traditional media and political power.
5. To discover topics penetration of networked social movements in the public agenda.
6. To analyse the communication processes of social movements and the new communications system.

Given these objectives, the following hypothesis are made:

1. Social movements still need mass media to get visibility their message and to reach a mass audience. Social networks and Internet are a useful tool for social movements but not enough.
2. Social movements and citizen activism affect a bit in the public agenda, thanks in part to Information and Communication Technologies.
3. Social movements' messages achieve to influence in political agenda when they coincide with the interests of political actors.

Literature review

Digital technology have generated new informative an political opportunities for networked social movements. These have provided tools to exercise counter power to “create a system of alternative media with the ability to reach a number of people through horizontal communication networks and which are beyond the control of corporate media groups”(Haro & Sampedro, 2011, p.171; Juris, 2006).

There are many academics who have researched about this issue. While some of them say that the Internet promotes offline revolution and political action in a way that was previously unthinkable (Jones, 2013), for others this means comprises some major limitations, especially when working on the wrong side of the digital divide (Harlow & Gou, 2014).

Technological advances have also led to a new information environment characterized by the increasing number of actors involved in the production of news and changes of information flow (Casero-Ripollés & Feenstra, 2012). The main change has been the incorporation of new markets news beyond conventional media such as blogs, social networks, alternative digital media or microblogging (Williams & Delli Carpini, 2011).

Several studies have concluded that media attention is vital to extend the protest and give visibility to the movement (della Porta, 2011). This attention determines the success of political activism and increases the social relevance of the protests because the public sphere is still dominated by the media. Therefore, activists still depend on the media to spread their messages (Harlow & Guo, 2014).

Methodology

The methodology used in this paper is based on case studies. This is a qualitative research technique that focuses on the analysis of the coverage of an event and its evolution over the years. Specifically, it is based in the case of Valencia metro accident of July 3rd, 2006.

The methodology combines two techniques: first, the content analysis of the quantitative nature of news production and activity Victims' Association of Metro July 3rd (AVM3J) on Twitter; subsequently, a series of in-depth interviews where has been interviewed some Association's members, some journalists from traditional media and some academics specialized in journalism and new technologies.

Finally, the time sample in the news analysis is as follows:

- Before *Salvados*: From 1st April to 8th April, 2013
- After *Salvados*:

- From 29th April to 26th May, 2013.
- From 14th January to 10th February, 2014.

About the newspapers analysed, two national newspapers (*El País* and *El Mundo*) and two regional daily newspapers (*Levante-EMV* and *Las Provincias*) have been chosen because they have the largest circulation and impact in Valencia.

Results

Regarding the thematic agenda there is a clear difference between the period Before *Salvados* and the two periods After *Salvados*, especially in the number of news on the case of the subway accident. In the first period, from 1st to 28th April 2013, number of total news in all newspapers analysed is 24. However, after *Salvados*, media coverage increases significantly: between 29th April to 26th May, 2013, 97 news and 12 review articles have been published and between 14th January to 10th February 2014, 91 news and 1 opinion article have been published.

Association of Victims of the July 3rd Metro uses the social network Twitter as one of the main tools for its action as a social movement. As of May 11th, 2014, the profile of AVM3J (@ avm3j) had 6,656 followers, had followed 11 profiles and had published more than 3,700 tweets. This Twitter profiles has been analysed with the tool MetricSpot on April 29th, 2014. According to these data, the count is two years old and has a frequency of 4.47 tweets per day.

As regards in-depth interviews, the three members of the Victims' Association agree to determine social networks are very important for movement because they allow direct contact with all the people who support and follow the information of the Association but they also think mass media are still essential to transmit their messages to the majority of society. Meanwhile, the journalists believe that social networks don't have power in traditional media neither on political agenda. However, professor Pérez considers that social networks are starting to have some importance in setting the media agenda but they are still very weak.

Conclusions

Despite of the most optimistic academic papers determined that the Internet and new technology represented a new stage of proliferation of peripheral public spheres that could influence the central sphere, the power of social networks on agenda setting is still very weak. Most of the discourses generated in these networks are issues which have appeared on the mass media and those who do not have a reflection in the media are often not popular on networks.

Social movements don't influence on political agenda with their Internet activity. They require pressures on digital and urban space and the diffusion of mass media to get a massive citizen support. It is difficult for politic actors act against social movements which have citizen support.

ANEXO 1: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

1. BEATRIZ GARROTE, presidenta de la Asociación

¿Qué ventajas e inconvenientes tienen los medios alternativos en Internet (como los blogs) y las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales para hacer llegar el mensaje de la Asociación a la sociedad?

Nos permiten elaborar a nosotros mismos el mensaje y difundirlo, poner en marcha una campaña de firmas... Pero realmente creo nada tan efectivo como un medio tradicional para ponerte en la actualidad y en la realidad "colectiva". Una vez la sociedad te conoce y te sigue en las redes, blogs, etc. estos medios empiezan a ser realmente efectivos.

¿Cree que si el accidente del metro hubiese ocurrido este año y no en 2006 se podría haber silenciado como se hizo? ¿Qué papel tienen las redes sociales en este sentido?

Efectivamente creo que hoy en día no hubiera sido posible realizar la estrategia de silencio que se llevó a cabo en 2006, y el principal motivo a mi entender es la situación de crisis, que nos ha hecho mucho más críticos con las decisiones y actuaciones de Gobiernos y políticos. Las redes sociales son un buen medio para realizar la crítica ciudadana y que las noticias se propaguen rápidamente.

¿Por qué cree que el caso del metro de Valencia estuvo tanto tiempo fuera de la opinión pública y después ha regresado? ¿Cambiaron algo en su discurso o en sus acciones?

Estuvo silenciado por políticos, medios de comunicación públicos y una primera instrucción judicial que archivó el caso rápidamente y sin ahondar en una investigación, y por otra parte teníamos una sociedad acomodada y adormecida que no estaba acostumbrada a exigir respuestas, ni quería empezar a hacerlas. No ha habido un cambio en las reivindicaciones ni el mensaje de la Asociación,

ha habido un goteo incesante de anomalías en la gestión del accidente que han ido saliendo a la luz durante los últimos 7 años, pero lo que le dio un giro de 180º a nuestra historia fue el programa Salvados que Jordi Evole realizó sobre el accidente. Dió a conocer nuestra historia a todos los ciudadanos, que una vez informados, se volcaron en una apoyo total.

¿Cree que es imprescindible que los temas de la Asociación lleguen a los medios de comunicación convencionales para no ser ignorados por la sociedad ni por los actores políticos? ¿Por qué?

Porque creo que sólo una sociedad informada puede tener un criterio propio, realizar preguntas y exigir respuestas.

¿Existe una relación entre la repercusión que alcanzan los temas de los movimientos en las redes sociales cuando los medios de comunicación convencionales ya se han hecho eco? ¿De qué modo?

Sí, hay excepciones, pero normalmente sólo cuando los medios de comunicación convencionales han dado a conocer una causa, o una persona, éstas tienen verdadera incidencia en las redes sociales.

¿Qué importancia han tenido las presiones mediáticas y políticas emprendidas desde la Asociación para la reapertura del caso judicial?

Creo que ha sido decisiva la actuación de la Asociación durante todos estos años, pero fue el programa Salvados y toda su repercusión lo que promovió la apertura de la instrucción judicial y que hoy todo el mundo esté pendiente de la situación.

¿Cree que el tema del accidente de metro ha llegado a la agenda política a causa de la presión y la actividad de la asociación y de los medios o porque cumple con los intereses de algunos actores políticos? ¿En qué sentido?

Es cierto que el accidente está presente en muchas ruedas de prensa, y que el Gobierno Valenciano se ha visto obligado a pronunciarse, pero lamentablemente creo que el Consell sigue mirando hacia otro lado sin asumir las responsabilidades políticas tanto antes del accidente, por la falta de medidas de

seguridad, como después, por la falta de información proporcionada desde FGV, la manipulación en la Comisión Parlamentaria,...

Añado un comentario sobre las recientes imputaciones: celebramos que se imputen a directos de FGV responsables de que no estuvieran instaladas las medidas de seguridad que hubieran evitado el accidente, es algo que venimos reclamando durante los últimos 8 años, y esperamos que se siga avanzando en las imputaciones de los responsables que tomaron decisiones sobre mantenimiento, modificaciones de los trenes.... Es una buena noticia, llega tarde y es insuficiente, pero es un paso importante.

PATRICIO MONREAL, miembro de la Asociación

¿Qué ventajas e inconvenientes tienen los medios alternativos en Internet (como los blogs) y las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales para hacer llegar el mensaje de la Asociación a la sociedad?

La ventaja del blog que utiliza la asociación es que podemos dar toda la información que nosotros creemos conveniente que debe conocerse, muchas veces los medios de comunicación tradicionales tienen enfoques o prioridades diferentes, aunque en nuestro caso varios medios se han volcado en mantener en primer plano información sobre el accidente.

Respecto a las redes sociales, te permiten el contacto directo con todas las personas que apoyan y siguen la información de la Asociación, recibimos muchos apoyos, iniciativas y también críticas, esta función no la pueden desarrollar los medios tradicionales, aunque cada vez más los medios de comunicación tradicionales potencian la interactividad, como con los comentarios en prensa digital, por ejemplo una noticia reciente sobre la imputación de 3 directivos, tuvo en el país edición digital más de 200 comentario, con lo que también se consigue la opinión del ciudadano a través de los medios, pero no es tan personal como el que se da a través de las redes sociales.

¿Cree que si el accidente del metro hubiese ocurrido este año y no en 2006 se podría haber silenciado como se hizo? ¿Qué papel tienen las redes sociales en este sentido?

La crisis que sufre el país hace que seamos más reivindicativos y las redes sociales son un medio muy importante para difundir este malestar, evidentemente ahora la difusión hubiera sido mayor, pero el silencio por desgracia no sólo depende de las redes sociales, la gestión política sigue siendo fundamental en el esclarecimiento de un accidente, si los políticos ocultan pruebas, manipulan comisiones o no ponen los medios para saber la verdad, el silencio se acaba imponiendo. Lo que sí parece claro es que la presión que se ejerce hoy con las redes sociales quizás hubiera hecho que no hicieran falta 8 años para reabrir un caso que nunca se investigó.

A pesar de ello, el ejemplo lo tenemos en el accidente de Santiago, en un momento en que las redes sociales son muy importantes, los políticos siguen negando una comisión de investigación parlamentaria y ningún político asume la responsabilidad sobre la seguridad de un servicio público, tiene que ser la valentía de un juez la que asegure una investigación digna del accidente y en nuestro caso el apoyo de la fiscalía.

Por desgracia, la justicia es la única que puede sacar del silencio casos como el nuestro, el accidente de Santiago, Yak-42 o Spanair, ya que ha quedado demostrado que a pesar de todas las presiones, los políticos nunca asumen la responsabilidad de una mala gestión.

¿Por qué cree que el caso del metro de Valencia estuvo tanto tiempo fuera de la opinión pública y después ha regresado? ¿Cambiaron algo en su discurso o en sus acciones?

Claramente por el ocultamiento político que se hizo del caso, con el silencio en el principal medio de comunicación de la comunidad. El regreso ha sido por el conocimiento de la información, cuando el ciudadano recibe la información correcta, tiene la opción de decidir y pronunciarse, nosotros no hemos cambiando nada ni en el discurso, ni en las acciones durante estos casi 8 años.

¿Cree que es imprescindible que los temas de la Asociación lleguen a los medios de comunicación convencionales para no ser ignorados por la sociedad ni por los actores políticos? ¿Por qué?

Si, hoy en día lo que no se sabe no existe, y ha quedado acreditado que es necesario un programa de difusión nacional y a gran nivel, para que la sociedad tenga la información correcta, antes de la emisión de Salvados, hemos recibido numerosos apoyos e iniciativas increíbles, pero el mensaje seguía sin llegar a la mayoría de la sociedad, con lo que si es necesario un medio de comunicación tradicional, sobre todo la televisión.

¿Existe una relación entre la repercusión que alcanzan los temas de los movimientos en las redes sociales cuando los medios de comunicación convencionales ya se han hecho eco? ¿De qué modo?

Por supuestos, los datos hablan por sí mismos, hasta la emisión de Salvados, teníamos unos 400 seguidores en twitter y unas 40.000 visitas al blog, en pocos días tras la emisión del programa teníamos 4.000 seguidores en twitter y cerca de 80.000 visitas al blog, pasado un año ya tenemos más de 6.000 seguidores twitter.

¿Qué importancia han tenido las presiones mediáticas y políticas emprendidas desde la Asociación para la reapertura del caso judicial?

Claramente resistir estos 8 años, luchando y manteniendo el mensaje, seguíamos esperando respuestas por 43+47=0responsables.

¿Cree que el tema del accidente de metro ha llegado a la agenda política a causa de la presión y la actividad de la asociación y de los medios o porque cumple con los intereses de algunos actores políticos? ¿En qué sentido?

Creo que el accidente de metro nunca ha salido de la agenda política, a pesar del ocultamiento durante estos 8 años, siempre ha estado en las Cortes, por peticiones de una nueva comisión parlamentaria o por las nuevas informaciones que salían en los medios de comunicación, como el informe que FGV encargó a HM&SANCHIS para aleccionar a los técnicos en la comisión parlamentaria.

Todos los partidos de la oposición han apoyado desde el principio a la Asociación y han reivindicado en las Cortes nuestras peticiones, nosotros nunca hemos recibido ni pedido nada a cambio.

ROSA GARROTE, secretaria de la Asociación

¿Qué ventajas e inconvenientes tienen los medios alternativos en Internet (como los blogs) y las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales para hacer llegar el mensaje de la Asociación a la sociedad?

Internet permite que las noticias lleguen a los ciudadanos prácticamente recién han sucedido, y las redes sociales permiten que la noticia perdure, con comentarios y opiniones que hacen que la gente se involucre más.

¿Cree que si el accidente del metro hubiese ocurrido este año y no en 2006 se podría haber silenciado como se hizo? ¿Qué papel tienen las redes sociales en este sentido?

En 2006 la sociedad estaba (estábamos) más adormecidos, inmersos en la sociedad de bienestar, pero ahora la gente está viendo que el bienestar se le escapa mientras los políticos, grandes empresarios, etc. Se enriquecen a su costa, por lo que ya no se conforma y está despertando de ese letargo en el que se había acomodado, y ha empezado a cuestionar las acciones de los políticos. Y esto es debido en gran parte, a las redes sociales, que permiten que la realidad llegue a los ciudadanos. No sólo lo que los políticos quieren contar (a través de los medios de comunicación, que lamentablemente, hemos visto que ejercían de gabinete de prensa, más que de profesionales de la comunicación).

¿Por qué cree que el caso del metro de Valencia estuvo tanto tiempo fuera de la opinión pública y después ha regresado? ¿Cambiaron algo en su discurso o en sus acciones?

Nuestro comportamiento ha sido el mismo durante estos años. Concentraciones cada día 3, iniciar cualquier acción que se nos ocurría encaminada a averiguar las causas del accidente, o a darnos difusión, (cartas al director, de opinión, correos a todos los medios de prensa y televisión que encontrábamos, etc.) Sin obtener respuesta. Ya no era un tema de actualidad y no interesaba.

Hasta que cayó en manos de Jordi Évole, al que sí le interesó el tema a pesar del tiempo transcurrido desde el accidente. Supo ver que más allá de las causas del accidente ocurrido hacía casi 7 años, la actuación de FGV y del Gobierno Valenciano no había sido la correcta, sobre todo después del accidente, ocultando informes, pruebas, etc, ignorando a la Asociación, y presionando a los medios de comunicación para que no informaran sobre el accidente. Y pensó que había que denunciarlo.

¿Cree que es imprescindible que los temas de la Asociación lleguen a los medios de comunicación convencionales para no ser ignorados por la sociedad ni por los actores políticos? ¿Por qué?

Todas las denuncias sociales han de llegar a la sociedad, que es quien las sufre. Si cada vez hay más listas de espera en los hospitales, nuestros hijos estudian en barracones o se suprimen aulas, no hay profesores suplentes, o no se pagan las ayudas de la dependencia, se bajan las pensiones y se implanta el copago de las medicinas, la sociedad tiene derecho a saber por qué. Y es justo que se oigan todas las versiones, no sólo la que el gobierno quiere dar, para que así pueda opinar, y aplaudir o criticar las actuaciones de los políticos.

Y ya hemos visto que por mucho que las redes sociales sirvan para difundir mensajes, el verdadero poder de convocatoria lo tiene la televisión.

En nuestro caso por lo menos, ha sido decisiva la emisión del programa Salvados.

Hoy por hoy, creo que los medios de comunicación convencionales son los que "hacen noticia" un tema, aunque las redes sociales permiten que "se mueva", que "siga vivo" y "no muera" cuando la televisión, radio o prensa ha pasado a otra cosa.

¿Existe una relación entre la repercusión que alcanzan los temas de los movimientos en las redes sociales cuando los medios de comunicación convencionales ya se han hecho eco? ¿De qué modo?

Creo que por mucho que se hable del tema en las redes sociales, realmente no adquiere consideración de "realidad" hasta que no sale en la "tele". Pero son las redes sociales las que "dan movimiento" a la noticia, con comentarios,

compartiendo, etc. y permiten que en un segundo, todo el planeta esté enterado, y que siga opinando.

¿Qué importancia han tenido las presiones mediáticas y políticas emprendidas desde la Asociación para la reapertura del caso judicial?

Decir que la causa judicial se ha reabierto por la presión social, creo que es decir demasiado. Pero es cierto que el apoyo ciudadano ejerce presión, en el sentido que no es tan fácil ignorar a 4 gatos (lo que éramos antes de Salvados), que a toda una sociedad que pide respuestas.

¿Cree que el tema del accidente de metro ha llegado a la agenda política a causa de la presión y la actividad de la asociación y de los medios o porque cumple con los intereses de algunos actores políticos? ¿En qué sentido?

Creo que el mérito ha sido "persistir". El continuar denunciando las irregularidades cometidas por FGV antes y después del accidente, mes a mes, año tras año. Es lo que ha hecho que cuando ha llegado el momento social de protestar, nuestro tema estuviera presente.

Hemos estado todos estos años esperando que pasara "algo". Y por fin ha pasado. Los medios de comunicación se hacen eco de nuestras reivindicaciones, y la sociedad nos apoya.

XAVIER BORRÁS, jefe de redacción de *El Mundo* en Valencia

¿Por qué cree que el caso del metro de Valencia estuvo tanto tiempo fuera de la opinión pública y después ha regresado? ¿Cuál ha sido el papel de los medios de comunicación en este caso?

Sin duda, el caso del accidente del Metro de Valencia es un ejemplo claro del papel que pueden (y deben) tener los medios de comunicación como actores sociales. Sin las revelaciones de EL MUNDO, en febrero de 2012, sobre la manipulación que se hizo del testimonio de los técnicos de Ferrocarrils de la Generalitat para que “fabricaran” una verdad “oficial” en las Cortes Valencianas, el caso no habría acabado reabriéndose. Aquellas revelaciones provocaron que el asunto volviera a formar parte de la agenda de los medios. Y el programa que Salvados dedicó monográficamente a denunciar el silencio, basado en las

revelaciones de EL MUNDO y en el testimonio del ex responsable de seguridad de FGV, contribuyó a movilizar a una sociedad que había pasado olímpicamente de las víctimas. Aquel programa animó al PSOE a presentar una denuncia, a que la Fiscalía corrigiera su posición inicial (que ayudó a archivar el caso) y a que la Audiencia Provincial ordenara a la juez que lo archivó que reabriera el caso. SI TE FIJAS, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HAN TENIDO UN PAPEL DECISIVO EN EL CAMBIO DE CRITERIO DE POLÍTICOS, FISCALES Y JUECES. ¿Por qué estuvo tanto tiempo silenciado? Quizás porque no habíamos logrado dar con un documento decisivo de la magnitud que han tenido los que publicamos, porque existió realmente una estrategia política para silenciarlo, y porque la sociedad tiende al olvido con mucha facilidad.

¿Internet y las nuevas tecnologías han cambiado el sistema comunicativo? Si es que sí, ¿cómo lo han hecho y cuáles son sus características?

Por supuesto que Internet ha cambiado el sistema comunicativo. En ocasiones, para bien. En otras, no. En este caso, no tengo dudas de que la convocatoria de Jordi Évole, con 1 millón de seguidores en twitter, para que la gente acudiera de nuevo a apoyar a las víctimas en la plaza de la Virgen fue decisiva para que se llenara de gente y el resto de medios (sobre todo las televisiones) volvieran sobre sus pasos y se dieran cuenta de la tremenda injusticia que se había producido. En la parte negativa, Internet nos obliga a veces a publicar con excesiva urgencia. Y en ocasiones fallamos. Las redes sociales también son un vehículo para recibir información, aunque no siempre ésta sea veraz. La veracidad sólo se puede garantizar si esa información ha pasado por el tamiz de un medio de comunicación serio, honesto y profesional.

¿Las redes sociales y los medios alternativos en Internet, como los blogs, tienen importancia en el establecimiento de la agenda mediática? ¿En qué sentido?

Las redes sociales por sí solas no tienen el impacto de los medios de comunicación “convencionales” (hablo de la prensa). Twitter, por ejemplo, es como un bar, en el que puedes escuchar de todo. Verdades, mentiras, cotilleos, infamias... Algo que, en teoría, no sucede en radio o prensa serias. Y muy pocos bloggers tienen la capacidad de establecer agenda si su blog no está

enganchado a una página web de un medio. Te recomiendo un documental que se llama “Page One” en el que se recrea un día en el trabajo del New York Times y se habla del presente y el futuro de la prensa. Ahí se describe muy bien cómo los medios digitales y las redes sociales sólo se alimentan de lo que producen los medios tradicionales.

¿Cree que si el accidente del metro hubiese ocurrido este año y no en 2006 se podría haber silenciado como se hizo? ¿Qué papel tienen las redes sociales en este sentido?

No creo que las redes sociales sean decisivas en asunto así. Mira como ejemplo el descarrilamiento del AVIA en Galicia. El problema es cuando existe una estrategia política, una mala praxis judicial y una inacción política. Todo ello sumado abonan el silencio social. EL accidente de 2006 dejó preguntas sin respuesta y ha sido especial porque lo que lo ha mantenido vivo ha sido el vigor personal y la fortaleza moral de algunos familiares de víctimas.

¿Considera que los movimientos sociales necesitan a los medios de comunicación tradicionales para que sus temas tengan visibilidad o que les es suficiente con estar presentes en las redes sociales? ¿Por qué?

Solo con las redes sociales es muy difícil que un lema, una campaña, un objetivo lleguen a buen puerto. La potencia de la radio y la televisión está a mucha distancia de Facebook o twitter. Entre otros factores, porque ni tienen la misma credibilidad, ni muchos de los líderes de opinión se mueven en ellas cuando realmente quieren cambiar algo.

¿Cree que el tema del accidente de metro ha llegado a la agenda política a causa de la presión y la actividad de la asociación y de los medios o porque cumple con los intereses de algunos actores políticos? ¿En qué sentido?

En este caso, los intereses políticos estaban muy lejos de las víctimas y de lo que hemos publicado los medios de comunicación. Hemos sido los periódicos los que hemos arrastrado a los partidos.

¿Los periodistas dan voz a los activistas? ¿Se han convertido en fuentes de confianza para ellos o todavía no?

Depende de los casos. Eduard Snowden se sirvió de medios de comunicación tradicionales para publicar sus papeles. Wikileaks no habría sido nada sin la contribución de El País, Le Monde o The New York Times. Hay activistas que se mueven bien en la calle y después en su relación con los medios. Un ejemplo es Ada Colau, de la Plataforma Antidesahucios.

¿Considera que un tema es popular en las redes sociales porque lo es en los medios de comunicación o es popular en los medios de comunicación porque lo es en las redes sociales?

Podemos poner ejemplos de las dos cosas. En las redes se generan ya muchos fenómenos que merecen la atención de los medios de comunicación. Pero las conversaciones diarias en las redes se nutren fundamentalmente de información de periódicos, radios y televisiones. Al menos es lo habitual, aunque existen grandes historias que cuando llegan a los medios de comunicación masivos ya están muy quemados en las redes.

JOSEP TORRENT, director de *El País* en Valencia

¿Por qué cree que el caso del metro de Valencia estuvo tanto tiempo fuera de la opinión pública y después ha regresado? ¿Cuál ha sido el papel de los medios de comunicación en este caso?

El caso del metro de Valencia no estuvo fuera de la opinión pública, estuvo fuera de alguna opinión publicada. Tanto *Levante EMV* como *El País* estuvimos informando todos los meses de todas las concentraciones de la Plaza de la Virgen. Desde el principio hubo una voluntad de mirar hacia otro lado hasta que estalló la crisis, pero no solo en el caso del metro si no con otros escándalos también. Lo que ocurrió es que *La Sexta* hizo un programa sobre el caso del metro y además se dieron las circunstancias idóneas: la crisis económica, se había tomado consciencia sobre la corrupción, etc. La respuesta de los ciudadanos no fue solo el apoyo a las víctimas sino también una respuesta al malestar social.

¿Internet y las nuevas tecnologías han cambiado el sistema comunicativo? Si es que sí, ¿cómo lo han hecho y cuáles son sus características?

En las redes sociales como Twitter y Facebook hay mucho ruido, sirven para informarse pero tienen mucha desinformación. Cualquiera puede escribir lo que le dé la gana, por ello hay que ir con mucho cuidado para considerar lo que es y lo que no es información. Las redes sociales no tuvieron ningún papel relevante en el accidente de metro, empezaron a funcionar después del programa de Salvados. Las redes sociales también siguen modas. En cuanto a Internet, hay que distinguir dos cosas: los medios convencionales que sabemos a quiénes representan y otras informaciones que no sabemos quién está detrás. Tenemos que empezar a diferenciar entre información contrastada y opiniones de alguien desconocido.

¿Las redes sociales y los medios alternativos en Internet, como los blogs, tienen importancia en el establecimiento de la agenda mediática? ¿En qué sentido?

Poco todavía. Cada vez más. Los blogs tienen muy poca penetración. Los blogs están empotrados de alguna manera en los medios de comunicación tradicionales. Tienen un seguimiento más importante que en el papel pero todavía no marcan la agenda. En algún caso, sí. Por ejemplo, alguna vez en Twitter se ha dado una información que se ha considerado relevante pero son casos aislados, no son tendencia todavía. ¿Qué lo puedan llegar a ser? Yo creo que sí, me quedan pocas dudas de que puedan llegar a serlo pero todavía no lo son.

¿Considera que los movimientos sociales necesitan a los medios de comunicación tradicionales para que sus temas tengan visibilidad o que les es suficiente con estar presentes en las redes sociales? ¿Por qué?

Sí que necesitan a todos los medios de comunicación. Cuando se hacen convocatorias por las redes sociales la audiencia no es masiva. Todavía están en un proceso de crecimiento y desarrollo y tal vez en un futuro sí que serán importantes pero todavía no. La audiencia también es menor porque en estas redes hay una saturación de mensajes y de convocatorias. Lo que mueve pasiones más que las redes sociales es la televisión, las redes pueden tener una gran repercusión cuando son un apoyo a un programa televisivo.

¿Cree que el tema del accidente de metro ha llegado a la agenda política a causa de la presión y la actividad de la asociación y de los medios o porque cumple con los intereses de algunos actores políticos? ¿En qué sentido?

El accidente del metro nunca ha dejado de estar en la agenda política de la oposición. Cuando los familiares de la víctimas estaban muy solos los únicos que les respaldaban eran políticos de la izquierda. Los partidos de la oposición han pedido una comisión de investigación una y otra vez y el Gobierno se ha negado siempre. El formato televisivo reavivó toda la situación y ahora está más en la agenda política que antes.

¿Los periodistas dan voz a los activistas? ¿Se han convertido en fuentes de confianza para ellos o todavía no?

A las fuentes oficiales hay que hacerles un caso relativo porque intentan hacer propaganda y tienen sus intereses detrás. Un periodista ha de contrastar la información, también la de los activistas. No por el hecho de que venga de un grupo de activistas o porque venga de una fuente oficial la información es válida. Los activistas pueden proporcionar información que realmente les interese a los periodistas que no puedan conseguir de fuentes oficiales.

¿Cree que si el accidente del metro hubiese ocurrido este año y no en 2006 se podría haber silenciado como se hizo? ¿Qué papel tienen las redes sociales en este sentido?

Si el accidente del metro hubiera ocurrido cuanto tomamos conciencia de la crisis, por ejemplo en 2008, habría sido un escándalo. Es verdad que nunca en la historia de la infamia mediática ha habido una historia tan manipulada y maltratada como la del metro en Canal 9.

JORDI PÉREZ LLAVADOR, profesor de Comunicación en la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia

¿Internet y las nuevas tecnologías han cambiado el sistema comunicativo? Si es que sí, ¿cómo lo han hecho y cuáles son sus características?

Podríamos discutir si el sistema ha cambiado o no si internet únicamente hubiera supuesto una plataforma más para los medios tradicionales, sólo otra forma más

de difusión de sus productos. Pero no, internet y las TIC han afectado poderosamente a las formas de producción de distribución de consumo de la comunicación y ha reestructurado el sistema, haciéndolo todavía más complejo de lo que era.

Igualmente, el paradigma en red ha roto la tradicional mediación que exigía el modelo de masas, permitiendo que el consumidor se convierta asimismo en productor y la relación directa entre los actores. Youtube es un claro ejemplo de las posibilidades que ofrece para la distribución de productos audiovisuales (producciones de bajo coste) a quienes hace algunos años simplemente serían meros espectadores de cine y de televisión.

¿Las redes sociales y los medios alternativos en Internet, como los blogs, tienen importancia en el establecimiento de la agenda mediática? ¿En qué sentido?

Empieza a tenerla, pero creo que todavía de manera débil. En términos generales, la influencia de la agenda institucional sigue siendo fuerte, como también la propia orientación interesada de la mediática, en sí misma. Sin embargo, cada vez más los periodistas acuden a las redes y a los blogs como fuentes de información y eso permite que algunos temas se vuelven, quizá el más celebrado de todos en España sea el asunto de los desahucios.

En todo caso, parece que todavía hay una cierta distancia entre la cultura profesional periodística, que sigue funcionando en la selección de los temas, y las propuestas de interés que vienen de la ciudadanía a través de sus nuevos medios de expresión.

¿Qué ventajas e inconvenientes tienen los medios alternativos en Internet (como los blogs) y las redes sociales respecto a los medios de comunicación tradicionales para hacer llegar el mensaje de los movimientos sociales a la sociedad?

Poco puedo aportar en este sentido, sino acudir a los conocidos términos del debate. Por una parte, las ventajas de democratización de la comunicación – como proceso-, en tanto que posibilitan el acceso más directo a la opinión y la

voluntad de los ciudadanos, actores comunicativos; por otra, la consabida falta de rigor, verificación y contrastación de la información.

¿Considera que los movimientos sociales necesitan a los medios de comunicación tradicionales para que sus temas tengan visibilidad o que les es suficiente con estar presentes en las redes sociales? ¿Por qué?

Sí, todavía los necesitan para esa visibilidad en términos masivos. Un ejemplo: un vídeo puede tener 800.000 descargas en internet, poca broma. Pero es a partir de que lo trate un medio de comunicación tradicional, sea radio o tele, prensa menos, cuando se dispara a cifras millonarias en las descargas. Con los virales pasa lo mismo, alcanzan audiencias que quizá cumplan los objetivos que se habían planteado en su inicio, pero intentarán que se haga eco el medio tradicional para maximizar su impacto.

Es explicable por la convivencia de los dos paradigmas, el de masas y el de red. Uno no ha sustituido a otro, ambos actúan con sus lógicas. Y la lógica de la centralización del de masas comporta las anteriores consecuencias.

¿Cree que si el accidente del metro hubiese ocurrido este año y no en 2006 se podría haber silenciado como se hizo? ¿Qué papel tienen las redes sociales en este sentido?

Respuesta complicada, ya que se trata de una hipótesis indemostrable. Conjugemos factores: los usuarios de las redes sociales deberían haberse unido, no simplemente manifestado, sino actuado, para que el poder fuera sensible a su voz; debería haber pervivido en la agenda, para que la acción de las redes no se mitigara; es cierto que el volumen de cabreo social es mucho más alto ahora que en el 2006, cuestión que excede la exclusiva coyuntura de medios. Y sí, Évole tendría que seguir habiéndose marcado un Salvados al respecto: de nuevo la incidencia de los medios tradicionales.

¿Por qué cree que el caso del metro de Valencia estuvo tanto tiempo fuera de la opinión pública y después ha regresado? ¿Cuál ha sido el papel de los medios de comunicación en este caso?

En cierto aspecto esta pregunta la he respondido en la anterior. Creo encontrar causas sociales generales, pero también una muy parca acción por el tema de

los medios de comunicación valencianos, posiblemente respondiendo a intereses que no seré yo quien los explicito (por falta de pruebas, por supuesto). Sólo hay que repasar el mapa mediático y “los compromisos” de los medios que podían marcar y mantener agenda en el 2006 para inferirlo, aunque lógicamente se trate de una intuición malvada y, como te decía, indemostrable, quizá hasta extemporánea. La relación entre poder y comunicación en aquellos momentos era bien interesante.

¿Existe una relación entre la repercusión que alcanzan los temas de los movimientos en las redes sociales cuando los medios de comunicación convencionales ya se han hecho eco? ¿De qué modo?

Sí, como ya he comentado. Las redes, entre otras, funcionan como plataforma de relaciones y contactos entre los usuarios, que amplifican los posibles que puedan tener de manera directa, física, en persona. Antiguos diagramas de comunicación ya lo señalaban: el proceso de comunicación no acaba con la recepción individual o colectiva del producto, sino que supera la relación con el medio y abarca los contactos personales posteriores –antes eran simplemente los grupales-, en los que se trata y habla la cuestión. El ejemplo prototípico es la conversación que podemos mantener al día siguiente de la emisión de un programa en el centro de trabajo; bien, ahora, además, el tema, el programa, los contenidos, se tratan en las redes, por lo que el alcance se amplifica y, también, se magnifica.

¿Los temas de los movimientos sociales que llegan a la agenda política lo hacen por su presión y actividad en las redes sociales o porque cumplen con los intereses de algunos actores políticos?

La lógica de la política institucionalizada únicamente ofrece dos posibilidades al respecto: o el tema les interesa (tanto en el buen sentido de la expresión, es decir, están de acuerdo con la petición, es coherente con su ideario, como en el sentido más espurio, simplemente es una ocasión para obtener rentabilidad político-partidista), o se ven forzados a tratarlo. Y forzados por la presión popular, por las consecuencias sociales y particulares que puede llevar su silenciamiento y por los daños en la percepción del grupo político en el imaginario ciudadano.

Tendríamos que analizar cada caso para determinar qué factor ha podido tener más incidencia.

De todas formas, acabemos de observar el proceso. Una cosa es que el grupo político acepte tratar el tema, lo incluya en su agenda, y otra es la manera de tratarlo. Vuelvo al caso de los desahucios. La presión, el número de firmas recogidas en la Iniciativa Popular y, lamento decirlo, hasta los suicidios de algunas personas obligaron al grupo mayoritario en el Congreso a hacerse eco del tema. Atendieron la reclamación popular, podríamos decir. También que el resultado estuvo muy lejos de dicha reclamación.

Dicho de otro modo, alerta con que la formalidad no oculte la sustancia.