
Carmen María López-Rico

<http://orcid.org/0000-0001-7214-1142>

carmen.lopezr@umh.es

Universidad Miguel Hernández

José Luis González-Esteban

<http://orcid.org/0000-0001-9100-7336>

jose.gonzalez@umh.es

Universidad Miguel Hernández

Recibido

29 de abril de 2019

Aprobado

16 de junio de 2019

© 2019

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.32.4.325-341

www.communication-society.com

2019 – Vol. 32(4)

pp. 325-341

Cómo citar este artículo:

López-Rico, C. M.^a & González-

Esteban, J. L. (2019). Los

movimientos sociales en la política

y los medios: El caso de la

Plataforma Pro-soterramiento de

las vías de Murcia en las

elecciones locales de 2019.

Communication & Society, 32(4),

325-341.

Los movimientos sociales en la política y los medios: El caso de la Plataforma Pro-soterramiento de las vías de Murcia en las elecciones locales de 2019

Resumen

El 15M fue la primera reacción de algunos de los movimientos sociales más importantes de los últimos años en España. Las mareas dedicadas a la educación y sanidad fueron el resultado de aquel germen, pero tras unos años de inacción social, los movimientos ciudadanos parecen reavivarse gracias a las manifestaciones feministas del 8 de marzo de 2018 o por la pérdida de poder adquisitivo de los pensionistas. En este tiempo, donde las mayorías parlamentarias están en declive, parece que las plataformas ciudadanas están surgiendo como alternativa para reclamar a las instituciones sus demandas. En el caso que nos ocupa, los ciudadanos de Murcia se han organizado para pedir al Gobierno que cumpla con el plan de soterramiento de las vías del AVE, tal y como les prometieron. Por ello, la Plataforma Ciudadana Pro-Soterramiento ha realizado diferentes manifestaciones y ha desarrollado una estrategia de comunicación masiva de éxito gracias a las redes sociales. El estudio, realizado en dos fases, pretende analizar a través de métodos cualitativos y cuantitativos: la estrategia comunicativa de la mencionada Plataforma y conocer qué capacidad ha tenido a la hora de formar parte de las conversaciones en Twitter de la prensa y la política de Murcia de cara a las elecciones municipales y autonómicas de 2019 en la región de Murcia.

Palabras clave

Movimientos sociales, protestas ciudadanas, Murcia, soterramiento vías, Ciudadanía y medios, trenes AVE, Elecciones 2019.

1. Introducción

En los últimos años los movimientos sociales están adquiriendo cada vez más visibilidad en la esfera pública. Los medios se hacen eco de distintas protestas ciudadanas que se articulan en diferentes plataformas o asociaciones como las llamadas ‘mareas’ (Sánchez, 2013) que se han impulsado desde diversos colectivos relacionados con la educación (verde); la sanidad (blanca); granate (jóvenes emigrantes en busca de trabajo); roja (parados e investigadores); azul (contra la privatización del agua); morada/lila (feminista). Finalmente, un compendio de ‘mareas’ dieron origen a la ‘Marea Ciudadana’ que fundamentalmente aglutinó a los

movimientos (mareas) cívicos que reivindicaban el cese de los recortes en Educación y Sanidad (Gil de Biedma, 2014, p. 7).

El germen plantado el 15M (2011) generó la idea del ‘Sí se puede’, en la que se apoyaron diversos colectivos para reivindicar sus derechos a través de un movimiento asambleario que tuvo su eje central en la Puerta del Sol de Madrid. Este sentimiento y modo organizativo se materializó también en la creación de Podemos, un partido que supo recoger el sentimiento de descontento general de las clases medias y que, siguiendo con las asambleas, crearon ‘círculos’ que se dividían en distintos asuntos y territorios (Rivero, 2014).

Este aumento en la visibilidad de los ciudadanos se extendió de forma global con movimientos como #YoSoy132 o Ayotzinapa u otros en México (González-Esteban, López-Rico, 2016, p. 3), la Primavera Árabe, *The Umbrella Movement* en Hong Kong, #Ferguson, contra el racismo en EE.UU. o el más reciente #MeToo contra los abusos sexuales, así como las concentraciones masivas del 8M de 2018 en España, de las que se hicieron eco diversos medios internacionales y que marcaron un antes y un después en la movilización feminista en España¹.

El poder de la sociedad es indiscutible y parece que los ciudadanos tienen cada vez más conciencia de ello. A pesar de que los medios no siempre están abiertos a escuchar las demandas sociales acaban haciendo un hueco en su agenda a aquellos que consiguen aglutinar a una masa considerable o despertar el interés mediático con un tema que a estos les parezca que captará audiencia.

En este estudio abordamos estos temas centrándonos en el caso de la Plataforma Pro-soterramiento del AVE en Murcia, que ha luchado desde hace 30 años para que el Gobierno cumpliera su promesa inicial de soterrar las vías de alta velocidad, evitando así partir la ciudad y dejar a una gran parte de los vecinos aislados del centro de la localidad.

El caso que nos ocupa es un ejemplo de que las movilizaciones sociales son efectivas. Que el AVE llegará soterrado a Murcia es un hecho, así lo declaró en 2018 la presidenta de ADIF, Isabel Pardo².

2. El papel de los movimientos sociales en la esfera pública

Distintos expertos explican cómo desde 1980 hasta 2008 en la sociedad española se fue produciendo una normalización de la protesta mediante un aumento del número de manifestaciones y de manifestantes en las calles, fundamentalmente de la capital de España donde se aglutinan las principales instituciones y administraciones del Estado. En este sentido, estos mismos expertos (Jiménez, 2012, p. 61-63) matizan que en esa “normalización”, durante los años 80 del siglo XX, influía “la incidencia de las manifestaciones contra el terrorismo y sus efectos de aprendizaje político” (Verdú, 2013, p. 3).

Actualmente, vemos el 15M como el detonante de muchos de los movimientos sociales que han devenido tras el descontento generado en la población desde 2008 con la crisis económica mundial; la salida a la luz de la corrupción endémica; la modificación del artículo 135 de la Constitución (límite de gasto) y las políticas de recortes que afectaron a miles de personas; porque el conjunto de estos acontecimientos, provocó una oleada de protestas que fueron concretándose en distintas reivindicaciones, pero que marcaron una nueva etapa tras el 2011. El paso del sujeto pensante y autónomo al colectivo pensante autónomo (Cohn-Bendit, 2013) cobraba relevancia y resultaba crucial.

¹ Gil, I., Pascual, A. & Villarino, A. (2018, marzo, 09). 8-M histórico: millones de españolas llevan el feminismo al corazón del debate político. *El Confidencial*. Retrieved from https://www.elconfidencial.com/espana/2018-03-09/8-m-historico-millones-feminismo-partidos-politicos_1532930/.

² Buitrago, M. (2018, julio, 21) Isabel Pardo: “Es viable que el AVE llegue soterrado en el año 2020”. *La Verdad*. Retrieved from <https://www.laverdad.es/murcia/vamos-pelear-llegue-20180721004039-ntvo.html>.

Algunas de los movimientos más importantes que surgieron o consolidaron a partir del 15 M fueron: PAH, Democracia Real Ya, Centro de medios, Juventud sin Futuro, Eurovegas No, Mareas, Occupy Internacional, 15MpaRato, centros sociales o huertos urbanos.

2.1. *Cómo hacerse un hueco en la agenda mediática*

Los medios de comunicación son fundamentales a la hora de configurar la agenda pública. Como ya sabemos, estos son los encargados de filtrar la información a los ciudadanos mediante el proceso de establecimiento de la agenda (*agenda setting*) en la que deciden tanto qué temas que conocemos como su importancia (McCombs & Shaw, 1972).

En este sentido, en estas movilizaciones ciudadanas, resulta fundamental encontrar la forma de llamar la atención de los medios, y una forma de conseguirlo es a partir del “establecimiento inverso de la agenda”, captando la atención de los medios tradicionales a partir de acciones estrategias comunicativas, por ejemplo, el activismo político en redes sociales. En definitiva, el éxito de esa estrategia llevará el mensaje a los grandes altavoces mediáticos (Jiang, 2014). La Plataforma Pro-Soterramiento, es un ejemplo de ello, ya que ha conseguido entrar en la agenda mediática gracias a su estrategia fundamentada en las redes sociales, principalmente Facebook, generando una comunidad crítica que captó esa atención.

Citando a Meyer & Minkoff, (2004) “la oportunidad política”, es decir, que el tema suscite o no interés en la esfera política e institucional está determinado por factores externos al movimiento social que van a aumentar o disminuir la movilización en sí. El segundo factor, “es la estructura de oportunidad mediática (Cammaerts, 2012) que determina las posibilidades de acceso de los activistas políticos a la agenda de los medios”. En este sentido, la redactora jefe de *La Opinión* de Murcia, Lola García Abellán confirma para esta investigación el seguimiento que los medios tradicionales hacen de las redes sociales de colectivos e individuos activistas para seguir ciertos temas. Las redes sociales de la Plataforma han resultado fundamentales para colocarse en la agenda mediática, en *La Opinión* publicada. Recordaba Dader (1990) que en la fase de capitalismo avanzado se ha conseguido “domesticar la sensación de frustración” en la mayoría de la sociedad, pues bien, un ejemplo como el referenciado que inicia su actividad en los años 90 y se potencia en las últimas fechas, viene a contraponer dicha percepción predominante.

2.2. *Internet como alternativa*

Internet ha supuesto una herramienta decisiva para los movimientos sociales y la ciudadanía en general. Ha acabado con el control exclusivo de los medios sobre la selección, producción y difusión de información (Casero-Ripollés, 2010), que “se ven obligadas a interaccionar con los ciudadanos y los nuevos actores informativos en la producción y distribución de las noticias” (Jenkins, 2006; Deuze, 2007). Son muchos los ejemplos que durante los últimos años se han desarrollado de proyectos periodísticos nacidos en la red, apoyados en las redes sociales y justificados en la denuncia ciudadana. Medios cívicos que han terminado influyendo decisivamente en medios tradicionales (González-Esteban, López-Rico & Ortiz-Marín, 2019).

La automediación, es decir, producir y difundir sus propios temas. En cuanto a la creación de información, permite a los movimientos sociales “construir una narrativa propia contra-hegemónica y crítica que exprese sus intereses, dé voz a los sin voz y ejerza un rol oposicional frente a las elites dominantes” (Fuchs, 2014). Ejemplo claro fue el 15M, donde crearon sus propios canales informativos como *Sol TV*, desde el cual retransmitían en directo las acampadas en la Puerta del Sol, consiguiendo internacionalizar las protestas y formar parte de la agenda de medios internacionales como *The Washington Post*, *Al Jazeera* o *The New York Times* (Casero-Ripollés, 2012).

En cuanto a la difusión, otro de los fenómenos de las redes sociales, es la viralización, que se consigue por la capacidad de los ciudadanos de compartir información. Aunque en el caso que nos ocupa los medios siguieron el tema en las redes sociales, si no es así en un

principio, podemos conseguir llamar su atención con la viralización de este, ya que al despertar el interés del público conseguiremos poner el foco en el tema y pasará a ser de interés de los medios para poder ofrecerle información a su audiencia. Sin embargo, las redes sociales no están exentas de controles que impiden un espacio de libertad absoluta. Los expertos advierten que en ocasiones hay una incidencia empresarial (Facebook, Twitter) cuyos intereses no siempre están alineados con las protestas que se difunden en sus canales y proceden a cerrar cuentas de activistas o movimientos basándose en sus políticas de uso (Cammaerts, 2012).

Las redes sociales también son una forma de “monitorizar a los gobiernos” y controlar las políticas públicas. Los ciudadanos pueden estar vigilantes y denunciar los abusos y corrupción sin esperar que los medios de comunicación tradicionales lo hagan por ello “potencialmente, puede llegar a condicionar la agenda mediática y política” (Casero-Ripollés & Feenstra, 2012).

La Plataforma Pro-soterramiento nace para reclamar unas infraestructuras que garanticen que no exista riesgo para la población. Pero no solo han reclamado el soterramiento de la vía, sino que han puesto el foco en la corrupción derivada de la gestión público-privada que ha existido en este asunto, difundiéndose como las constructoras no justificaron más de seis millones de euros a Hacienda³.

3. Origen y funcionamiento de la Plataforma Pro-Soterramiento en Murcia

El objeto principal de nuestra investigación se fundó en 1991 con la agrupación de diferentes asociaciones vecinales que reclamaban una solución para los problemas de soterramiento de las vías ferroviarias por las inmediaciones de la Estación Ferroviaria de El Carmen, una zona de la ciudad que por los años 90 del siglo pasado sufrió un aumento poblacional y urbanístico rápido.

El problema del soterramiento ha preocupado desde hace 30 años a los murcianos, debido a que las vías del tren han dividido a la ciudad en dos, dejando a gran parte de los vecinos con serios problemas de comunicación con el centro de la urbe. La construcción de un paso para vehículos bajo las vías en la carretera de El Palmar-Cartagena, dio una alternativa a los vehículos, pero los peatones tenían que utilizar un paso subterráneo que se negaban a transitar por considerarlo peligroso; es este hecho el que provoca la transformación de la agrupación vecinal en esta plataforma para luchar por una misma causa, el soterramiento de las vías.

Domingo Centenero, miembro de la asociación, cuenta que el padre Tornel es el que crea la plataforma específica sobre el soterramiento y que decide que el paso a nivel de Santiago el Mayor pasara a denominarse como la Plaza del soterramiento, “un lugar mítico, de referencia que genere un espacio de relación de los vecinos y que se conozca la propuesta por toda la ciudad”.

A mediados de los 90 se empiezan a reunir en la Plaza del soterramiento⁴ (en realidad C/Pio XII con C/Orilla de la vía), de manera intermitente, “hay un momento en que la protesta decae, a partir de 2004/05 parece que las cosas se van a hacer y en 2006 se firma el convenio y una declaración de impacto ambiental y esto genera que las protestas decaigan”, apunta Centenero en entrevista concertada para la presente investigación.

Con la llegada a la alcaldía de Miguel A. Cámara (PP) en 1995, en la que estará durante 10 años. El alcalde realiza “la promesa de realizar la mayor urbanización que había visto Murcia en un siglo, según él, y que consistía en la eliminación de esta cicatriz ferroviaria y la unión de las dos partes de la ciudad”. Pero los ciudadanos saben que, si llega el AVE antes que el

³ López Munuera, O. (2017, diciembre, 14). Las constructoras del AVE no justificarían el 35 % del dinero facturado a Adif *Eldiario.es*. Retrieved from https://www.eldiario.es/murcia/corruptcion/constructoras-AVE-justificarian-facturado-Adif_o_718479158.html.

⁴ La Plataforma cuenta que llegaron a tener este nombre en Google Maps durante un tiempo.

soterramiento, este nunca se hará. Así que comienza el enfrentamiento entre las administraciones local y regional y la Plataforma decide asumir como referente la estructura organizativa de las Madres de la Plaza de Mayo, en Argentina (CADHU, 2014, p. 69) y concentrarse todos los martes a una hora determinada que va cambiando según el ciclo horario. Como esas concentraciones van siendo conocidas, se van organizando manifestaciones alternativas y poco a poco, como predijo el padre Tornel, va consolidándose el mensaje entre la opinión pública murciana.

La Plataforma está constituida de forma asamblearia y el comité está compuesto por 20 personas, pero cualquier vecino puede acudir a sus asambleas y manifestaciones. No reciben financiación pública y se mantienen con las aportaciones vecinales.

No tienen un plan de comunicación como tal, solo tienen claro que “nunca van a mentir a los medios ni a los vecinos”, comenta su responsable de prensa, Antonio Hernández. Su comunicación se basa en las redes sociales, sobre todo Facebook y Twitter, y su web www.soterramientomurcia.es. “Las redes son gratis, están 24 horas a nuestro servicio y son fundamentales para trasladar nuestro mensaje principal: No al AVE sin soterramiento”, explica Hernández.

Sus perfiles en redes sociales demuestran la importancia de Facebook como el canal con más seguidores (23112) y con un alto índice de ‘Me gusta’ (22544), seguido de Twitter (11800) e Instagram (1556).

El Informe Sociedad Digital en España de 2018 constata que en la Región de Murcia, ha aumentado el porcentaje de viviendas con Internet, superando en 1,3 % la media nacional (Fundación Telefónica, 2019, p. 275). Por ello, desde la Plataformas son conscientes de que las redes sociales les han permitido difundir su mensaje y si consiguen su meta, que el AVE llegue soterrado a Murcia, no saben cuál será el futuro de la Plataforma, pero “el objetivo es terminar de culminar lo que hemos empezado”, afirma su responsable de comunicación y portavoz, Antonio Hernández.

Para Domingo Centenero, es importante conocer que Twitter y Facebook son públicos diferentes: “Lo que nos ha permitido Facebook es salir del marco de los medios y la publicidad que hemos conseguido con algunos contenidos que se han viralizado, nos han dado estadísticas que se salían, en algún momento superaban a un periódico regional”.

4. Metodología y objetivos

Uno de los objetivos principales de esta investigación es conocer el nivel de inclusión de la Plataforma pro-soterramiento en los perfiles de Twitter de políticos y prensa más importante de la Región de Murcia antes de las elecciones autonómicas y municipales de 2019.

Se ha escogido esta red social porque es la más utilizada por políticos y medios de comunicación, así como una de las dos canales online más importantes de la Plataforma.

Partimos de las siguientes hipótesis:

H1. La Plataforma ha conseguido marcar la temática en Twitter de los políticos y partidos de Murcia con el soterramiento.

H2. La Plataforma ha conseguido que los medios de comunicación sigan sus informaciones y se han convertido en la fuente principal sobre el tema.

H3. Parte del éxito comunicativo de la Plataforma se debe a que han conseguido mantenerse como un movimiento cívico apolítico.

H4. Las redes sociales han sido fundamentales para conseguir sus objetivos comunicativos y crear una imagen positiva del movimiento en la ciudadanía.

Metodológicamente, además de una revisión bibliográfica pertinente y actualizada sobre los movimientos sociales y su influencia en las políticas públicas y los medios, hemos combinado métodos cuantitativos, como el análisis de contenido (Bardin, 1991), y cualitativos, como entrevistas estructuradas y semiestructuradas. En este caso consultando a distintos

expertos en el tema desde la Plataforma Pro-soterramiento, a ciudadanos, partidos políticos y profesionales de la comunicación.

Hemos elegido estos dos tipos de entrevistas para adecuarnos a los canales con los que hemos contactado con los entrevistados; siendo la semiestructurada para aquellas que hemos tenido contacto presencial porque “presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados”. Y las estructuradas para las entrevistas realizadas por *email* ya que “tiene la ventaja de la sistematización” (Díaz-Bravo *et al.*, 2013, p. 163).

En una primera fase y tras un primer contacto con la Plataforma a través de una entrevista estructurada con un cuestionario enviado vía email a su responsable de prensa, recabamos información básica que nos permitió hacer un pequeño muestreo del impacto que han tenido en los medios a nivel nacional y en la región de Murcia, tanto en televisión, prensa, radio y prensa *online*.

Con la información general recopilada, realizamos las consultas al resto de entrevistados mediante un cuestionario por email, en el que les planteábamos a los distintos expertos seleccionados su percepción sobre las siguientes cuestiones:

- Estrategia comunicativa de la Plataforma en redes sociales.
- Cómo han tratado los medios de comunicación el tema a nivel nacional y regional/local.
- Qué tipo de medios han ofrecido más cobertura al asunto (prensa, televisión, radio, medios digitales).

Finalmente, se les pidió una valoración general de la estrategia comunicativa de la Plataforma y cuáles creían que eran sus puntos fuertes y débiles en este sentido.

Entre los entrevistados de esta primera fase destacan periodistas que han cubierto la información sobre este asunto, así como miembros de la propia Plataforma y ciudadanos que han participado en las movilizaciones en redes sociales y presencialmente. De este modo, contamos con las opiniones de Daniel Sáez, diseñador *freelance*; Carlos Nicolás Ortuño, analista de vídeo; Alejandro Vizcaíno Guillén, estudiante de Filosofía; José Alberto Pardo Lidón, periodista; Lola García Abellán, periodista de *La Opinión* de Murcia; Jorge Fernández Sánchez, estudiante; Luis Peñalver Sánchez, ingeniero e Inma Morga Sánchez, diseñadora gráfica.

En la segunda fase de la investigación nos centramos en la repercusión que la movilización ciudadana y su impacto mediático tendrán finalmente en la acción política pre-electoral. En este sentido, se ha realizado un análisis de contenido de las cuentas de Twitter de los partidos políticos con representación en el ayuntamiento de Murcia (@PopularesMurcia, @MurciaPSOE, @Cs_Murcia, @murcia_podemos, @IuMurcia, @VoxMurcia, @EsAhoraMurcia, @CambiemosMurcia), las de sus candidatos a las elecciones de mayo 2019 (los que se habían presentado hasta el momento del estudio: @SergioRamosRuiz, @SerranoJAntonio, @GinesRuizMacia, @oscarburu, @diegoconesa, @LopezMirasF, @Ballesta_Murcia, @mgfigal), los dos diarios más importantes de la Región (@diariolaopinion, @laverdad_es) y la propia Plataforma (@SoterramientoMu) escogiendo como muestra temporal del 18 al 31 de marzo.

La muestra ha sido seleccionada teniendo en cuenta tres hitos importantes en el tema objeto de estudio: el cierre del paso a nivel de Santiago el Mayor (19 de marzo) para comenzar las obras; el Consejo de Ministros del 22 de marzo, donde se aprobó la adenda modificativa al convenio de 2006 para la remodelación de la Red Arterial Ferroviaria (RAF) de Murcia⁵; y la reunión del Consejo de Administración de Adif (28 de marzo).

⁵ Europa Press (2019, marzo, 22). El Consejo de Ministros modifica el convenio para la financiación del soterramiento del ferrocarril en Murcia. *La Verdad*. Retrieved from <https://www.laverdad.es/murcia/consejo-ministros-modifica-20190322150001-nt.html>.

En total hemos analizado 321 tuits durante el periodo de muestra, filtrando para el estudio todos aquellos tuits que tenían relación con el tema, es decir, que contenían palabras como: soterramiento⁶, AVE, estación/es, El Carmen, Santiago el Mayor, vías, tren y paso a nivel. Para la descarga del material de análisis se ha utilizado la herramienta online Netlytic, que permite la recuperación de los tuits alojados en las API de Twitter. La hoja de codificación que hemos utilizado para el análisis de contenido se compone de las siguientes variables: número de tuits publicados, menciones a otras cuentas, términos más utilizados, fechas, retuits de otras cuentas y *hashtags* utilizados. Lo que nos ha permitido hacer promedios, líneas temporales de actividad de las cuentas y cuantificar las interacciones entre las cuentas mientras hablaban del tema en cuestión. El análisis de datos se ha realizado con el *software* Alterix, que permite el tratamiento, integración y análisis avanzado de datos. La visualización de resultados mediante Tableau. El procedimiento ha sido el siguiente:

1. Excluimos todos los tuits que no hayan sido publicados en el rango 18/03/19 al 31/03/19.
2. Incluimos todos los tuits de la Plataforma SoterramientoMu (ya que todos los tuits de esta cuenta versan sobre el tema de estudio) y para el resto de las cuentas seleccionadas en la descarga aplicamos un filtro de búsqueda de *string* sobre el campo *description* (contenido del tuit), con ello seleccionamos únicamente los tuits que contienen las cadenas de texto: soterramiento, soterr-, AVE, tren, vías, vías, estacion, estación, santiago el mayor, el carmen, estaciones y paso a nivel. De esta manera, seleccionamos para la muestra únicamente los tuits con información relacionada con el ámbito del estudio.
3. A través de herramientas para la búsqueda elaboramos listas en las que se especifica para cada autor cuales son las cuentas mencionadas, los *hashtags* usados y a que cuentas ha hecho retuit, y hacemos un recuento para saber el número de veces.
4. Usando las mismas palabras que hemos utilizado para seleccionar que tuits incluimos en la muestra y con la ayuda de herramientas de búsqueda de expresión regular obtenemos el número de veces que aparecen cada una de esas palabras en el set de datos.

En esta segunda fase también se han incorporado métodos cualitativos, realizado entrevistas estructuradas por *email* a distintos actores de los partidos con representación en el Ayuntamiento de Murcia, aunque solo hemos recibido respuesta de Ginés Ruiz Maciá (Podemos-Equo) y Eduardo Martínez-Oliva Aguilera (PP). Asimismo, se ha entrevistado presencialmente a varios miembros de la Plataforma: Antonio Hernández, Responsable de Comunicación; Domingo Centenero, profesor de Historia en un IES y Pedro Arques, jubilado y miembros de la Plataforma, que aportaron información sobre su relación con los partidos, las Administraciones de Murcia y los medios de comunicación. Desde un punto de vista metodológico, estas entrevistas en profundidad tienen una especial relevancia por el grado de conocimiento del asunto de las personas entrevistadas y por haberse planificado paralelamente a observaciones no participantes en la zona de actuación de las movilizaciones.

5. Resultados

5.1. Percepción de la estrategia comunicativa de la Plataforma por diversos actores sociales y mediáticos

En cuanto a las opiniones de los actores consultados en la primera fase, encontramos unanimidad al atribuirle gran importancia a las redes sociales para divulgar el mensaje de la Plataforma. En este sentido, el periodista José Alberto Pardo Lidón cree que: “Han sabido ganarse una amplia masa de seguidores a través de las redes, constituyendo estas en un propio ‘boletín informativo’ del que se nutrían los propios medios de comunicación tradicionales”. Por este motivo la importancia de estos canales ha sido máxima, y para el periodista “los actos que han ido protagonizando día a día a lo largo de un año no habrían conseguido el eco y el seguimiento que tuvieron sin las redes sociales”.

⁶ Incluyendo: soterrar, soterrando y soterrado.

Daniel Sáez, diseñador *freelance*, y miembro activo en la difusión y creación de grupos en redes sociales explica que “la estrategia ha sido implacable, pero realmente ha sido el espejo de debates y asambleas a pie de calle”. Otro ciudadano consultado, Alejandro Vizcaíno, estudiante de Filosofía, apunta en la misma dirección e indica que “la continua actividad de la Plataforma Pro-Soterramiento en las redes sociales fue crucial para la coordinación de acciones colectivas. Cada martes había una manifestación en las vías y otras acciones para cortar Ronda Sur o parte del centro de la ciudad, retransmitiendo todas estas acciones por las redes sociales”. En esta línea la redactora jefe de *La Opinión*, Lola García Abellán, piensa que “han utilizado las redes desde el respeto y para informar sobre todo de las actuaciones que se estaban llevando a cabo”.

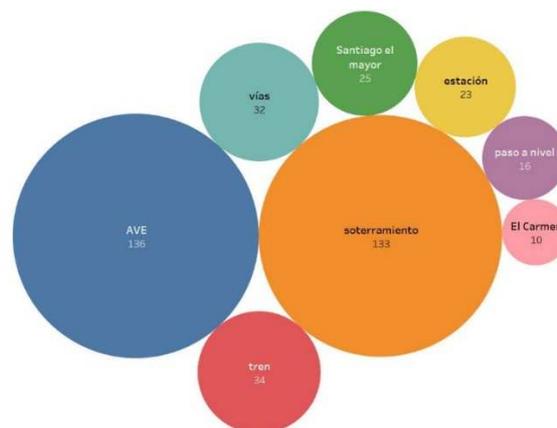
Esta estrategia comunicativa ha favorecido la cobertura de los medios de comunicación que, según García Abellán: “no podemos estar presencialmente en todos los frentes, las 24 horas del día, y las redes sociales nos han permitido hacer ‘esa vigilancia’ informativa. Para nosotros ha sido fundamental. Además, han sido también un altavoz a noticias e informaciones elaboradas por los medios”. Del mismo modo destaca la importancia de “los documentos internos que colgaban en redes y que han sido también fuente de información”.

Una de las acciones comunicativas más importantes y que pusieron el foco sobre la Plataforma fueron “las concentraciones diarias, que las hemos podido seguir en directo, al igual que las grandes manifestaciones realizadas tanto en Murcia como en Madrid”, afirma García Abellán. Y del mismo modo opina Pardo Lidón que sitúa “la convocatoria de una gran manifestación con la subida de la patrona” remarcando que “esa manifestación no hubiera sido de tal envergadura sin las redes, que sirvieron de altavoz para la convocatoria”. El boca a boca ahora es ‘Facebook a Facebook’.

Sin embargo, para el analista de vídeo Carlos Ortuño, ciudadano que ha seguido y apoyado las protestas de la Plataforma, el momento clave para la visibilización fue “la aparición de la Plataforma en un programa nacional de radio de la Cadena SER. Mezclar la noticia con el humor atrajo a mucha más gente a interesarse por el problema existente en la calle”.

En la segunda fase de investigación vemos como han conseguido posicionar las siguientes palabras relacionadas con el tema en distintas cuentas analizadas durante la muestra. Siendo la segunda de ellas el soterramiento, su principal demanda, ya que el soterramiento debía hacerse antes de la llegada del AVE, para que no suceda como en Valladolid “que los engañaron totalmente, y nos llamaban para decirnos no aceptéis, porque ellos habían firmado el mismo convenio que nosotros, y allí el barrio de La Pilarica se ha quedado aislado y ya les dicen que es imposible hacer el soterramiento”, cuenta Antonio Hernández.

Gráfico 1: Palabras sobre el tema de estudio más recurrentes en los tuits de la muestra.



Fuente: elaboración propia.

5.2. Puntos fuertes y débiles de la estrategia de comunicación de la Plataforma

En general, todas las personas entrevistadas en la primera fase valoran como positiva la estrategia de comunicación de la Plataforma. Les pedimos que situaran en un ranking de 0 (muy deficiente) a 10 (excelente) como había sido en general y la media obtenida ha sido de 8.8 puntos, siendo la puntuación más baja un 8.

Concretamente Daniel Sáez, destacaba “la capacidad de auto organización, autogestión y acción directa” de la Plataforma. Uno de los hitos ha sido llevar a nivel regional, e incluso nacional toda la reivindicación. Como punto “deficiente que se podría haber conseguido una unidad de acción mayor a partir de los altercados violentos. No se supo llegar a una posición de consenso y se constituyó otra plataforma independiente a la vecinal (Asamblea Murcia Sin Muros)”, indicaba Antonio Hernández para esta investigación.

En esta línea, apunta que “el intrusismo de ciertas personas en la Plataforma vecinal para actuar con violencia cuando los vecinos no querían eso y el hecho de convocar una manifestación todos los martes (al final eran muy marginales debido a que la gente estaba ya quemada)” son aspectos que podrían haberse gestionado mejor en su opinión.

También ha habido otros puntos de desencuentro entre los propios ciudadanos de la Plataforma por el cierre del paso a nivel de Santiago el Mayor. Algunos vecinos querían que no se cerrara durante las obras. Para el responsable de comunicación, Antonio Hernández:

desde Adif nos han dicho que no es seguro, porque ningún técnico va a firmar que mientras estén las obras pasen personas por ahí. Y, por otro lado, va a estar cerrado 8 meses solo lo que va a durar la obra y no 2 años como se propuso en un principio, ya que se ha cerrado justo cuando ha llegado la obra aquí y no antes.

Sin embargo, hubo puntos exitosos para el ingeniero como: “la ‘caída del muro’, la culminación en las vías de la mayor manifestación feminista que ha habido en Murcia (el 8M del 2018) y, por supuesto, el proyecto de soterramiento”. Desde la Plataforma Domingo Centenero recuerda otra concentración el 30 de septiembre de 2017 en la que hubieron “unas 50.000 según la delegación de Gobierno del PP, aunque pensamos que pueden ser más, y es la más grande que se recuerda en la ciudad de Murcia, que está a la par de la del 8M 2018”. Por su parte, Pedro Arques, apunta que “a los pocos días de esta manifestación en septiembre, también conseguimos congregarnos a miles de personas delante del Ministerio de Fomento en Madrid”. Hasta la fecha del 20 de marzo de 2019, los ciudadanos llevan 555 días concentrados consecutivamente, “todo el mundo conoce esto”, apuntan ambos miembros de la Plataforma.

Para Carlos Ortuño, no existieron debilidades y los puntos fuertes de la estrategia fueron “la conexión con medios nacionales, información diaria 24 horas en los momentos más delicados del problema y el no acercamiento a ninguno de los partidos políticos”.

Desde su perspectiva como periodista, Lola García Abellán apunta a “la simultaneidad; la gran cantidad de personas que han sido capaces de involucrar y de arrastrar en Internet y lo bien que han justificado y documentado sus opiniones” como valores positivos más destacables. En cuanto a los puntos débiles cree que “a veces se ha confundido la opinión de la Plataforma con personas que en sus redes personales han lanzado soflamas más radicales y que han entrado al trapo.

Para el periodista José Alberto Pardo Lidón, los aspectos más favorables fueron: “su capacidad creativa para ofrecer cada día algo distinto a los medios (que, no olvidemos les sirven de altavoz) para que una lucha no acabe en la rutina. Me refiero a actos concretos como música, un cine, una procesión, etc. Lo peor que se le puede ofrecer a un medio de comunicación es la rutina, lo mismo de siempre, la no noticia”. También destacaba la “la capacidad de mantenerse en buena parte de la lucha alejados de los focos políticos, lo cual les ha ganado simpatías en los entornos sociales, y de vender su lucha como una buena causa (obviando los prejuicios que podía traer también su victoria al resto de la sociedad murciana y enmarcándolos en algo parecido a una lucha de clases, pobres contra ricos, necesidades

contra lujos)”, y finalmente, este experto hacía hincapié en el positivo manejo de las redes sociales como medio para llegar a un colectivo más amplio de adeptos a la causa y como ‘gabinete de prensa’ “para hacer llegar su información a los medios tradicionales”.

En cuanto a los puntos más negativos, destaca que las discrepancias habituales dentro de colectivos con cierta envergadura han sido inevitables y advierte que

cuando algún medio intenta sacar las versiones de otras partes involucradas en el conflicto, estas voces fueron directamente al ataque de los profesionales de la información que las difundieron, llegando incluso a recibir amenazas algunos de los periodistas y/o fotógrafos que cubrieron sobre el terreno las protestas. Es un error muy común, pero lo peligroso es cuando desde el propio medio de los afectados (sus redes sociales) se les da voz y protagonismo a estos argumentos excluyentes.

A juicio del estudiante Jorge Fernández: “El principio fue estimulante y se crearon redes de mucho interés y con fuerte carga de convivencia, que es lo positivo de cara a mejorar un barrio. Unir a tanta gente”. En este sentido, destaca “como punto exitoso, el despliegue y organización de las redes. Que se mantuvieron activas desde diferentes vías y generó un debate prácticamente en directo. Tener a tanta gente a una publicación de distancia fue uno de los grandes logros de la Plataforma”.

Por otro lado, y como aspecto negativo, “la dispersión a través de diferentes vías de esa energía inicial. Por un lado, se crearon estrategias distintas, unas más directas y otras más pasivas. Y eso separó notablemente el grupo que antes era único. Y por otro lado la inclusión de otras reivindicaciones externas al barrio y a Murcia. En una búsqueda por unir fuerzas, el resultado fue otra dispersión interna fuerte”. Más concretamente, Luis Peñalver considera éxitos: “Demostrar que diversos organismos públicos (ADIF, RENFE, Ayuntamiento, Comunidad, Fomento...) estaban mintiendo y mostrando información sesgada. Sobrepassar el yugo del poder político en esta Región sobre este tema y despertar en la gente una conciencia del problema”. Por otro lado, advierte como debilidades que:

al ser una Plataforma anti política, diversa gente tuvo problemas entre ellos debido al deseo de unos de alinearse con un partido, y la negativa de otros. Costó mucho esfuerzo establecer estrategias comunes de acción en Redes, no nos poníamos de acuerdo con agilidad y contundencia a la hora de desarrollar las estrategias de comunicación y un cierto sector de la ciudadanía se desvinculó de la Plataforma al seguir esta en su deseo de mantenerse en una postura anti política.

Finalmente, Inma Morga, cree que la mejor valoración se debe a “la organización y por apostar por la información y libertad de expresión en el planteamiento de los vecinos” sin embargo, considera que “algunos planteamientos se repiten en cierto modo y el tema llega al mismo lugar”.

5.3. Cobertura de la acción vecinal por La Opinión y La Verdad

En general, y en opinión de la Plataforma, la cobertura local o regional ha sido mayor que la nacional. Para el responsable de comunicación, Antonio Hernández: “La diferencia es que los locales saben más del problema y los nacionales tienen menos presiones por parte del gobierno regional”. Sin embargo, las apariciones en televisión a nivel nacional, como en La Sexta, le dieron al asunto una visibilidad mayor. En este sentido, tanto el periodista Pardo Lidón como García Abellán, defienden el papel de la prensa escrita en cuanto a la profundidad del tratamiento informativo que se le dio al tema, pues para la redactora jefe de *La Opinión*, “ha hecho un seguimiento diario y un análisis a través de los artículos de opinión”. Esta percepción es compartida por Sáez que cree que “el formato televisivo puede que haya sido el de mayor en cuanto a cifras de audiencias. Ni mucho menos en profundidad”.

Pero no todos están de acuerdo y, ciudadanos como Ortuño, creen que “el perfil de Facebook de la Plataforma Pro-Soterramiento ha sido el mejor porque no había ningún

interés lucrativo y ha luchado por informar al mundo de la barbarie. Los peores, *La Opinión* y *La Verdad*” porque “los responsables editoriales de los medios autonómicos y locales tenían mucho que perder si ejercitaban su labor de periodistas e informaban con rigor de la estafa económica que se cometió a costa de destruir la ciudad y perjudicar gravemente la vida de sus ciudadanos”. Comparte opinión con Daniel Sáez: “Los medios locales solo han criminalizado y han estado haciendo un flaco favor a la corruptela de ADIF”. Del mismo modo, Vizcaíno resalta que “la sensación era que muchas veces criminalizaban a los vecinos y no se ponían a favor de sus reivindicaciones, situándose de esta forma en la posición de la Delegación de Gobierno”.

Y en esta misma dirección crítica con los medios locales (González-Esteban, López-García, Llorca-Abad & López-Rico, 2015) señala Daniel Sáez que no le sorprende porque “los medios son siervos corporativos y en el caso de Murcia con 7RM es por todos conocido la mafia institucionalista que gestiona la redacción”.

Por otro lado, preguntamos por la importancia que han tenido los medios locales a la hora de visibilizar el asunto. García Abellán apunta que “incluso algunos periodistas nacionales han contactado con los locales para ver nuestra visión del asunto”, porque “muy probablemente estas cadenas se hicieron eco por el propio ‘ruido’ que hicieron los medios regionales” afirma Pardo Lidón.

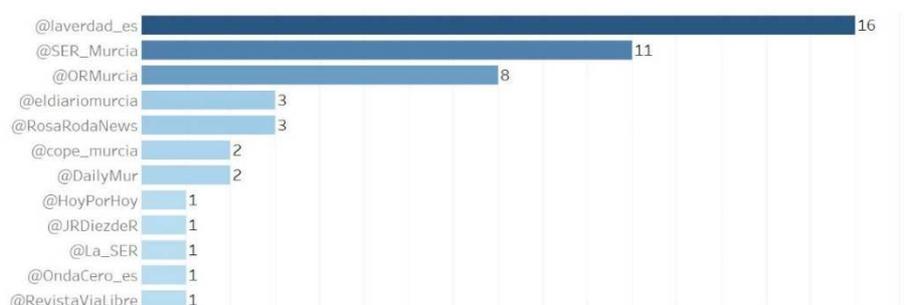
Pero los ciudadanos a los que hemos preguntado coinciden en que los medios locales o regionales no han estado a la altura. Para Luis Peñalver, ingeniero, los más acertados han sido “Cadena Ser y Onda Cero Reg. Murcia, que eran rigurosos con la información y ponían el foco en el problema real de los vecinos, no en la necesidad de un ‘tren de la ruina’ para que una Región olvidada durante décadas prosperara, que era el argumentario más difundido por el poder político”. De hecho, remarca que la televisión pública autonómica 7TV, “no permitió que hubiera ningún miembro de la Plataforma en sus tertulias, salvo en dos ocasiones”.

Finalmente, el estudiante Jorge Fernández, afirma que “en *La Verdad* veía noticias que siempre tenían un tufo institucional en su versión y aunque en *La Opinión* si he visto más reflejadas en momentos puntuales las reclamaciones del movimiento, siempre predominaba también cierta sensación de duda hacia la Plataforma y creencia hacia a lo institucional”.

En el análisis realizado durante la muestra en las cuentas de *La Opinión* y *La Verdad*, advertimos que ninguno de ellos ha mencionado o retuiteado a la cuenta de la Plataforma durante la muestra. Mientras que la Plataforma tampoco los ha *retuiteado* (sí lo ha hecho con otros medios como @DailyMur, siete veces, @ORMurcia, cuatro y @SER_Murcia, una)

Mientras que del total de menciones que la Plataforma ha hecho a otros medios, *La Verdad* ha sido el más mencionado, como podemos ver en el siguiente gráfico.

Gráfico 2: Menciones de la plataforma a medios durante la muestra.



Fuente: elaboración propia.

Por tanto, y durante la muestra, la prensa más leída en Murcia que hemos analizado no ha visibilizado el perfil de la Plataforma en sus cuentas, aunque como vemos en el gráfico siguiente, sí han estado condicionados por los acontecimientos en torno al tema del

soterramiento. Aunque en el caso del 22 de marzo (Consejo de Ministros) la prensa no aumenta su actividad inmediatamente sobre el tema, sino que lo hace el lunes 25 y tras la reunión del Consejo de Administración de Adif, el 29 vemos un pequeño repunte encabezado por la prensa en este caso.

Gráfico 3. Evolución temporal de las cuentas de periódicos y la Plataforma durante la muestra.

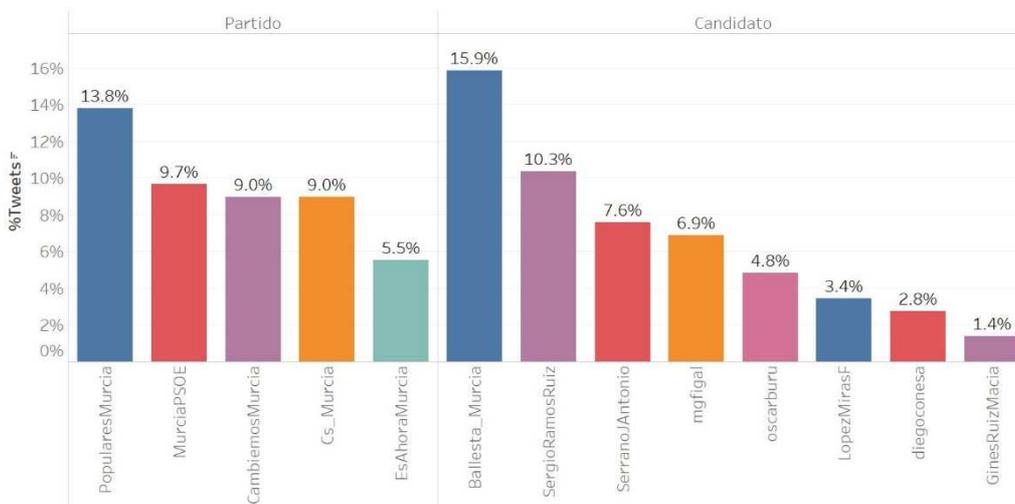


Fuente: elaboración propia.

5.4. Aparición de la Plataforma y el soterramiento en la comunicación de los partidos en Twitter

Los partidos y candidatos han utilizado el tema del soterramiento en sus cuentas como parte de su discurso, algunos defendiendo el soterramiento antes de la llegada del AVE y viceversa. Como podemos ver, el PP de Murcia ha sido el partido que más ha tratado el tema, seguido del PSOE, mientras que los candidatos que más han hablado del soterramiento en sus perfiles ha sido el alcalde, Ballesta, seguido de los candidatos de Cambiemos Murcia, el PSOE y Mario Gómez Figal de Ciudadanos.

Gráfico 4. Número de tuits sobre soterramiento por cuentas.



Fuente: elaboración propia.

Como hemos visto, la cuenta no ha sido mencionada por los medios y los partidos o candidatos han seguido esta práctica. El partido Es Ahora Murcia es el que más la mencionó y el único, con tres tuits y los candidatos que han mencionado a la Plataforma han sido: Óscar Urralburu Arza (Podemos Murcia) y Sergio Ramos Ruiz (Cambiemos Murcia) con tres y dos menciones respectivamente.

En el caso de los retuits solo las cuentas de @SerranoJAntonio y @MurciaPSOE hicieron un retuit cada uno de la Plataforma durante la muestra.

Aunque no han tenido visibilidad en los perfiles de otras cuentas mediante retuits y menciones, en el siguiente gráfico podemos ver como los partidos y candidatos siguen a la Plataforma, por ejemplo, el día 22 de marzo, tras el Consejo de Ministros la Plataforma publica y hay un pico de tuits, que el lunes 25 siguen las demás cuentas por este orden: partidos y candidatos. Otro de los picos que destacan son el 29 de marzo, tras la reunión del Consejo de Administración de Adif en las que lleva la delantera los candidatos, seguida por la Plataforma y los partidos.

Resulta notable que el 19 de marzo, tras el cierre del paso a nivel de Santiago el Mayor, no haya un pico de actividad.

Gráfico 5: Evolución temporal de las cuentas políticas y la Plataforma durante la muestra.



Fuente: elaboración propia.

5.5. Influencia del soterramiento las campañas electorales municipales y autonómicas de 2019 en Murcia

A pesar de que algunos partidos han intentado politizarlos, uno de los logros de la Plataforma ha sido desmarcarse de ellos. “Antes nos decían que éramos de Podemos, ahora somos del PSOE, hace poco tiempo éramos de Ciudadanos... pero si Podemos no existía cuando empezó la plataforma”. El PP, a su juicio ha sido el que más ha intentado etiquetar al movimiento “porque estaban en el gobierno” y “al final creo que pensaban, si no podemos desacreditarlos de una forma lo haremos de otra, pero consiguieron lo contrario”, afirma Antonio Hernández.

Pero para Centenero, lo importante es que el movimiento “no era una oposición al AVE fue un movimiento transversal y al mismo tiempo otra de nuestras fortalezas era no mentir nunca, decir lo que se estaba haciendo, y lo que se podía conseguir o no y no dejarse influenciar por ningún partido político”.

Hernández también cree que el asunto del soterramiento estará presente en esta campaña electoral: “porque el tema del AVE es recurrente, antes por una cosa ahora por otra. Antes el PP decía que el AVE llegaba ya, porque desde el 2013 lo llevan prometiendo”.

En el análisis realizado durante la muestra vemos como los partidos y candidatos han hablado del tema en sus cuentas de Twitter. Domingo Centenero no tiene claro si el tema del AVE es bueno en la estrategia electoral de todos los partidos:

El uso político será cuándo va a hacerse la obra, cuánto tardará... y es cómo lo podrán usar entre PP y PSOE. El PP dirá que el AVE no ha llegado porque el PSOE no ha querido y el PSOE dirá que lo ha traído soterrado.

En este sentido, los políticos entrevistados confirman distintas actuaciones. El teniente alcalde del PP, Eduardo Martínez-Oliva Aguilera afirma, que no se realizará ninguna acción concreta en campaña, aunque propondrán el proyecto de Conexión Sur tras el soterramiento.

Para el candidato a la alcaldía de Podemos-Equo, Ginés Ruiz Maciá, durante la campaña van a seguir en contacto con la Plataforma hasta conseguir el objetivo y tras él afirma tener “numerosas propuestas para un nuevo modelo de municipio”.

Los discursos y posicionamientos de los distintos partidos con respecto al tema son claros, indica Hernández: “El PSOE dice que la prioridad es el soterramiento y una vez hecho llegará el AVE, y el PP dice que primero el AVE y luego el soterramiento, aunque lo cambió cuando se firmó en 2001 el convenio por las tres administraciones, porque decía que el AVE llegaba a la vez que el soterramiento”.

Esto ha provocado incluso diferencias internas dentro del PP regional y local. El alcalde de Murcia, “ha sido mucho más tibio a la hora de atacar a la plataforma y seguir con el discurso del partido y pedir el AVE primero y luego el soterramiento”, pero a nivel regional, “según tenemos entendido, por presiones de Madrid porque es un tema importante para ellos a nivel nacional, sí han apostado más por el AVE primero”, afirma el responsable de comunicación de la Plataforma.

La relación con los partidos, según la Plataforma, ha estado marcada por la iniciativa de ellos “no les dejábamos tiempo, en cuanto tomaban posesión del cargo solicitábamos una reunión”, aunque ha habido diferencias importantes con algunos partidos. “El PP antes era más reacio, pero al final se dio cuenta de que cara a la galería tenía que reunirse con nosotros porque no podía quedarse al margen”, afirma Hernández.

Sin embargo, Eduardo Martínez-Oliva Aguilera (PP) indica que su partido siempre ha compartido el mismo objetivo con los ciudadanos, pero que “la relación se complicó por dos hechos concretos: la decisión de la plataforma de entablar acciones judiciales, por vía penal, contra representantes municipales, y la politización que se hizo del asunto como consecuencia de las intervenciones de grupos políticos”.

También ha marcado la diferencia el cambio de gobierno a nivel nacional, con la delegación del gobierno del PP “se gastaron 2 millones de euros en policía para controlar las manifestaciones”, con el afán de disuadirlos, pero consiguieron más movilizaciones de los ciudadanos ante las agresiones de la policía. En ese momento el PP cambió de estrategia y comenzó a multar a los vecinos con motivos sin sentido, como comer pipas⁷. “Con el nuevo delegado del gobierno del PSOE se retiraron las multas y a la policía y los agentes se fueron con gusto, porque no querían multar, pero si no hacían los sancionaban a ellos”, cuenta Hernández.

Prueba del despliegue policial que hubo quedó patente en el programa El Intermedio, con la visita de Gonzo a Murcia. Antonio Hernández habló con él porque ese día la policía se había reducido “pero Gonzo me dijo que lo sabía y que iban a volver al día siguiente. Así lo hicieron y vieron el despliegue policial habitual”.

En definitiva, el soterramiento será un tema que “puede ser decisivo para los ciudadanos de la zona sur, pero también va a depender de los partidos. Cuanto más hablen del AVE peor

⁷ Peñalver, V. (2018, agosto, 02). Archivan la denuncia contra un vecino por “comer pipas y mirar de forma desafiante a la policía” en las vías de Murcia. *Eldiario.es*. Retrieved from https://www.eldiario.es/murcia/sociedad/Comer-desafiante-policia-Murcia-ilegal_o_799320291.html.

para algunos y, de hecho, hay gente del propio PP que nos dicen que no hablarían ni de AVE ni de soterramiento” apunta Antonio. En cambio, la oposición puede que sea beneficioso hablar del tema “diciendo que gracias a los vecinos se ha conseguido la mayor financiación de obra de la historia a Murcia, 600 millones de euros; que nunca un Consejo de Ministros ha cambiado dos leyes, no había pasado nunca y es una buena baza para el PSOE. Aunque el resto de la oposición dirá que gracias a los vecinos sobre todo”.

6. Conclusiones

Para concluir, vemos como la percepción generalizada de los ciudadanos entrevistados es similar en cuanto a la importancia fundamental de las redes sociales en la forma de comunicar de la Plataforma, y en este sentido también coinciden los periodistas consultados, reconociendo que le facilitaban su trabajo a la hora de cubrir los acontecimientos, por lo que H4 se cumple entre los ciudadanos entrevistados, además queda patente en el gran número de seguidores que tienen las cuentas en redes sociales de la Plataforma. También gracias a que han conseguido mantenerse como un movimiento transversal apolítico que ha generado simpatías de un gran número de ciudadanos, ratificando así la H3.

En cuanto a al tratamiento de los medios locales/regionales, los periodistas con los que hemos tenido comunicación defienden el tratamiento de *La Opinión* de Murcia, cabecera de la que forman parte, y en especial el papel de la prensa local, que a su juicio ha sido la que ha dado un tratamiento informativo más profundo al asunto. Además, señalan la importancia de los medios locales, a la hora de despertar el interés de los medios nacionales, de los que han llegado a ser proveedores de información.

Sin embargo, teniendo en cuenta el estudio de la muestra, vemos como en las cunetas de la prensa analizada no hay menciones ni retuits de la Plataforma, por lo que esta no ha conseguido meterse en la comunicación social de los medios como tal, no obstante, han conseguido que el tema del soterramiento forme parte de las conversaciones en los perfiles de *La Verdad* y *La Opinión* de Murcia.

En cuanto a los candidatos y partidos, tampoco hay una visibilidad clara de la Plataforma en sus cuentas, excepto el PSOE, Podemos y Es Ahora Murcia. Pero desde luego, el tema del soterramiento ha sido muy importante en general. Todos los partidos o candidatos han hablado del asunto a lo largo de toda la muestra, por lo que podemos afirmar igualmente que la Plataforma como asociación no ha conseguido estar en las cuentas políticas, pero sí han conseguido darle visibilidad al tema, que era su objetivo principal.

A pesar de todo, podemos afirmar que los resultados obtenidos por la Plataforma han sido más positivos que negativos, dejando patente que las movilizaciones sociales son efectivas y pueden sostenerse con la autogestión y el autocontrol de la información. Todo ello gracias a las nuevas tecnologías que han permitido a los ciudadanos acceder a un canal con difusión mundial y que puede llamar la atención de a los medios de comunicación para conseguir meterse tanto en su agenda como en la de los políticos.

Esta investigación se ha realizado en el marco del grupo de investigación Mediaflows con el proyecto I+D (CSO2016-77331-C2-1-R) financiado por el MINECO en el Plan Nacional español.

Referencias

- Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido*. Madrid: AKAL.
- Buitrago, M. (2018, July, 21). Isabel Pardo: “Es viable que el AVE llegue soterrado en el año 2020”. *La Verdad*. Retrieved from <https://www.laverdad.es/murcia/vamos-pelear-llegue-20180721004039-ntvo.html>.
- CADHU-Comisión Argentina por los Derechos Humanos (2014). *Argentina, proceso al genocidio*. Buenos Aires: COLIHUE.

- Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal of Communication*, 27(2), 117-134. <https://www.doi.org/10.1177/0267323112441007>.
- Casero-Ripollés, A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 245-260. https://www.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51399
- Casero-Ripollés, A. & Andrés Feenstra, R. (2012). Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M. *Revista Comunicación y Hombre*, 8, 129-140. Retrieved from http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/o8_i_feenstraycasero.pdf
- Casero-Ripollés, A. (2010). ¿El despertar del público?: comunicación política, ciudadanía y web 2.0. En M. Martín Vicente & D. Rothberg (Eds.), *Meios de comunicação e cidadania* (pp. 107-122). Sao Paulo: Cultura Académica.
- Cohn-Bendit, D. (2013). *¿Contra los partidos políticos?* Madrid: Catarata.
- Dader, J. L. (1990). Las teorías contemporáneas. En VV.AA., *Opinión Pública y Comunicación Política*, (p. 203). Madrid: Eudema Universidad.
- Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10(2), 243-63. <http://www.doi.org/10.1177/1367877907076793>
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M. & Varela-Ruiz, M. (2013). Metodología de investigación en educación médica. La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación educ. médica*, 2(7), 162-167. Retrieved from <https://docplayer.es/32896132-Investigacion-en-educacion-medica-issn-x-universidad-nacional-autonoma-de-mexico-mexico.html>
- Europa Press. (2019, March, 22) El Consejo de Ministros modifica el convenio para la financiación del soterramiento del ferrocarril en Murcia. *La Verdad*. Retrieved from <https://www.laverdad.es/murcia/consejo-ministros-modifica-20190322150001-nt.html>
- Feenstra, R. & Keane, J. (2014). Politics in Spain: A case of monitory democracy. *Voluntas*, 25(5), 1262-1280. <http://www.doi.org/10.1007/s11266-014-9461-2>
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: a critical introduction*. London: Sage.
- Fundación Telefónica (2019). *Sociedad Digital en España 2018*. Barcelona: Penguin Random House.
- Gil, I., Pascual, A. & Villarino, A. (2018, March, 09) 8-M histórico: millones de españolas llevan el feminismo al corazón del debate político. *El Confidencial*. Retrieved from https://www.elconfidencial.com/espana/2018-03-09/8-m-historico-millones-feminismo-partidos-politicos_1532930/
- Gil de Biedma, C. (2014). El movimiento social de las Mareas: la reapropiación ciudadana de lo público. *Cuando sube la marea...* s.l.: Fundación Betiko. Retrieved from <http://fundacionbetiko.org/wp-content/uploads/2014/02/El-movimiento-social-de-las-Mareas-la-reapropiacion-ciudadana-de-lo-publico-1.pdf>
- González-Esteban, J. L., López-Rico, C. & Ortiz-Marín, M. (2019). Context, investigation and condemnation: Los Angeles Press. In Túnuez-López, M. (Ed.), *Communication: Innovation & Quality*. (pp. 271-291). Cham: Springer.
- González-Esteban, J. L. & López-Rico, C. (2016). Cobertura de la violencia en zonas de riesgo: el caso de la Red de Periodistas de Ciudad Juárez. *Index Comunicación*, 6(1), 225-248. Retrieved from <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/267/232>
- González-Esteban, J. L., García-López, G., Llorca-Abad, G. & López-Rico, C. (2015). Tratamiento informativo y análisis de liderazgo político durante las elecciones autonómicas de 2015 en la Comunidad Valenciana. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 891-912. <http://www.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1077>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.

- Jiang, Y. (2014). Reversed agenda-setting effects' in China. Case studies of Weibo trending topics and the effects on state-owned media in China. *The Journal of International Communication*, 20(2), 168-183. <https://www.doi.org/10.1080/13216597.2014.908785>
- Jiménez Sánchez, M. (2012). *La normalización de la protesta. El caso de las manifestaciones en España (1980-2008)*. Opiniones y actitudes, 70. Madrid: CIS.
- López Munuera, O. (2017, December, 14). Las constructoras del AVE no justificarían el 35 % del dinero facturado a Adif. *Eldiario.es*. Retrieved from https://www.eldiario.es/murcia/corrupcion/constructoras-AVE-justificarian-facturado-Adif_o_718479158.html
- Meyer, D. S. & Minkoff, D. C. (2004). Conceptualizing political opportunity. *Social forces*, 82(4), 1457-1492. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/3598442>
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <http://www.doi.org/10.1086/267990>
- Peñalver, V. (2018, August, 02) Archivan la denuncia contra un vecino por “comer pipas y mirar de forma desafiante a la policía” en las vías de Murcia. *Eldiario.es*. Retrieved from https://www.eldiario.es/murcia/sociedad/Comer-desafiante-policia-Murcia-ilegal_o_799320291.html
- Plataforma Pro-soterramiento Murcia. p.-s., s.f. *Soterramiento Murcia*. Retrieved from www.soterramientomurcia.es
- Rivero, J. (2014). *Conversación con Pablo Iglesias*. Madrid: Turpial.
- Sánchez, J. (2013). *Las 10 Mareas del Cambio*. Madrid: Roca Editorial.
- Verdú, J. P. (2013). *El 15M, las mareas y su relación con la política*. Sevilla, s.n. Retrieved from <https://aecpa.es/files/view/pdf/congress-papers/11-0/708/>