

Nuevas tendencias de la comunicación en España: **el flash mob** en el caso de los atentados en Madrid del 11 de marzo de 2004

Síntesis

El objetivo de este artículo es estudiar el papel de las nuevas tecnologías del 11 al 14 de marzo de 2004 en España y compararlo con el comportamiento de los medios tradicionales en los mismos días. En el trabajo se estudia el *flash mob* –o convocatoria súbita– ocurrido el 13 de marzo, dos días después del peor atentado terrorista en la historia de España. También se identifican los principales rumores que aparecieron aquellos días y se determina el grado de penetración que dichas informaciones sospechosas tuvieron en los medios convencionales y en los no convencionales.

Synthesis

The aim of this paper is both to study the role of new technologies between 11th-14th March 2004 and to compare in with the traditional media in Spain. In the article the author focuses the attention on the “flash mob” of 13th March, two days after the worst terrorist attack in the Spanish History. At the same time, the main rumours surrounding those events which appeared soon after the attacks are identified, demonstrating how this suspicious information appeared both in conventional and non-conventional media and determining its degree of influence on life at the time.

Sergi Cortiñas Rovira

Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual
Universidad Pompeu Fabra (Barcelona) España
sergi.cortinas@upf.edu

Introducción

El jueves 11 de marzo de 2004 Madrid sufrió el peor ataque terrorista en la historia de España y uno de los peores de todos los tiempos en Europa. Una serie de explosiones casi simultáneas en trenes de cercanías provocó la muerte a 192 personas y dejó cerca de 1.500 heridos. El atentado se produjo tres días antes de las Elecciones Generales, comicios en los que los españoles estaban convocados para elegir a sus representantes en las Cortes.

En las jornadas que van del 11 al 14 de marzo de 2004, España vivió unos momentos de agitación social y política como pocas veces se había visto desde la reintroducción de la democracia tras la muerte de Francisco Franco. Por desgracia, se dieron unas condiciones ideales para examinar con detalle las nuevas tendencias comunicativas en España.

Este trabajo pretende ahondar en los principales actos comunicativos acaecidos en aquellos días y analizar algunos hechos que hacen pensar en un cambio de paradigma en la comunicación social. Estos cambios, todavía en una fase incipiente, se visualizaron durante los días del análisis de los hechos del 11 de marzo con cierta nitidez.

Metodología

Para elaborar esta investigación, se han analizado los medios de comunicación convencionales y no convencionales más importantes de España durante los días 11, 12, 13 y 14 de marzo de 2004. En concreto, se han estudiado en estas fechas los periódicos *El País* y *La Vanguardia*, la cadena de radio Cadena Ser y las televisiones Televisión Española (TVE1), Antena 3 y Tele 5. Por otro lado, se han analizado, en la medida de lo posible, distintos medios no convencionales para recabar las informaciones –o en su defecto rumores– que circularon por esas vías en las mismas jornadas. En un segundo nivel de análisis, se ha estudiado el primer mensaje que originó el *flash mob* más importante: la concentración ante las sedes del Partido Popular (PP, centro-derecha) y se ha tratado de determinar cómo y por qué medios se gestó este *flash mob*.

Contexto

El día del atentado y los días siguientes estuvieron marcados por la consternación, el dolor, la rabia y el estuor ante la magnitud de los ataques terroristas. A este conjunto de sensaciones, hay que añadir la confusión, casi desde el primer momento, sobre la autoría del atentado, uno de los aspectos clave, como se verá, en el devenir de los acontecimientos sociales y comunicativos. Si bien en un primer momento el Gobierno atribuyó, “sin ningún género de dudas”, la masacre a la banda

terrorista vasca ETA, pronto surgieron dudas ya que el número de muertos, el *modus operandi*, la forma de planificación –simultaneidad de explosiones en varios puntos– hacían pensar en terroristas radicales de corte islamista. Ya la misma tarde del jueves 11, la policía halló una furgoneta con una cinta con fragmentos del Corán en las inmediaciones de la estación de tren de Alcalá de Henares.

A tan pocos días de las elecciones, la autoría de los atentados no era una cuestión menor: tenía muy distintas consecuencias políticas en función de quién estaba detrás de los mismos.

Si se trataba de terroristas de raíz islámica radical, el Gobierno podía tener un evidente perjuicio electoral, puesto que implicaba una conexión directa de los atentados de Madrid con la Guerra de Irak. El Gobierno del PP participó de forma activa en la gestación de la guerra, algo que se escenificó en la cumbre de las Azores. En estas islas atlánticas, George W. Bush, Tony Blair y José María Aznar ultimaron la inminente declaración de la guerra preventiva contra Sadam Hussein. El ex presidente del Gobierno español, José María Aznar, defendió dicha contienda militar hasta la saciedad, aun a sabiendas de tener a la mayoría de los ciudadanos de la nación en contra, según los distintos sondeos de opinión. La actuación del PP en este conflicto suscitó diferentes manifestaciones en contra de la guerra en las principales capitales del país. Por contra, la oposición (Partido Socialista Obrero Español, PSOE, izquierda) se había opuesto en todo momento a la Guerra de Irak, algo que de analizar los atentados en una relación causa-efecto con la invasión del país asiático beneficiaba, en términos electorales, a la formación liderada por José Luis Rodríguez Zapatero.

En cambio, si se trataba de una acción de terrorismo



Cibersociedad

doméstico, esto es, de la organización terrorista ETA, el Partido Popular podía respirar más tranquilo. El PP había hecho de la lucha contra ETA una de las banderas de su mandato. En anteriores comicios, quedó patente que la política de mano dura con ETA –refuerzo de la vía policial, endurecimiento de las penas, evitar cualquier diálogo con los terroristas, alejamiento de los presos del País Vasco– tenía un importante calado en el electorado de centro-derecha.

En este contexto tan particular, por tanto, la autoría de los atentados se antojaba como un dato crucial para los ciudadanos convocados el inminente día 14 de marzo a la cita con las urnas.

El Gobierno señaló a ETA como culpable del atentado desde el primer momento y hasta el día antes de las

elecciones defendió que “la línea de investigación principal seguía siendo ETA”. La obstinación del ministro del Interior, Ángel Acebes, en mantener la prioridad de ETA en el proceso de las investigaciones, a pesar de los datos que se manejaban, provocó una reacción popular en cadena, jamás vista con anterioridad.

La presión popular desencadenó en una manifestación ante la sede del PP en Madrid para exigir la verdad sobre la autoría del atentado. Esta manifestación, en plena jornada de reflexión (13-M), se convocó en apenas unas horas a través del sistema *flash mob*, por mensajes de móvil SMS (Short Message Service o Servicio de Mensajes Cortos) e internet. Los efectos políticos de la concentración fueron inmediatos: el líder del PP, Mariano Rajoy, compareció ante las televisiones y radios de todo el país para denunciar los hechos y obligó a la Junta Electoral



Central a reunirse de madrugada ante la gravedad de los acontecimientos.

Al día siguiente, el PP, que partía como favorito indiscutido en las encuestas y sondeos previos al atentado, perdió las elecciones. Los resultados de los comicios tuvieron el refrendo de una elevada participación, muy superior a anteriores convocatorias.

Resultados

Una de las grandes novedades comunicativas de los días en los que se ha llevado a cabo esta investigación ha sido el *flash mob* que se originó la tarde del 13 de marzo, víspera electoral y jornada de reflexión.

Hubo otras movilizaciones sociales de extraordinaria importancia en las mismas fechas. Por ejemplo, las manifestaciones que se convocaron para el viernes 12 de marzo y que reunieron a millones de ciudadanos en las más grandes ciudades del país. Sin embargo, estas concentraciones tuvieron un convocante oficial –el Gobierno u otras administraciones– y el llamamiento a la cita se realizó, fundamentalmente, a través de los medios de comunicación tradicionales.

En cambio, el *flash mob* que ahora se analiza tuvo una génesis diametralmente opuesta, de ahí su interés. La concentración se gestó en círculos completamente ajenos al poder y su difusión se llevó a cabo por medios no tradicionales. Es lo que algunos autores han denominado “manifestaciones sociales no regladas”, aquellas que se producen sin que medie un convocante centralizado y reconocible, esto es, una institución pública o una

¹ LÓPEZ, Guillermo, *El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis*, comunicación presentada en el II Congr s Online de Observatori per a la Cibersocietat, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 2004.

organización social o un conjunto de organizaciones¹. Era la primera vez en España, y una de las primeras en el mundo, que una movilización de tanto significado político y social se convocaba de este modo.

El mensaje SMS que dio comienzo a la cadena fue el siguiente:

“ Aznar de rositas?  Le llaman jornada de reflexión y Urdaci trabaja? Hoy 13-M a las 18 horas sede PP C/Génova 13. Sin partidos. Silencio. Por la verdad.  P salo!”

El emisor del mensaje confeccionó el texto prestando especial atención a su longitud. Como es sabido, muchos teléfonos permiten un máximo de 160 caracteres por mensaje, de tal manera que si se supera esta extensión el texto se envía en dos mensajes consecutivos. Obviamente, la rotura de mensaje en dos partes habría perjudicado las intenciones del convocante. Por esta razón, el mensaje original contenía exactamente 158 caracteres alfanuméricos. Este joven, que envió el mensaje a unos 10 amigos, suponía que a duras penas encontraría 15 o 20 personas en el lugar de la cita².

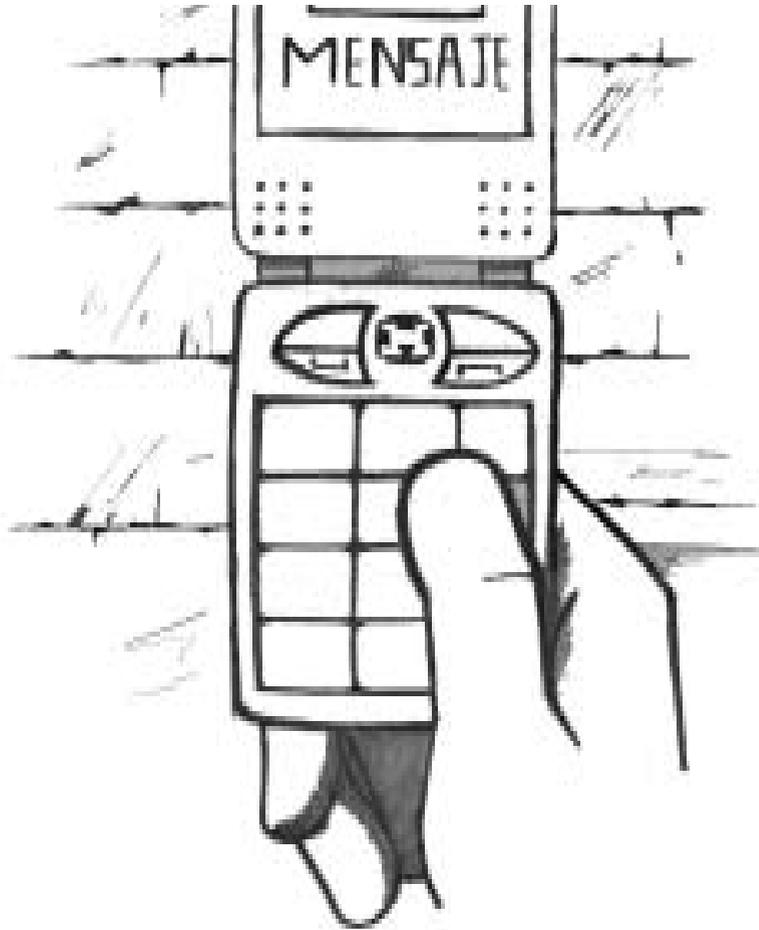
Cuando se dirigió hacia la sede del PP, una multitud se reunía ya en la boca del metro más próxima. “Uno de cada cuatro ciudadanos recibí el mensaje”³, calcula el director general de l’Asociación d’Agencias de Marketing Directo e Interactivo, Antonio Traugott. Se cree que entre 5.000 y 7.000 personas se concentraron en la sede del PP en la calle Génova de Madrid. El men-

² Datos recogidos en la Cadena Ser y divulgados a través del portal a radiocable.com, de donde también se obtuvo el mensaje inicial.

³ Estos datos corresponden a una estimación basada en datos indirectos de otras convocatorias similares llevadas a cabo en otros países como Singapur (VI Congreso de Publicidad Interactiva, Málaga, marzo de 2004).



Cibersociedad



saje pronto llegó a Barcelona donde se convocó una manifestación parecida. Rápidamente, las principales ciudades españolas (Valencia, Sevilla, Bilbao, Zaragoza, Palma de Mallorca, Las Palmas, Granada, Alicante, Oviedo, Santiago de Compostela,...) recibieron el mismo mensaje u otros parecidos, que propiciaron otras tantas concentraciones ante las sedes del PP, en lo que se llamó "la noche de los mensajes cortos".

Según las características clásicas de la comunicación, el o los receptores del primer acto comunicativo (el envío del mensaje inicial) debe ser considerado múltiple y discreto –en primer lugar el grupo de amigos del convocante–. Pero, a partir de ahí, un abanico de nuevos receptores se convierten en nuevos emisores por el efecto multiplicador de la consigna final del mensaje: "¡pásalo!". A medida que va circulando de teléfono móvil en teléfono móvil, los receptores van aumentando en progresión geométrica. En la misma proporción, crecen los eventuales nuevos emisores.

La difusión del mensaje inicial se vio favorecida por las flexibles y adaptables estructuras en red que cada individuo posee en las sociedades tecnológicas modernas⁴. En este caso, las estructuras

⁴CASTELLS, Manuel, *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad*, Random House Mondadori, Barcelona, Debolsillo, 2003.

⁵ Según el Observatorio Español de Internet, en la

que se ha podido comprobar que actuaron en la expansión del primer llamamiento al *flash mob* fueron las listas de amigos de los teléfonos móviles, las listas de distribución de correo electrónico, los foros de internet y los chats⁵. Estas estructuras en red tienen un alto grado de eficacia, ya que los mensajes se reciben de personas cercanas (familiares y amigos), a diferencia de los envíos masivos e indiscriminados tipo SPAM.

El *flash mob* que ahora se analiza es paradigmático de la nueva era de la comunicación, caracterizada por ser autónoma, interpersonal e instantánea. Autónoma porque cualquier individuo puede crear su propio mensaje y convertirse en emisor; interpersonal porque es un tipo de comunicación en la que se actúa básicamente de persona a persona (no de una persona a una masa) e instantánea porque el lapso de tiempo entre la emisión y la recepción del mensaje suele ser muy corto. Gracias a esta instantaneidad comunicacional, se puede explicar la rapidez de la convocatoria: en apenas dos o tres horas se gestó el encuentro⁶.

En esta nueva era tecnológica, un emisor desconocido, sin necesidad de grandes medios y con un coste insignificante (pocos céntimos de euro), puede desencadenar un encuentro masivo con significado político. Con los medios de comunicación clásicos, un encuentro como éste no se habría podido organizar con tanta rapidez, especialmente en el supuesto de que el convocante fuera un ciudadano desconocido y anónimo. Este individuo difícilmente habría tenido cabida en un medio de masas convencional (prensa, radio o televisión) para misma jornada del 11-M se produjo un aumento del tráfico habitual en Internet del orden de ocho veces el habitual (López, 2004). El texto de López (2004) resulta también muy ilustrativo sobre el gran consumo de medios de comunicación, convencionales y no convencionales, durante las fechas en estudio.

⁵ Por este motivo, este tipo de citas se conocen con el término flash.

⁷ Alfredo Urdaci, ex director de informativos de Televisión Española

lanzar una convocatoria de esta naturaleza.

Otros factores que probablemente ayudaron al éxito de la convocatoria tienen que ver con factores textuales o redaccionales del mensaje inicial. Si analizamos el discurso de aquel primer mensaje, se observa que su autor se distancia de los partidos políticos. Con la sentencia "Sin partidos", el autor quiere desmarcarse de los poderes establecidos y de esta manera abrir el perfil de los convocados a las amplias bolsas de ciudadanos poco implicados en política, desengañados de los gobernantes y abstencionistas habituales.

A ello, hay que añadir el empleo de un tono irónico, simpático y despreocupado, ideal para combatir la tensión que se vivía en aquellos días en España. La ironía viene dada por un inicio con dos preguntas retóricas llenas de ingenio ["¿Aznar de rositas? ¿Le llaman jornada de reflexión y Urdaci⁷ trabaja?"].

Además de este inicio original y cautivador, el autor del mensaje apela a la verdad ["Por la verdad"], con lo que centra el objetivo del *flash mob* en la aclaración de los hechos ocurridos el día 11 de marzo, en particular la autoría del atentado. Con esta apelación, se logró centrar las miradas en el plano ético –y no en el político–, como sostiene Castells (2004), quien ha calificado los hechos de "revolución ética". Esta hábil combinación de ironía, despreocupación y distanciamiento respecto al sistema pudo facilitar la penetración del mensaje en sectores de la población que tradicionalmente han ocupado una posición marginal en relación con las

(TVE), se había distinguido por su cercanía al Partido Popular en los últimos años. Durante los años que ejerció el cargo, la Audiencia Nacional condenó a TVE por manipulación informativa por haber minimizado el impacto de la huelga general del 20-J.

⁸ El texto completo del discurso de Mariano Rajoy puede encontrarse en: CORTIÑAS, Sergi, "Aproximació a l'estudi dels actes comunicatius



Cibersociedad

esferas de poder.

Es indudable que el común de los ciudadanos estaba extremadamente sensibilizado con los poderes políticos por la matanza del 11 de marzo y la posterior gestión de crisis por parte del Gobierno de José María Aznar. Parecía, pues, un momento idóneo para que un mensaje de estas características tuviera una acogida como la que tuvo.

La respuesta del Partido Popular a las concentraciones ante las sedes de su partido llegó al cabo de tres horas de haberse iniciado el *flash mob*. El líder del Partido Popular y candidato a la presidencia del Gobierno, Mariano Rajoy, apareció en *prime time*, pasadas las 21.00 horas del 13 de marzo, en directo a través del *Telediario Fin de Semana* de la primera cadena de Televisión Española y, en directo o en diferido poco después, por el resto de cadenas de televisión y radios del país.

En su discurso, el líder del PP calificó las concentraciones de "ilegales e ilegítimas"⁸ y adquirió un papel de defensor de las libertades y la democracia, de garante del proceso electoral, que resultó poco creíble en unos momentos de tanta tensión política. Rajoy optó, al mismo tiempo, por adoptar un rol victimista que seguramente se le volvió en contra. Fue una intervención poco afortunada en el fondo y en la forma, ya que, sin querer, Rajoy originó una segunda oleada de mensajes de móvil que llamaba a nuevas convocatorias en otros lugares y con otros lemas⁹. Sin pretenderlo, el candidato popular mostró un tono autoritario y un rostro crispado de la jornada de reflexión del 13-M, comunicación presentada en el VII Congreso de Historiadores de la Comunicación (AHC). AHC, Barcelona, 18-19 de noviembre de 2004.

⁹ Se trató de otros *flash mob*, de menor importancia, convocados especialmente en la zona centro de Madrid.

¹⁰ Otro fenómeno comunicativo destacable es el gran consumo de medios de comunicación ocurrido en las fechas del análisis.

¹¹ COMAS, Eva, "La SER ante el 11-M", en **Trípodos**, núm. extra

que abonó el terreno para que oportunistas malintencionados hicieran circular rumores muy graves.

Del estudio de los actos comunicativos ocurridos entre el 11 y el 14 de marzo, hay que reseñar otro fenómeno con cierto interés, que se desarrollará ahora de modo más sucinto¹⁰. Se trata de la proliferación de rumores de todo tipo, sobre todo, durante la tarde-noche del sábado 13 de marzo. Los rumores más graves decían que el Partido Popular, ante las manifestaciones que rodeaban sus sedes en plena jornada de reflexión, iba a suspender las elecciones. Una variante de este rumor afirmaba que el PP preparaba un golpe de Estado. Otros rumores aparecidos durante los días en los que se realizó la investigación fueron que George W. Bush había aparecido en una cadena internacional de televisión para pedir perdón al pueblo español por las graves consecuencias de los atentados y, por último, la supuesta presencia de un terrorista suicida en los trenes siniestrados en Madrid. Ninguno de estos cuatro rumores se ha verificado hasta la fecha.

Fueron intentos de intoxicación informativa, cuya génesis, en algunos casos, está relacionada con las redes que propagaron el *flash mob*. Ante esta miríada de rumores, para el común de los españoles distinguir entre información y desinformación se convirtió en algunos momentos una tarea sumamente compleja.

El avance de estas informaciones adulteradas en los medios tradicionales fue poco significativo. En cambio, en los medios no tradicionales estos rumores gozaron de una amplia cobertura, algo que llevó a aumentar la tensión y la confusión entre los ciudadanos. Tres de estos cuatro rumores se gestaron y se expandieron a través

2004 11-M 14-M. Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna-URL, 2004.



de los medios no convencionales (foros, chats, correos electrónicos o mensajes cortos de móvil).

El único rumor que se generó en un medio de comunicación convencional fue el referente al terrorista suicida, cuya primera aparición se sitúa en la Cadena Ser –medio próximo al PSOE– en la noche del mismo jueves 11 de marzo. A pesar de este borrón y de cierto sesgo hacia las visiones de la oposición, la Ser fue uno

de los medios que trabajó de manera más activa con el objetivo de esclarecer la autoría del atentado antes de las elecciones del domingo¹¹.

Si bien las televisiones estudiadas atajaron satisfactoriamente los rumores del análisis, su cobertura de los

¹² Sobre el tratamiento de la información en televisión durante esos días existe un número doble monográfico con datos exhaustivos de la revista **Quaderns** del CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya), 19-20, "11-14-M: la construcció televisiva", abril-diciembre 2004. Véase,



Cibersociedad

atentados en Madrid pecó de un exceso de sensacionalismo, fenómeno que se agravó por la cantidad de horas de programación informativa referida al atentado –en muchos momentos del jueves y viernes las cadenas generalistas estudiadas se convirtieron en canales informativos *non-stop*–. A ello hay que añadir que la cadena pública TVE1 y la privada Antena 3 hicieron un seguimiento de los hechos, en particular de los aspectos relacionados con la autoría del atentado, poco plural, ya que estuvieron siempre muy cerca de la línea oficial del Gobierno del PP. Tele 5, por su parte, supo adoptar una posición más ágil y más abierta a las informaciones y opiniones provenientes de círculos ajenos al poder central (oposición, movimientos sociales, líderes autonómicos...)¹².

En esos momentos de crisis, según los datos recabados, el medio de comunicación que se comportó de forma más ajustada a los hechos fue el periódico informativo. En ninguna de las páginas de *El País*, diario de referencia en España, ni de *La Vanguardia*, diario más influyente en Barcelona¹³, se dio cabida en los días en estudio (11-14 de marzo) a los cuatro rumores citados. Del mismo modo, los dos diarios analizados mantuvieron a raya el sensacionalismo y ofrecieron una información plural.

En consecuencia, se puede inferir que en aquellos instantes de gran confusión el periódico de información, ya sea en su versión en papel o electrónica, se convirtió

entre otros, el artículo de ESTRADA, Anna. “Els actors en la pantalla”, en la revista citada.

¹³ *El País* y *La Vanguardia* fueron los periódicos elegidos para realizar esta investigación. Se pueden suponer resultados análogos para otros diarios informativos-interpretativos españoles en las mismas fechas.

¹⁴ CASTELLS, Manuel, *La comunicación en la era de internet*, conferencia organizada por la Universitat Pompeu Fabra, Fundación Conde de Barcelona i Grupo Godó. Barcelona, 22 de abril de 2004.

¹⁵ CASASÚS, Josep Maria, *Perspectiva ética del periodismo electrónico*, ponencia en el “Primer Congreso sobre Análisis del Mensaje Periodis-

en el *locus* comunicativo donde discernir la verdad de la mentira, donde separar la información contrastada de la mera especulación.

Conclusiones

El *flash mob* fue el acto comunicativo más importante en la medida que reveló un nuevo poder fáctico: las nuevas tecnologías. Jamás un simple mensaje de móvil había alcanzado tanta relevancia social. Los políticos contemplaron atónitos cómo un ciudadano desconocido podía incluso intervenir en la agenda política y mediática, algo impensable hace unos pocos años.

Estamos ante lo que expertos como Castells (2004) han bautizado con el nombre de revolución del pulgar, en referencia al dedo principal de la mano en el proceso de escritura de los mensajes cortos de texto de los teléfonos celulares. Esta revolución del pulgar ha cambiado la forma de comunicarse en los países desarrollados. Ahora se ha podido determinar que las nuevas tecnologías se han convertido, al mismo tiempo, en un nuevo actor político. En la tarde-noche del día 13 de marzo de 2004, en una carrera contra el tiempo por conocer la verdad, miles de españoles participaron en unas concentraciones ante las sedes del Partido Popular que se gestaron con una extraordinaria rapidez y se convocaron a través de medios de comunicación no convencionales.

Una parte del éxito del *flash mob* analizado debe ser atribuido al estado general de excitación que había en el país a causa del atentado y de la gestión informativa de la crisis por parte del Gobierno de José María Aznar.

Otra parte significativa del éxito se debe al buen hacer del convocante inicial y redactor del primer mensaje de texto. Su autor acertó en distanciar la manifestación de la esfera de los partidos políticos y en el hecho de

apelar a la verdad, en lugar de otros conceptos. Además, el emisor de la primera convocatoria administró con maestría la ironía y la sagacidad, al tiempo que supo transmitir y amplificar lo crucial del momento con el demoledor efecto de la última palabra: ipásalo! Nunca antes 158 caracteres alfanuméricos habían tenido una repercusión tan importante.

Es imposible medir la influencia que las concentraciones de la víspera electoral tuvieron sobre los resultados de los comicios del 14 de marzo de 2004, día en el que el Partido Popular se vio obligado a pasar a la oposición. Lo único que se puede aseverar es que el *flash mob* obligó a improvisar sendas intervenciones al candidato del PP a la presidencia del Gobierno, Mariano Rajoy, al portavoz del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba, y al ministro portavoz del Gobierno, Eduardo Zaplana. Para mayor abundamiento, los medios de comunicación nacionales e internacionales se hicieron eco de las manifestaciones casi inmediatamente, sobre todo gracias a que los equipos móviles ya se encontraban instalados frente a las sedes del PP con el objetivo de conectarse 24 horas más tarde para conocer las opiniones de los responsables de este partido en plena noche electoral.



El viejo sistema de comunicación de masas requiere de reformulaciones para adecuarnos a los nuevos tiempos. Se atisba ya con alguna claridad un nuevo modelo de comunicación establecido a partir de las redes propias de cada individuo. Estamos ante una nuevo modelo

tico: Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia", organizado por el Departamento de Periodismo 1 de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.



Cibersociedad

de sociedad en forma de potentes redes, concepto bien establecido y desarrollado por Castells¹⁴. El individuo goza de una mayor autonomía, hasta el punto de poder, sin grandes medios económicos, desencadenar con inusitada rapidez un encuentro con alto significado político. La comunicación persona-persona, con constante interactividad, ha dejado atrás el sistema de un solo emisor dirigido a una masa más o menos homogénea.

El control de la información en este nuevo modelo comunicativo es sumamente complejo. La mayor libertad en la creación y la circulación de las noticias conlleva un serio problema: la desinformación o la información no verificada. Esto se pudo comprobar durante los días en los que se llevó a cabo el estudio (del 11 al 14 de marzo de 2004). En esas jornadas proliferaron los rumores y las intoxicaciones informativas. Fue realmente difícil para el ciudadano conocer la realidad, la verdad de los hechos. El ciudadano común asistió a unos momentos de grave crisis de credibilidad en los medios. Sólo el distanciamiento, es decir, el paso del tiempo, ha permitido analizar de manera profusa el comportamiento que tuvieron realmente los medios. A la luz de los resultados obtenidos en esta investigación, los canales de información alternativos (internet, mensajes de móvil y otros) fueron fuente constante de datos inciertos, inexactos o deliberadamente falsos. La mayor libertad en la génesis y la circulación de la información ha constituido un progreso evidente, pero alguna de sus consecuencias plantea ciertas inquietudes. Los rumores pueden propagarse con una facilidad extraordinaria, hasta el punto de poner en jaque las más elementales reglas del juego democrático de la sociedad civil. No es precisamente una buena noticia, ni un avance ni una mejora que circule libremente el dato de la preparación de un golpe de Estado durante más de 24 horas gracias a las ventajas del nuevo sistema comunicacional. En

este punto, es del todo necesario volver a las raíces de la profesión periodística, que tiene asignada de manera tácita la labor de aportar información veraz al público. Como ha defendido Casasús¹⁵, en la era digital la ética es "la razón de ser fundamental del periodismo". Por el contrario, los diarios de información han sido los que mejor supieron atajar los rumores que circularon por otros medios. Los dos periódicos estudiados (*El País*

Madrid, 16 de noviembre de 2000.

y *La Vanguardia*) discernieron correctamente entre información y especulación. Su actuación en la misión de *gatekeeper* que la sociedad les tiene encomendada fue, en este sentido, irreprochable.

Bibliografía

BOIX, Andrés, *Libertad de expresión y pluralismo en la Red*, en **Revista Española de Derecho Constitucional**, núm. 65, mayo-agosto 2002.

CASASÚS, Josep Maria, ***Perspectiva ética del periodismo electrónico***, ponencia en el "Primer Congreso sobre Análisis del Mensaje Periodístico: Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia", organizado por el Departamento de Periodismo 1 de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 16 de noviembre de 2000.

CASTELLS, Manuel, ***La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad***, Random House Mondadori, Barcelona, Debolsillo, 2003.

_____, ***La comunicación en la era de internet***, conferencia organizada por la Universitat Pompeu Fabra, Fundación Conde de Barcelona y Grupo Godó, Barcelona, 22 de abril de 2004.

_____, ***La sociedad red***, Madrid, Alianza, 2000.

COMAS, Eva, *La SER ante el 11-M*, en **Trípodos**, núm. extra 2004 11-M 14-M. Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna-URL, 2004.

CORTIÑAS, Sergi, ***Aproximació a l'estudi dels actes comunicatius de la jornada de reflexió del 13-M***, comunicación presentada en el VII Congreso de Histo-

riadores de la Comunicación (AHC), AHC, Barcelona, 18-19 de noviembre de 2004.

DÍAZ NOCI, Javier, y SALAVERRÍA, Ramón (coords.), ***Manual de Redacción Ciberperiodística***, Barcelona, Ariel, 2002.

ESTRADA, Anna, *Els actors en la pantalla*, en **Quaderns del CAC** (Consell de l'Audiovisual de Catalunya), 19-20, "11-14-M: la construcció televisiva", abril-diciembre, Barcelona, CAC, 2004

LESSIG, L., ***El código y otras leyes del ciberespacio***, Madrid, Taurus digital, 2001.

LÓPEZ, Guillermo, ***El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis***, comunicación presentada en el II Congrés Online de Observatori per a la Cibersocietat, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 2004.