

Ocupar las plazas con tuits. Una propuesta para el análisis de la gobernanza de los espacios comunicativos

RODRIGUEZ-AMAT, Joan <<http://orcid.org/0000-0001-8391-3638>> and BRANTNER, Cornelia

Available from Sheffield Hallam University Research Archive (SHURA) at:

<http://shura.shu.ac.uk/12897/>

This document is the author deposited version. You are advised to consult the publisher's version if you wish to cite from it.

Published version

RODRIGUEZ-AMAT, Joan and BRANTNER, Cornelia (2016). Ocupar las plazas con tuits. Una propuesta para el análisis de la gobernanza de los espacios comunicativos. *Obra Digital*, 11, 1-19.

Copyright and re-use policy

See <http://shura.shu.ac.uk/information.html>

1

Ocupar las plazas con tuits. Una propuesta para el análisis de la gobernanza de los espacios comunicativos.

Occupy the squares with tweets. A proposal for the analysis of the governance of communicative spaces.



Joan Ramon Rodriguez-Amat

Senior Lecturer y coordinador del B.A. Media (Hons) en Sheffield Hallam University desde junio 2015. Se doctoró en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona en 2010 y obtuvo una plaza postdoc en el Instituto de Publicística y Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Viena (2011-2015). Ha impartido docencia en universidades europeas de Austria, Alemania, Francia, España y el Reino Unido.
mon.rodriguez@shu.ac.uk

Cornelia Brantner

Profesora asistente en la Technische Universität de Dresden desde 2015. Se doctoro en Publicística y Ciencias de la Comunicación en combinación con Ciencias políticas y psicología en la Universidad de Viena. Obtuvo una plaza postdoc en el mismo instituto (2009-2015). Tiene numerosas publicaciones internacionales y experiencia investigadora en el ámbito de la comunicación política.
cornelia.Brantner@tu-dresden.de

RECIBIDO: 16 de junio de 2016

ACEPTADO: 30 de agosto de 2016

Resumen

El caso de las manifestaciones de 2012 frente al Congreso de Diputados en Madrid, sirve para exponer un modelo para el análisis de los espacios comunicativos. En aquella ocasión, un mapa online del centro de Madrid recogía los tuits geolocalizados que incluían el hashtag #voces25s. Un código de colores representaba la ubicación de los ciudadanos, en la calle. El espacio comunicativo emergente en aquella manifestación, así como el de otras más recientes, cruzaba lo virtual y lo físico y se extendía como una interesante interfaz de narraciones. Para entender cómo estos espacios complejos modifican las condiciones sociopolíticas para el debate público se propone aquí un modelo de análisis en cuatro modos: las representaciones, las texturas, las estructuras y las conexiones.

Palabras clave

protestas, 4modemodel, gobernanza de espacios comunicativos, esfera pública, ciudades.

Abstract

The case of the demonstrations of 2012 in front of the Spanish Congreso de Diputados in Madrid serves to introduce a model for the analysis of the communicative spaces. In that occasion, an online map of the centre of Madrid collected the geolocated tweets of including the hashtag #voces25s. A colour code represented the location of the citizens on the streets. The communicative space emerging in that demonstration, as in many that have followed since, trespassed the virtual and the physical and extended further like an interesting interface of narrations. In order to understand the complex spaces that modify the socio political conditions for the public discussion, this article offers an analysis in four modes: representations, textures, structures and connections.

Key words

protests, 4modemodel, governance of communicative spaces, public sphere, cities.

1. INTRODUCCIÓN

Estos días París es una fiesta. Cuando a finales de febrero de 2016, se intentó aprobar la impopular *Loi Travail*¹ (Ley del Trabajo), los ciudadanos enragés se reunieron en la Place de la République para protestar y decidieron quedarse hasta nuevo aviso. Al principio contaban los días: 32, 33, 34, 35 de marzo, 40 de marzo, y así. En Twitter, el hashtag #nuitdebout (del Francés ,”noche en pie”) empezó a contagiar las redes y en un fin de semana había acumulado más de dos-cientos mil tweets, mientras las manifestaciones y acampadas se multiplicaban por Francia, #Lyondebout, #Nantesdebout, siguieron a #Parisdebout; y pronto, #globaldebout y #Berlindebout, etc. Se publicaron más de tres millones de tweets en dos meses, 175.000 el día 15 de Mayo coincidiendo con el quinto aniversario del movimiento de los Indignados del #15M que ocupó la Plaza del Sol en Madrid y la Plaza Catalunya en Barcelona. Los Indignados marcaron la primavera de 2011, no sólo en España sino en el resto del mundo: en 2011 la revista Time decidió nombrar ‘the protester’ como el personaje Time del año. También en el ámbito académico, el caso de los Indignados ha suscitado genuino interés (Castells 2012; Hopke 2015; Rodri-

¹ Ver: *Loi n° 2016-1088 du 8 août 2016 relative au travail, à la modernisation du dialogue social et à la sécurisation des parcours professionnels* <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2016/8/8/ET SX1604461L/jo>

guez-Amat 2015; Toret 2013). Este artículo presenta parte de un trabajo de mayor envergadura que, tras los movimientos populares de manifestaciones que se extienden desde las calles y hacia las redes sociales, empezó a preguntarse por las características del espacio público resultante (y por supuesto, por la naturaleza del debate público) que se generaba en este tipo de eventos urbanos, simultáneamente físicos y en línea.

El 25 de Septiembre de 2012, en Madrid, miles de ciudadanos indignados volvieron a salir a la calle para expresarse contra las medidas austeras o las austerocráticas del Gobierno (como las llaman, por ejemplo, Ramonet 2013; Requena 2014 o Iglesias 2015). El lugar de encuentro fue la Plaza Neptuno, cerca del Congreso. Pero, gracias a las redes sociales, el espacio urbano físico se extendió a través de los espacios virtuales y digitales de internet. Con el hashtag #Voces25s o #25S, las informaciones sobre la manifestación y sobre la presencia policial se extendió a Twitter. Pero, si además los usuarios de twitter tenían activado el geolocalizador de sus móviles, los mensajes publicados se marcaban en un mapa online interactivo del centro de Madrid. Geolocalizados en el mapa, los puntos de colores mostraban los textos, las fotos o los videos de los tuits publicados por los participantes (ver Voces25S, 2012).

El mapa de los indignados del movimiento #Voces25s no fue un caso aislado. Hay múltiples ejemplos de utilización de mapas online para los movimientos sociales y protestas. Por ejemplo, a raíz de las elecciones generales en Kenia a finales del 2007, la periodista y bloguera política Ori Okolloh empezó a recibir información de sus lectores sobre la localización de focos de conflicto en todo el país. Okolloh (2008) lamentaba no poder procesar toda la información que recibía, así que en pocos días dos programadores le proporcionaron un software que llamaron Ushahidi, para que pudiera marcar los focos de conflicto en un mapa². Con el software Ushahidi -la palabra significa ‘testigo’ o ‘prueba’ en Suahili- los mapas pasan de ser representaciones geográficas para convertirse en verdaderas prácticas comunicativas sociales y colectivas. Así, en Septiembre de 2011, el movimiento Occupy Wall Street (OWS) usó Ushahidi como una forma de visualizar el espacio público ocupado³. También se crearon mapas colectivos durante las manifestaciones sindicales en Europa, para la huelga general europea del 14 de noviembre de 2012 o para las manifestaciones en Turquía de 2013, en las que los mapas se utilizaban para „controlar el movimiento de la policía (Alvy 2013). Las plataformas de Ushahidi y la idea de los mapas colectivamente desarrollados o “crowdmaps” se utilizan también para proyectos de mapeo en el marco de las crisis y catástrofes naturales, como se hizo con el terremoto en Haití en 2010⁴, o para identificar los casos de corrupción⁵. Estos mapas colectivamente desarrollados o los crowdmaps son parte de las acciones de

2 r Homepage de Ushahidi: <http://ushahidi.com>, para mapas basados en Ushahidi y para Crowdmaps ver tambien <http://crowdmap.com>

3 Ver <http://map.occupy.net>

4 Por ejemplo, el uso de mapas basados en Ushahidi en el marco de las crisis y de las catástrofes naturales ver <http://blog.ushahidi.com/category/deployment/disaster/>

5 Como ejemplo de los mapas anti-corrupción y los transparency maps ver <https://wiki.ushahidi.com/display/WIKI/Use+Cases%3A+Anti-Corruption+and+Transparency+Maps>

protesta y se convierten en marcos para el desarrollo de la identidad de los movimientos sociales.⁶

En el caso de las manifestaciones, los mapas muestran los lugares públicos ocupados, plazas y parques y calles, enlazan a los ciudadanos, los textos y las fotografías con los lugares y construyen hipergeografías de acción y de posibilidad” (Massey y Snyder 2012). Massey y Snyder (2012) exploraron el ejemplo de los mapas desarrollados para Occupy Wall Street, y la manera en que esos mapas juntan datos espaciotemporales construyendo una contraesfera pública, integrada a través del uso de medios online para contestar el control corporativo y estatal de los espacios urbanos” (Massey y Snyder 2012). También Elwood y Leszczynski (2013) describen como gracias a los procesos de geovisualización los nuevos medios espaciales o new spatial media generan nuevos conocimientos políticos para y sobre los activistas y los movimientos. Las cartografías creadas colectivamente a través del “crowd” integran las representaciones del espacio con las prácticas de la cartografía. Esta característica autoriza y testifica una nueva forma de transparencia con la que los usuarios reestructuran sus experiencias y sus saberes geovisuales. En otras palabras, participar en la representación del espacio facilita que los usuarios se involucren y se lo apropien.

Las investigaciones sobre crowdmapping, es decir, sobre la cartografía digital participativa en la que se combinan prácticas e informaciones producidas desde los medios sociales y geolocalizados, significan un nuevo reto a la vez teórico y metodológico. En la convergencia de Smartphones, GPS, Internet, tecnologías de cartografía digitales y redes sociales, emerge un nuevo territorio de investigación, en el que la literatura es todavía muy heterogénea y parcial. Sin embargo, los epígrafes locative media, geomedia o new spatial media, ya orientan para el encuentro de algunos recursos conceptuales útiles.

La discusión sobre locative Media, o la exploración de los aparatos móviles geolocalizables emerge de tres fuentes: el Headmap Manifesto de Russell (1999), el Festival Art+Communication de Riga y la Psicogeografía con la Internacional Situacionista. Russell lo llamó ocuparse de las implicaciones socioculturales de los aparatos espacio-sensibles o location-aware devices (Russell 1999, p. 1) para algunos, este es el primer antecedente conceptual de los Locative Media (ver Tuters y Varnelis 2006; Zeffiro 2012). En otra parte, la noción de locative Media propone que su origen lo estableció Karlis Kalnins en 2003 en el marco del Festival Art + Communication que se celebró en la ciudad de Riga, Lituania (ver Thielmann, 2010; Wilken, 2008; Zeffiro, 2012). La tercera fuente precisamente, habla de la Psicogeografía y la Internacional situacionista junto con la cartografía crítica (ver, por ejemplo, Jethani & Leorke, 2013; Tuters, 2012).

Pero creciendo desde sus orígenes, los locative Media y las prácticas de cartografía participativa no permanecieron en la escena artística para alcanzar los territorios de la teoría política y de los movimientos sociales. De hecho, como anuncian Cornell & Varnelis, la idea se extendió hacia el sector comercial e institucional: “Locative media siguió siendo material para las demostraciones y los festivales de arte y tecnología hasta 2008 cuando Apple introdujo el iPhone 3G con GPS. Paradójicamente, el descubrimien-

⁶ Ver, por ejemplo http://inoclasistas.com.ar/pdfs_para_bajar/mapeo_colectivo.pdf

to masivo de estos parece haberle quitado el viento de las velas a las expresiones artísticas” (2011: 1). Después del iPhone, cada vez hay más aparatos geolocalizables que cargan los datos en plataformas online. Así se desarrollan innumerables aplicaciones para dispositivos móviles como Runtastic⁷, por ejemplo; o la que el New York Times propuso para ciclistas⁸ o la página en la que los usuarios pueden situar informaciones de interés sobre “su ciudad” como el periódico austriaco Standard⁹. Algunas instituciones (semi-)públicas también ofrecen esta posibilidad, por ejemplo, en la plataforma Citysourced.com –los usuarios y ciudadanos pueden cargar textos y fotos sobre coches mal aparcados, espacios sucios o grafitis- es utilizada por un gran número de ciudades norteamericanas.

La discusión teórica y empírica de estos fenómenos pide un acercamiento holístico, que sólo puede hacer alguna aportación a través de la integración interdisciplinaria. Este artículo propone un modelo de comprensión y análisis de los espacios comunicativos que se generan en las prácticas de mapeo participativo partiendo de la integración de los locative Media y considerando el espacio público que configuran, las prácticas comunicativas, las interacciones y las redes sociales.

La convergencia locative media con los sitios mediados (mediated localities) y con el aprendizaje de los geomedia digitales lleva a una nueva valorización de los lugares (Buschauer y Willis 2014). Siguiendo a de Souza e Silva and Sutko, (2011) se desdobra el espacio físico y el virtual. En los últimos años, la discusión alrededor de los medios geolocalizados y los geomedia se ha intensificado y ha cruzado las fronteras de la discusión en inglés para alcanzar también el ámbito de la discusión interdisciplinaria en alemán (ver por ejemplo Buschauer & Willis, 2014; Döring & Thielmann, 2008, 2009). En este sentido, Döring y Thielmann, (2009) exponen que mientras locative media se refiere a técnicas de localización definidas desde el hardware, la noción de geomedia va más allá de los aparatos y alcanza la geoweb con su software de cartografía (ver Döring y Thielmann 2009; Lapenta 2011; Thielmann 2010). Lapenta define geomedia como “plataformas que unen los medios electrónicos+Internet+tecnologías de geolocalización o locative media + con tecnologías RA” (Lapenta 2011: 2). O, tal como lo expresa Thielmann: Locative media + mediated localities = Geomedia (2010: 5). Técnicamente los geomedios no dependen de los lugares, pero sus contenidos están atados a un lugar (Thielmann 2014). En otra parte, hemos explorado la necesidad teórica y empírica de traspasar tanto la dicotomía que opone espacio físico a espacio virtual; como la dicotomía sobre prácticas cartográficas digitales que opone la representación en mapas de un territorio físico a la discusión sobre aparatos e interfaces como una discusión técnica. Para analizar adecuadamente los espacios comunicativos generados a través de las prácticas colectivas de mapeo o de interacción hay que dejar atrás la mayoría de los debates demasiado tecnocéntricos o tradicionalmente binarios (Brantner y Rodríguez-Amat 2016; Rodríguez-Amat 2015; Rodríguez-Amat y Brantner 2014).

7 ver <https://www.runtastic.com/de>

8 Para el proyecto Your Biking Wisdom en 10 palabras ver <http://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/06/07/bicycle-routes/>

9 Für das Projekt Stadtgeflüster siehe [http://derstandard.at/1381368"610377/Stadtgefluester-Zeigen-Sie-uns-die-verborgenen-Seiten-von-Wien](http://derstandard.at/1381368)

En la próxima sección, introducimos brevemente esta perspectiva integradora que puede superar los apriorismos mencionados. Las características sociales del crowdmapping y las protestas se pueden discutir desde la perspectiva de la mediatización (entendida desde su tradición socialconstructivista (ver Couldry & Hepp, 2013). En ese punto, arraiga el modelo diagramado por primera vez por Adams & Jansson, (2012) y que sirvió a los autores para hablar de una cuestión de carácter disciplinario y no empírico; sin embargo, una adaptación del modelo ha servido para convertirlo en un útil instrumento de análisis que permite explorar el espacio comunicativo construido con las prácticas de mapeo participativo. El caso de Voces25S y el uso de un mapa interactivo señalando los tuits geolocalizados sirve, aquí, como demostración de este proceso. El análisis se organiza en cuatro niveles (modos de análisis), (1) las representaciones, las (2) texturas de lugar, (3) las estructuras y (4) las conexiones del espacio. El potencial de este modelo no reside sólo en su capacidad para describir los fenómenos sino también en su flexibilidad: el modelo trabaja asumiendo que los contextos materiales y sociales (y comunicativos) de las prácticas pueden ser integrados y discutidos y estudiados a la vez. El circuito integrado de aparatos e informaciones mediando prácticas sociales permite además identificar y confrontar críticamente las implicaciones derivadas de las operaciones y las formas del poder, la gobernanza del espacio comunicativo. Antes de explorar el modelo y sus procesos, aclararemos que el Crowdmapping debe entenderse como un campo de producción de significados culturales inscritos en la amalgama de las prácticas sociales en conjunción con los aparatos geolocalizados, las redes sociales y los espacios físicos.

2. ENMARCAR EL MODELO: CAMPO CULTURAL Y PODER

Los locative media enlazan los datos de la localización de las actividades con bases de datos remotos y permiten registrar el movimiento a través de los lugares y entre lugares, mientras se mandan informaciones espaciales y no espaciales al mismo tiempo. En este sentido, los lugares físicos se transforman en la interfaz para la información y a la inversa (de Souza e Silva y Sutko 2011). Con la convergencia de la geoesfera (material, física, del mundo) y la infoesfera (representaciones simbólicas del mundo físico) se da forma a un espacio de mediación (Lapenta 2011). Los medios localizables enlazan personas entre ellas pero también vinculan a personas con lugares (de Souza e Silva y Sutko 2011). Por eso, Farman, fijándose en los aparatos móviles escribió: sirven como parte de una interface que se constituye como un marco más amplio de relaciones sociales (2012, p. 64). Elwood & Leszczynski, (2013) demostraron como de estos medios localizables emergen nuevos saberes políticos, que implican a los individuos y a las instituciones; y exponen como los datos digitales y las tecnologías de geolocalización intervienen en las negociaciones de los procesos sociales, políticos y económicos.

Pero los mapas no son neutrales. Los mapas establecen marcos y relaciones de contenidos y priorizan ciertas lecturas, como por ejemplo los mapas definen jerarquías y establecen pautas de relaciones que también son visibles, los mapas limitan las posibilidades de negociación de los significados. Toda esta condición interpretativa de los mapas deriva simplemente del hecho de que ciertos contenidos no pue-

den ser incluidos, o que hay que definir cuáles serán incluidos y cuáles serán excluidos: no se ve lo que los mapas no muestran. En este sentido, los mapas interactivos localizables también son espacios cruzados por tensiones de poder, e informados para el discurso del poder. Es decir, que los mapas también facilitan y condicionan y definen reglas a varios niveles: en el nivel del control y de la vigilancia; entre otros cuando se integra un determinado hardware con tecnologías geolocalizables para vigilar; en el nivel de los contenidos comunicativos cuando se decide qué se ve y qué no se ve; a nivel estructural, por las formas en que se canaliza o garantiza/impide el acceso a la información. Estos aspectos ya son estudiados desde las perspectivas de la gobernanza mediática y desde la gobernanza de las tecnologías. A nivel psicosocial, los mapas también establecen reglas si se consideran los aspectos cognitivos del entendimiento del espacio; y también regulan a nivel de los significados sociales que se atribuyen a los lugares públicos. Todo esto implica que incluso en las prácticas de mapeo colectivo se reproducen unos determinados ordenes sociales y valores dominantes que pasan desapercibidos o que son asumidos como racionales, lógicos o normales (ver Bourdieu, 1989). En el análisis de las protestas y el *crowdmapping* tales mecanismos de poder no deben ser obviados. Y por ello Zeffiro (2012) - siguiendo a Bourdieu (1989)- entiende que los medios localizables forman un campo de producción cultural: “los locative Media se constituyen como campos de fuerza regulados tanto por las relaciones de poder como por las tensiones simbólicas, que a su vez sostentan o subvierten la reproducción de un orden social específico” (Zeffiro, 2012, p. 249) y también Morley (2009) propone una investigación en medios “materialista y no mediocéntrica”.

Dejar de fijarse sólo en los aparatos y medios es básico para que el concepto de comunicación pueda ampliarse hasta incorporar también aspectos materiales como el transporte, la movilidad y el territorio. Este desplazamiento conceptual permite ampliar la idea de medios localizables como una práctica cultural de sentido completo. El significado medios de comunicación, pues, no resulta de su forma, sino del “campo social en el que se integra, las practicas con las que se articula y que lo reproducen” (Hall, 1981:235 citado en Zeffiro, 2012, p. 259). Al mismo tiempo que este “giro material”, se produce lo que se ha llamado un “giro espacial” (Adams y Jansson 2012; Falkheimer y Jansson 2006; Thielmann 2010) y lo que se considera su desarrollo, el “giro de movilidad” (propuesto por Urry, 2007). Curiosamente, mientras sociólogos y comunicólogos se excitan con este giro espacial, y con la re-materialización del lugar, los geógrafos hablan de un giro mediático, cultural y humanístico (Thielmann 2010). Algunos argumentan a favor de una geografía mediática interdisciplinaria tal como Adams y Jansson (2012) cuando hablan de los puentes entre las disciplinas y de una geografía comunicativa.

El giro cultural de la geografía mediática/comunicativa pone el acento sobre las tensiones sociales y las negociaciones de poder. Por eso, la perspectiva socio-constructivista de la mediatización puede servir para explicar estos aspectos. La mediatización considera las protestas y los procesos culturales junto con las actividades geo-localizables como fenómenos sociales que se visibilizan en los mapas. Así, los medios no son tratados como si estuvieran separados de la sociedad, sino que se considera que las tecnologías de la comunicación están adaptadas e integradas en las prácticas cotidianas (Hepp, Hjarvard y Lundby 2010, p. 223). En este marco, el mapeo digital puede considerarse parte del proceso de

mediatización y de los procesos de visualización en tanto que subprocesos de la mediatización (Krotz 2012; Lobinger 2012). Mediatización, en este caso, considera la integración de los medios en el mundo de la vida como un metaproceso que “no se puede describir ni como la transformación del sistema de medios, ni como el significado social de los medios, sino que debe comprenderse teóricamente como el conjunto de las prácticas comunicativas en el contexto de la transformación de los medios” (Krotz, 2012, p.45). En el caso del mapeo colectivo, la interacción y comunicación a través de los locative media y del ordenador, tiene lugar en lugares y espacios y sobre lugares y espacios. La mirada de la mediatización socio-constructiva ofrece pues una base teórica para entender estas prácticas sociales puesto que admite tanto el análisis de las tensiones de poder como la integración de los espacios y lugares de las prácticas comunicativas tanto a nivel de la comunicación simbólica como en el nivel de la interacción.

La mediatización también multiplica comunicación y da lugar a los enlaces de las texturas, cada vez más fluidas y su evolución a través de la mediatización tiene numerosas repercusiones para la privacidad, la movilidad, el poder personal y la seguridad (Adams y Jansson 2012, p. 310). La mediatización como marco teórico para explicar el mapeo digital, permite integrar los locative media con la geovisualización, en una idea completa de “movilidad mediatizada”. Las texturas del lugar, y las estructuras del espacio se solapan, y los datos del GPS con los datos del Wifi se acumulan en bases de datos geográficos; varios medios y lenguajes convergen y forman las estructuras de un espacio híbrido - parte teléfono móvil y parte satélite de geolocalización, parte Internet y parte bases de datos remota- que se tornan visibles en interfaces como las páginas de las redes sociales o de los crowdmaps (Adams y Jansson 2012, p. 311). Estos circuitos integrados de aparatos y flujos de datos se inscriben en las prácticas sociales y tejen significados simbólicos que son visualizados en la pantalla móvil de unos usuarios que cada vez están mejor dotados de aparatos más pequeños y más rápidos. Por eso Dourish y Bell (2011) hablan de la divinización de la informática ubicua.

3. EL MODELO DE CUATRO MODOS: Representaciones, Texturas, Estructuras y Conexiones

Adams y Jansson, (2012) desarrollaron el modelo cuatridimensional para mostrar cómo se puede construir un puente entre las disciplinas de geografía y ciencias de la comunicación y medios. El programa de investigación propuesto por el cruce interdisciplinar se fija en distintos aspectos organizados en cuatro dimensiones: representaciones, texturas, estructuras y conexiones. Aunque la intención de los dos autores no es ni empírica ni analítica, las cuatro áreas pueden adaptarse para construir un instrumento analítico para la investigación sobre la gobernanza de los espacios comunicativos. Así, superados los apriorismos mencionados más arriba, la geografía física, los mapas como representaciones dadas por supuesto, las perspectivas tecnocéntricas, y los análisis que crecen orientados a la evaluación de aparatos e interfaces, el modelo se abre como una oportunidad para su aplicación. El potencial de los cuatro

modos reside no sólo en la complementariedad de sus respectivas capacidades descriptivas, sino también en su flexibilidad: por un lado, el modelo pone en discusión tanto los contextos materiales como las prácticas sociales construidas; y por el otro, permite establecer las bases teóricas para la comprensión de un fenómeno complejo e integrador de los aparatos móviles, los movimientos sociales y la geografía (lugares y espacios) comunicativa.

Siguiendo a De Certeau, (1984), la noción de lugar puede ser definida como el orden de organización de los elementos en relaciones de coexistencia, en las que los elementos, las cosas, son singulares y estables. Varias cosas no se pueden encontrar en el mismo sitio al mismo tiempo así que lugar se puede definir como “la constelación momentánea de puntos fijos” (De Certeau 2008, p. 345), mientras que espacio es “una red de cosas en movimiento” y por extensión “un lugar en el que se hace algo”. (id:345). Considerando un momento de las protestas de Madrid o Paris, no se necesita buscar en el nivel de los medios localizables o de los mapas, sino que en el marco de las protestas en las calles y plazas de Madrid, los activistas en movimiento convierten las calles y plazas en un espacio comunicativo. Y además, los locative media y geomedios refuerzan esta transformación de lugares en espacios (Schilling y Vietze 2013, p. 22). Aquí, se hace visible la fertilidad de las cuatro dimensiones para entender las prácticas de crowdmapping o extensivamente las del llamado cloudprotesting (Milan 2013). Es necesario añadir que las cuatro dimensiones deben ser entendidas como un todo, que no son independientes unas de otras y que están interrelacionadas; y que el análisis de un modo sin los demás podría llevar a una interpretación equívoca (ver en Brantner & Rodriguez-Amat, 2016). Mientras las representaciones y las texturas están estrechamente relacionadas con los lugares, las estructuras y las conexiones se relacionan con la idea de de espacio (Adams y Jansson 2012, p. 306). Siguiendo el ejemplo de los mapas y de las protestas del 25S en Madrid vamos a describir los cuatro modos. En las ilustraciones se muestran las aplicaciones del crowdmap desarrollado durante las protestas y se identifican los tuits identificados, que a veces llevan fotos o videos enlazados.

1.1 REPRESENTACIONES

El modo de las representaciones de lugar explore al contenido de las distintas realidades construidas a través de las comunicaciones visuales y textuales, además de las imágenes que contribuyen a modificar las percepciones del espacio y del lugar. Recientemente, hemos dedicado un artículo a desarrollar el modo de las representaciones (Brantner y Rodriguez-Amat 2016). Como Adams & Jansson, (2012), consideramos que los lugares son a la vez materiales y simbólicos y que el análisis de la dimensión simbólica del espacio no puede ser reducida a los estereotipos de los medios de comunicación desde referencias simplistas. Cada representación particular de lugar es contingente y única: situada de forma compleja en relación con el poder (...), no más que los lugares en si mismos (Adams y Jansson 2012, p. 307).

El mapa de Madrid de Voces25S, que muestra de dónde se mandaron los tuits de los manifestantes, es una representación del lugar (ver Ejemplo 1).

Ejemplo 1 Pantalla del crowdmap de Voces25s



Los puntos en el mapa indican, en distintos colores, las posiciones de donde se mandaron los tuits geotagueados. Los tuits con el hashtag #cargas se muestran en rojo en el mapa original e indican en tiempo real los lugares en los que la policía carga; #tranquilo (en verde) significa que en este lugar todo está calmado. A la derecha se puede ver un punto amarillo que indica un tweet con el hashtag #fotos en el que se identifica un lugar con una imagen.

Las fotos sacadas y publicadas desde las distintas perspectivas (ver el Ejemplo 2) muestran representaciones distintas de la plaza Neptuno llena de gente compartiendo una misma idea. Los textos verbales publicados también proponen representaciones de lugar y ofrecen marcos de interpretación que sirven para la decodificación de las imágenes reduciendo las posibilidades de significación.

El ejemplo 2 muestra, abajo a la derecha, la representación de la acción policial (llena de violencia). En la foto, que también fue publicada en El País (2012), se ven a varios policías contra un solo hombre. En este caso, no se discute la veracidad o la correspondencia entre la foto y la situación 'tal como fue'; en tanto que representación, es una foto poderosa en la que la fotógrafa quería mostrar una particular mirada de la situación.

Aquí no se podrá desarrollar mejor cada uno de los cuatro modos de análisis, y solo se puede mostrar su relevancia desde un punto de vista general. En otras partes hemos publicado análisis parciales aplicados

a otras manifestaciones y a otros eventos urbanos y también hemos identificado varias categorías que amplían las posibilidades del análisis de las representaciones: hemos identificado representaciones del territorio, representaciones de los lugares y representaciones de actividad. Estas tres categorías multiplican las formas de representaciones y permiten, a la vez, aplicar el modelo de los cuatro modos de gobernanza de los espacios comunicativos a otros eventos urbanos como festivales o manifestaciones “sin mapas”. (ver Brantner & Rodriguez-Amat, 2016).

Ejemplo 2

Ejemplos de imágenes publicadas durante el transcurso de las protestas y con el hashtag #fotos en el mapa.

David Iglesias @ditman · 25. Sep. 2012
#Voces25S #fotos Plaza Neptuno as seen from Cortes 2. Scary from both sides of the blockadel pic.twitter.com/XY1Absil



Rebelde Imberbe @Rebeldelmerbe · 25. Sep. 2012
#Voces25s #tranquilo #fotos en neptuno la cosa está tranquila después de la carga. pic.twitter.com/qFMQJBIN



RETWEETS 2 FAVORIT 1
10:37 - 25. Sep. 2012 aus Madrid, Madrid · Details Medium melden

Óscar @oscartaxibcn · 25. Sep. 2012
@Ciudadano_Zer0 bbc.co.uk/news/world-eur... Police brutality fired over spanish occupy the congress protesters #25S pic.twitter.com/J4J1kUbm



1.2 TEXTURAS DE LUGAR

El segundo modo analiza las texturas de lugar. Según Adams y Jansson (2012) los medios no terminan en su dimensión tecnológica y electrónica o digital, sino que también los lugares pueden tratarse como medios. Los lugares no solo son representaciones, sino que tienen poder narrativo, pueden ser medios en sí mismos (ver más arriba: Thielmann, 2010). El “giro espacial” y el “giro material” orientan la idea de que las texturas del lugar corresponden a una „visión de la comunicación como intrínsecamente arraigada, materializada y situada” (Adams y Jansson 2012, p. 309). El análisis de las texturas tiene que ver con la pregunta sobre las pautas y las formas de comunicación definidas y puestas en marcha por el lugar (Jansson 2013) y como forman lo que Farman, llama el “cuerpo sensorial inscrito” (2012, 19).

La ocupación de las plazas públicas en el marco de las protestas, pues, tiene que ver también con una forma de visibilización y con la idea de que la legitimidad se erige en el espacio público. Se redonda en este aspecto con los tuits de los manifestantes. La ocupación de calles y plazas y la presentación de toda la actividad en un mapa digital es una práctica a la vez mediática y material, integrada y virtual, localizada y global. En el caso de Voces 25S las texturas se identifican con la ocupación de calles y plazas marcadas por las personas que en ellas se reunieron. El mapa y las imágenes muestran cómo se articula este lugar: alrededor del Congreso se encuentran las personas. El colectivo no se junta en cualquier sitio de la ciudad, o en ninguna parte, sino que lo hacen en un lugar simbólico, el parlamento del estado, de la democracia, y de la representación del pueblo. Se ve también, como la policía marca y delimita el espacio público con vallas (ver por ejemplo el ejemplo 2). Las calles, las plazas, el tráfico, las personas, muestran una dinámica de interacciones y construyen unos espacios de comunicación que unen a los protestantes. Así las personas comunican, pero también los lugares comunican. Entre otros, los lugares elegidos para las protestas tienen un añadido valor para la puesta en escena de la acción urbana.

1.3 ESTRUCTURAS DEL ESPACIO

El modo de análisis de las estructuras del espacio se fija en las relaciones geográficas y tecnológicas y en las barreras que se encuentran en el proceso de la comunicación. Estas pautas espaciales se ven cartográficamente como enlaces y nodos, como densidades de penetración, y como barreras limitando el acceso, todas ayudan a situar un espacio de interacción relacional en un mapa absoluto del espacio (Adams y Jansson 2012, p. 310).

Las estructuras establecen un marco para los intercambios y las prácticas. En el crowdmap los flujos de

comunicación y sus limitaciones se pueden identificar. El mapa (ver el ejemplo 1) muestra dónde están el centro y la periferia, allí donde uno se puede mover libremente y allí donde la policía ha puesto barreras. Se puede ver también desde donde se mandan la mayoría de tuits. Allí donde hay mayor densidad de puntos es la Plaza Neptuno, puesto que la policía mantiene vallado el espacio alrededor del Congreso. Las calles y edificios también delimitan el espacio para el flujo de información. Igual afectan a la policía, a los medios, a los fotógrafos, a los tuiteros, y a los manifestantes. Una forma de canalización de las actividades se identifica con la construcción de barreras policiales físicas (ver ejemplo 2). El mapa y las imágenes muestran los centros de actividad y también como los espacios definidos por la arquitectura de los edificios los marcan. Los videos también muestran como la policía intenta establecer cordones de control para con ellos redirigir los flujos de población y manifestantes convirtiéndose luego en estructuras móviles. Otra forma de limitación estructural se puede ver en el uso de limitadores de señal (ver ejemplo 3, a la izquierda) que modifican el flujo de las señales de móvil para participar en el debate en línea.

En otra parte, hemos analizado las estructuras del espacio comunicativo generado a través de las comunicaciones durante un festival urbano de música que tiene lugar anualmente en la ciudad inglesa de Sheffield. Aquella investigación permitió identificar tres tipos de estructuras: las barreras, las válvulas y los flujos, ampliando la capacidad explicativa de las estructuras de gobernanza (ver Rodríguez-Amat, McSeveny y Brantner, en prensa). Aquel estudio también abre las posibilidades de aplicar el modelo a otros casos de actividad urbana más allá de los mapas y de las protestas.

Ejemplo 3


Ejemplos de imágenes tuiteadas

 **Power Ranger Lolailo** @110010010011010 25 Sep 12
 Inhibidores en Cibeles y mucha mucha gente.
 #Voces25s #25s pic.twitter.com/2n6fjUtD
 📍 📷 🔄 Antworten 🔄 Retweeten ★ Favorisieren ... Mehr



16 RETWEETS 2 FAVORITEN 

9:32 AM - 25 Sep 12 📍 aus Madrid, Madrid · Details

 **ConvocaCC** @convocacc 25 Sep 12
 Esta foto de Reuters debe dar la vuelta al mundo
 via @sanguinofer #Voces25S
 pic.twitter.com/CapzOuw4
 📷 Öffnen



1.4 CONEXIONES

El cuarto modo de análisis son las conexiones, las conectividades que se establecen en el espacio comunicativo. Se definen a través de los flujos entre las arenas virtuales y físicas. Los espacios virtuales se consiguen para y dentro de las conexiones entre las comunicaciones posibles. Gordon y de Souza e Silva (2011) se refieren a los lugares de la red y a las relaciones en las que las interacciones sociales se establecen, una forma de localización. Espacios, para Adams y Jansson (2012), que pueden ser definidos como estructuras de posibilidad y expectativas „sistemas estructurados de conectividad. Los nuevos medios apoyan la nivelación de nuevos espacios topológicos sobre o a lo largo de los espacios geográficos”. (Adams & Jansson, 2012, p.312).

Volviendo al ejemplo de las manifestaciones en Madrid, las múltiples formas del sistema de expresiones políticas en las calles y plazas, los relatos producidos a través de los medios establecidos, impresos y en línea, los reportajes en vivo en la televisión y los relatos desde las plataformas en streaming y las redes sociales, se practica, en combinación con el mapa digital y con los portales que muestran estas acciones- un paisaje múltiple y complejo de conexiones que construyen un espacio (imaginario). Las plataformas digitales de participación como twitter definen una geografía espacial local-global: los ciudadanos en las plazas con los del mundo en línea. El análisis de las conexiones permite ver un espacio complejo, formado a través de las redes sociales, las calles, las plazas, los ciudadanos, la prensa, la televisión, los medios online. Todo este espacio público incluye a los ciudadanos como actores y como receptores que, a través de la protesta cuestionan autoridades políticas e instituciones; el espacio público incluye también a los periodistas como actores y a todo el “mundo virtual” de los medios en línea que difunden las comunicaciones hacia y por el mundo. Existe un permanente flujo multidireccional de información desde y hacia “el mundo que mira” (ver ejemplo 3, a la derecha) y a las personas de la calle y de las plazas. Los receptores globales, el público, es invitado a participar y llamado como testigo para difundirlo: debe dar la vuelta al mundo.

4. CONCLUSIONES Y DISCUSION

Con el ejemplo de Madrid se ha mostrado que el análisis de los cuatro modos de configuración del espacio comunicativo enlaza una discusión teórica sobre la información que emerge de cada dimensión y con ello se puede abrir un marco de comprensión más amplio. Las representaciones muestran que las narrativas dominantes del lugar. La repetición de una narrativa que muestra a unos protestantes pacíficos en masa que contrasta con la violencia de una policía equipada completamente con uniformes antidisturbios que carga contra la masa. La narrativa dominante silencia narrativas alternativas sobre lo que ha pasado. Las narrativas dominantes se siguen tanto desde las representaciones textuales como visuales. El análisis de las texturas de lugar trae más elementos a la vista: el significado de los edificios y de las plazas, su carácter simbólico transforma los actos en Madrid en una manifestación de alcance nacional y por la democracia. No es ya simplemente un encuentro público de personas por un tema en común sino que también es una concentración cerca de un edificio, el Congreso, que representa a los ciudadanos y que gracias a las fuerzas de seguridad y de las barreras se convierte en inaccesible. Sobre las representaciones y las texturas del lugar, las estructuras del espacio proponen un sistema de canalizaciones de los flujos de comunicación: las estructuras establecen desigualdades y mecanismos de poder entre los cuales están las decisiones sobre quien puede moverse libremente y quien no (Adams y Jansson 2012). Urry, (2007) habla en relación con esto, de capital red como una forma de entender la integración social y la participación: „Este tipo de capital es producto de la relacionalidad de los individuos con otros y con las posibilidades del ‘entorno’. Juntos, constituyen un ensamblaje relacional, una red emergente moviéndose a través del espacio-tiempo y concretizada en momentos de reunión co-presente con lugares específicos para momentos particulares” (Urry 2007: 198). Con las conexiones, las redes que se establecen, también gracias y a través de los nuevos medios se construye una nueva forma de topologías del espacio que se solapan con las geografías espaciales (Adams y Jansson 2012). En palabras de McLuhan y Lapham, (1994) esas topologías crean la aldea global, un espacio de posibilidades de vínculos en red y de espacios conquistados por formas de poder político descentralizadas y de concentraciones de poder en manos de algunos inversores internacionales (Sassen 2006).

Las protestas de Madrid del 25S visualizadas y mediatizadas a través de crowdmaps sirven para aclarar el potencial del modelo de los cuatro modos propuesto que se refiere simultáneamente a las interfaces y las materialidades, a los aparatos técnicos y a los espacios mediatizados. Pero el modelo no lo articula todo alrededor de un solo plano sino que más bien abre cuatro líneas de análisis que se ocupan de cuatro modos distintos. La agenda de investigación crítica que se propone deberá servir para el análisis de las manifestaciones que enfrentan los sistemas políticos establecidos, pero también para los eventos que incluyan una discusión sobre lo público y lo privado, el acceso y la configuración de un espacio comunicativo. Este debate que emerge de la investigación en Media Governance (ver. (Barreneche 2012; Conti y Rodríguez-Amat 2011; Sarikakis 2012; Sarikakis y Rodríguez-Amat 2013) y que debe seguir abierto como una forma de anticipar y de comprender, de aplicar y compartir, de discutir y mejorar una transformación a gran escala de las estructuras y de los discursos políticos de nuestro tiempo.

En este caso, y con la excusa de las manifestaciones de Madrid y a raíz de la actualización del debate que sugieren las manifestaciones en Francia con las acciones de #nuitdebout, hemos intentado mostrar las posibilidades analíticas del modelo de los cuatro modos para entender las operaciones de crowdmapping y las prácticas de medios localizables en tanto que campo de producción de significados culturales y a través del cual se pueden identificar los mecanismos de poder. La perspectiva socialconstructivista de la mediatización se presenta como un marco teórico útil para el análisis de los cuatro modos propuestos por (Adams y Jansson 2012). Tales cuatro modos proponen un punto de partida para el desarrollo teórico y para el análisis empírico. Desde el punto de vista teórico, las distintas perspectivas de las varias disciplinas pueden integrarse de forma que los conceptos de la comunicación pueden extenderse hacia los medios pensados más allá de los aspectos de la materialidad de los espacios comunicativos que tienden a distraer el debate de las prácticas comunicativas y mediáticas que se suceden al margen de los centros y de las estructuras de poder de los flujos de información y de los valores simbólicos de los espacios comunicativos definidos. La idea de considerar las operaciones del poder a lo largo del modelo traen a colación, otra vez, los debates sobre esfera pública y sobre gobernanza. Desde el punto de vista empírico, el modelo se centra en las prácticas sociales sin dejar de tener en cuenta el rol de las tecnologías. Las distintas tareas que se han mostrado aquí se basan, pues, en intentar entender mejor el fenómeno, y a la vez establecen una agenda de investigación que se fija en las implicaciones de la gobernanza de los espacios comunicativos construidos durante las acciones urbanas, ya sea una manifestación o un festival cultural. Y por qué no, a la futura exploración de la gobernanza de los espacios y de los tiempos como pasos para comprender los procesos de construcción de las identidades colectivas y de los actores históricos.

5. BIBLIOGRAFÍA

ADAMS, P.C. y JANSSON, A., 2012. Communication Geography: A Bridge Between Disciplines. *Communication Theory*, vol. 22, no. 3, pp. 299-318. ISSN 1468-2885. DOI 10.1111/j.1468-2885.2012.01406.x.

ALVY, 2013. ¿Cómo hacen los manifestantes en Turquía para controlar los movimientos de policía? *Microservos* [en línea]. [Consulta: 11 junio 2016]. Disponible en: <http://www.microservos.com/archivo/tecnologia/manifestantes-turquia-controlar-policia.html>.

BARRENECHE, C., 2012. Governing the geocoded world: Environmentality and the politics of location platforms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 18, no. 3, pp. 331-351. ISSN 1354-8565, 1748-7382. DOI 10.1177/1354856512442764.

BOURDIEU, P., 1989. Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, vol. 7, no. 1, pp. 14-25.

BRANTNER, C. y RODRIGUEZ-AMAT, J.R., 2016. Constructing Public Space| New «Danger Zone» in Europe: Representations of Place in Social Media–Supported Protests. *International Journal of Communication*, vol. 10, no. 0, pp. 22. ISSN 1932-8036.

BUSCHAUER, R. y WILLIS, K.S., 2014. Locative Media: Medialität und Räumlichkeit-Multidisziplinäre Perspektiven zur Verortung der Medien/Multidisciplinary Perspectives on Media and Locality. S.l.: transcript Verlag. ISBN 3-8394-1947-6.

CASTELLS, M., 2012. *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity Press.

CONTI, L. y RODRÍGUEZ-AMAT, J.R., 2011. Culture and the city. En: A. POCECCO y N. VASTA (eds.), *Interculturalità. Contatti 1*. Udine: Forum, pp. 257-282.

CORNELL, L. y VARNELIS, K., 2011. Down the line. *Frieze: Contemporary Art and Culture*, no. 141, pp. 170-175. ISSN 0962-0672.

COULDRY, N. y HEPP, A., 2013. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, vol. 23, no. 3, pp. 191-202. ISSN 1468-2885. DOI 10.1111/comt.12019.

DE CERTEAU, M., 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press. ISBN 978-0-520-27145-6.

DE CERTEAU, M., 2008. Andar en la ciudad. Bifurcaciones. *Revista de estudios culturales urbanos* [en línea], vol. 7. Disponible en: http://www.bifurcaciones.cl/007/colerese/bifurcaciones_007_reserva.pdf.

DE SOUZA E SILVA, A. y SUTKO, D.M., 2011. Theorizing Locative Technologies Through Philosophies of the Virtual. *Communication Theory*, vol. 21, no. 1, pp. 23-42. ISSN 1468-2885. DOI 10.1111/j.1468-2885.2010.01374.x.

DÖRING, J. y THIELMANN, T., 2008. *Spatial turn: das Raumparadigma in den Kultur-und Sozialwissenschaften*. S.l.: transcript Verlag. ISBN 3-89942-683-5.

DÖRING, J. y THIELMANN, T., 2009. *Mediengeographie*. S.l.: transcript Verlag. ISBN 3-8376-1022-5.

DOURISH, P. y BELL, G., 2011. *Divining a Digital Future: Mess and Mythology in Ubiquitous Computing*. S.l.: MIT Press. ISBN 978-0-262-01555-4.

ELWOOD, S. y LESZCZYNSKI, A., 2013. New spatial media, new knowledge politics. *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 38, no. 4, pp. 544-559. ISSN 1475-5661. DOI 10.1111/j.1475-5661.2012.00543.x.

FALKHEIMER, J. y JANSSON, A., 2006. *Geographies of Communication : The Spatial Turn in Media Studies* [en línea]. S.l.: Nordicom. [Consulta: 25 enero 2015]. Disponible en: <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A593425&dswid=-9546>.

FARMAN, J., 2012. *The Mobile Interface of Everyday Life: Embodied Space and Locative Media*. S.l.: Routledge. ISBN 978-

1-136-94287-7.

GORDON, E. y DE SOUZA E SILVA, A., 2011. *Net Locality: Why Location Matters in a Networked World*. Malden, MA: Wiley-Blackwell. ISBN 978-1-4443-4065-5.

HEPP, A., HJARVARD, S. y LUNDBY, K., 2010. Mediatization – Empirical perspectives: An introduction to a special issue. *Communications*, vol. 35, no. 3, pp. 223–228. ISSN 1613-4087. DOI 10.1515/comm.2010.012.

HOPKE, J.E., 2015. Occupy is not a place: A cross-case comparison of the 15M and Occupy movements. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [en línea], vol. (Online first). [Consulta: 26 agosto 2015]. ISSN 1354-8565, 1748-7382. DOI 10.1177/1354856515601400. Disponible en: <http://con.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1354856515601400>.

IGLESIAS, P., 2015. Otra vuelta de tuerca » La centralidad no es el centro. *Publico.es* [en línea]. 20 abril 2015. [Consulta: 9 septiembre 2016]. Disponible en: <http://blogs.publico.es/pablo-iglesias/1005/la-centralidad-no-es-el-centro/>.

JANSSON, A., 2013. Mediatization and Social Space: Reconstructing Mediatization for the Transmedia Age. *Communication Theory*, vol. 23, no. 3, pp. 279-296. ISSN 1468-2885. DOI 10.1111/comt.12015.

JETHANI, S. y LEORKE, D., 2013. Ideology, obsolescence and preservation in digital mapping and locative art. *International Communication Gazette*, vol. 75, no. 5-6, pp. 484-501. ISSN 1748-0485, 1748-0493. DOI 10.1177/1748048513491904.

KROTZ, F., 2012. Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality. Wie Mediatisierung funktioniert. En: F. KROTZ y A. HEPP (eds.), *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer VS, pp. 27–55.

LAPENTA, F., 2011. Geomedia: on location-based media, the changing status of collective image production and the emergence of social navigation systems. *Visual Studies*, vol. 26, no. 1, pp. 14-24. ISSN 1472-586X. DOI 10.1080/1472586X.2011.548485.

LOBINGER, K., 2012. Visuelle Kommunikationsforschung: Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer.

MASSEY, J. y SNYDER, B., 2012. Occupying Wall Street: Spaces of Political Action. *Places Journal* [en línea], [Consulta: 11 junio 2016]. Disponible en: <https://placesjournal.org/article/occupying-wall-street-places-and-spaces-of-political-action/>.

MCLUHAN, M. y LAPHAM, L.H., 1994. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New Ed edition. Cambridge, Mass: MIT Press. ISBN 978-0-262-63159-4.

MILAN, S., 2013. WikiLeaks, Anonymous, and the Exercise of Individuality: Protesting in the Cloud. En: B. BREVINI, A. HINTZ y P. MCCURDY (eds.), *Beyond WikiLeaks: Implications for the Future of Communications, Journalism and Society*. New York, NY, USA: Palgrave Macmillan, pp. 191–208.

MORLEY, D., 2009. For a Materialist, Non—Media-centric Media Studies. *Television & New Media*, vol. 10, no. 1, pp. 114-116. ISSN 1527-4764, 1552-8316. DOI 10.1177/1527476408327173.

PAÍS, E.E., 2012. 25-S Rodea el Congreso. *EL PAÍS* [en línea]. [Consulta: 11 junio 2016]. Disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2012/09/25/album/1348574023_950325.html.

RAMONET, I., 2013. La coacción alemana. *Le Monde diplomatique* [en línea], no. 212. [Consulta: 9 septiembre 2016]. Disponible en: <http://www.monde-diplomatique.es/?url=editorial/0000856412872168186811102294251000/editorial/?articulo=5eb3b189-38e8-4519-8dae-f43ee4e4355b>.

REQUENA, A., 2014. Espirales austericidas. *Nuevatribuna* [en línea]. 25 marzo 2014. [Consulta: 9 septiembre 2016]. Disponible en: <http://www.nuevatribuna.es/opinion/alberto-requena/espирales-austericidas/20140325132700102072.html>.

RODRIGUEZ-AMAT, J.R., 2015. La conquista del espacio. En: Á. ARAÚJO (ed.), *Un sol en cada plaza* [en línea]. S.l.: s.n., pp. 188. [Consulta: 6 junio 2016]. ISBN 978-84-608-4797-7. Disponible en: <http://www.unsolencadaplaza.com/>.

RODRÍGUEZ-AMAT, J.R. y BRANTNER, C., 2014. Space and place matters: A tool for the analysis of geolocated and mapped protests. *New Media & Society*, pp. 1461444814552098. ISSN 1461-4448, 1461-7315. DOI 10.1177/1461444814552098.

RUSSELL, B., 1999. Headmap manifesto: Know your place (location-aware devices) [en línea]. 1999. S.l.: s.n. Disponible en: <http://digital.typepad.com/headmapmanifesto.pdf>.

SARIKAKIS, K., 2012. Cities as geopolitical spaces for the global governance of culture. En: H.K. ANHEIER y Y.R. ISAR (eds.), *Cultures and globalization: Cities, cultural policy and governance* [en línea]. London: Sage Publications, pp. 17–31. [Consulta: 25 enero 2015]. Disponible en: [https://books.google.at/books?hl=de&lr=&id=wQJb1QpZz_4C&oi=fnd&pg=PA17&dq=Sarikakis+K+\(2012\)+Cities+as+geopolitical+spaces+for+the+global+governance+&ots=SmqsJxxrnj&sig=I1HMitQvonirFqq-QHzha8A51vPk](https://books.google.at/books?hl=de&lr=&id=wQJb1QpZz_4C&oi=fnd&pg=PA17&dq=Sarikakis+K+(2012)+Cities+as+geopolitical+spaces+for+the+global+governance+&ots=SmqsJxxrnj&sig=I1HMitQvonirFqq-QHzha8A51vPk).

SARIKAKIS, K. y RODRIGUEZ-AMAT, J.R., 2013. Regulating media convergence: supranational and global paradigms. En: S. DIEHL y M. KARMASIN (eds.), *Media and Convergence Management* [en línea]. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, [Consulta: 23 abril 2015]. ISBN 978-3-642-36162-3. Disponible en: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-642-36163-0>.

SASSEN, S., 2006. *Territory, authority, rights: From medieval to global assemblages*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

SCHILLING, N. y VIETZE, F., 2013. Visualisierte Räume. Eine wissenssoziologische Perspektive auf Geomedien. *geo@ web*. S.l.: Springer, pp. 215-232. ISBN 3-531-18698-1.

THIELMANN, T., 2010. Locative media and mediated localities. *Aether: the journal of media geography*, vol. 5, no. 1, pp. 1–17.

THIELMANN, T., 2014. » Mobile Medien «. Schröter, J.(Hg.): *Handbuch Medienwissenschaft*. Stuttgart: Metzler, pp. 350-359.

TORRE, J., 2013. Technopolitics: the potential of connected multitudes. The 15M network-system as a new paradigm of distributed politics. [en línea]. Barcelona: Universitat oberta de Catalunya. Disponible en: <https://datanalysis15m.files.wordpress.com/2013/06/technopolitics-15m-summary.pdf>.

TUTERS, M., 2012. From mannerist situationism to situated media. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 18, no. 3, pp. 267-282. ISSN 1354-8565, 1748-7382. DOI 10.1177/1354856512441149.

TUTERS, M. y VARNELIS, K., 2006. Beyond Locative Media: Giving Shape to the Internet of Things. *Leonardo*, vol. 39, no. 4, pp. 357-363. ISSN 0024-094X. DOI 10.1162/leon.2006.39.4.357.

URRY, J., 2007. *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

WILKEN, R., 2008. Mobilizing Place: Mobile Media, Peripatetics, and the Renegotiation of Urban Places. *Journal of Urban Technology*, vol. 15, no. 3, pp. 39-55. ISSN 1063-0732. DOI 10.1080/10630730802677939.

ZEFFIRO, A., 2012. A location of one's own: A genealogy of locative media. *Convergence*, vol. 18. DOI 10.1177/1354856512441148.