

Movimientos sociales y periodismo en España. Una propuesta pacífica y transversal¹

- Os movimentos sociais e jornalismo em Espanha. Uma proposta pacífica e transversal
- Social movements and journalism in Spain. A peaceful and transverse proposal

Alex Iván Arévalo Salinas²

Francisco Javier López Ferrández³

Resumen: Este trabajo analiza los proyectos comunicativos que han surgido a partir de la influencia del movimiento 15-M en España. Como estudio de caso, este artículo analiza el programa informativo “Sí se Puede” del colectivo audiovisual Toma la Tele, que aborda la problemática de la vivienda en España. Para ello, se estudiaron los primeros 5 capítulos que se emitieron entre el 20 de marzo de 2013 y el 17 de abril de 2013, en el marco de la tramitación de la Iniciativa Legis-

- 1 Este trabajo se inscribe dentro de las líneas de investigación de los proyectos: CSO2012-34066 “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad de España; P1 1A2012-05 “De víctimas a indignados. Visibilidad mediática, migración de imágenes, espectacularización de los conflictos y procesos de transformación social hacia una cultura de paz”, del Plan de Promoción de la Investigación de la Universitat Jaume I de Castellón; y EuropeAid/131141/C/ACT/Multi “Comunicar en red para el Desarrollo/ Communiquer en réseau pour le développement”, de la Comisión Europea, coordinado por Lafede.cat.
- 2 Personal Investigador contratado doctor del profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I. Miembro del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP). Doctor en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo. Email: aarevalo@uji.es
- 3 Personal investigador predoctoral del Ministerio de Economía y Competitividad de España adscrito al Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón. Máster en Historia Contemporánea. Email: ferrandf@uji.es

lativa Popular presentada (ILP) por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). El objetivo de este trabajo es conocer las particularidades de estos medios que se han originado a partir del ideario del 15-M, así como profundizar en sus principales líneas discursivas. Tras el análisis del discurso, se observa un énfasis por promover la transversalidad y pacifismo en sus contenidos como también una representación alternativa de las movilizaciones y la figura de la víctima.

Palabras clave: Movimientos sociales. 15-M. Sociedad civil. Paz. Sí se Puede. España.

Resumo: Este artigo analisa os projetos de comunicação que têm surgido da influência do movimento 15-M em Espanha. Como estudo de caso, este artigo analisa o programa de notícias “Sí se puede” do coletivo audiovisual Toma la Tele, que aborda o problema da habitação em Espanha. O estudo avalia os cinco primeiros capítulos que foram emitidos entre 20 de março de 2013 e 17 de Abril de 2013, no contexto da tramitação da iniciativa legislativa popular (ILP) feita pela Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). O objetivo deste estudo foi determinar as especificidades destes meios que são baseados em princípios e ideias do 15-M, bem como aprofundar as suas principais linhas discursivas. Depois de ter aplicado a análise do discurso, se observada um enfoque pacifista e transversal e uma representação alternativa dos protestos e da figura da vítima.

Palavras-chave: Movimentos sociais. 15-M. Sociedade civil. Paz. Sí se puede. Espanha.

Abstract: This paper analyzes the communication projects that have emerged from the 15-M movement in Spain. We will focus on the informative “Sí se puede” which is made by the audiovisual collective Toma la Tele. The principal topic of this program is the housing problem in Spain, and the activities of groups like the Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) which are fighting for the right to housing. The corpus is composed for the firsts five episodes, that were issued between March 20, 2013 and April 17, 2013, in the framework of the submission of a Popular Legislative Initiative (ILP), by the Plataforma de Afectados por la Hipoteca. The objective of this study is to determine the specifics of the media that have originated from ideas of the 15-M, as well as deepen their main discursive lines. After discourse analysis, it is concluded that the contents promote a peaceful and transversal discourse. In addition to an alternative representation of the protests and the figure of the victim.

Keywords: Social movements. 15-M. Civil society. Peace. Sí se puede. Spain.

Introducción

Desde que comenzó la crisis económica en España y se acentuaron sus efectos sociales⁴, que en algunos casos han sido generados por las medidas aplicadas por los gobiernos

4 Uno de los efectos más claros de la crisis económica es el alza del desempleo. Los últimos datos, en momentos en que se elabora este artículo, señalan que el desempleo en el cuarto trimestre de 2014 registró un 23.70 % (INE, 2014, 1)

de turno⁵ y por la galopante corrupción que afecta al sistema político y económico, una parte de la ciudadanía ha expresado su descontento y rechazo ante este escenario a través de la participación en los movimientos sociales, en los partidos políticos de reciente creación⁶ y en las acciones colectivas de protesta.

Como fecha clave o punto de inflexión de este proceso se encuentran las movilizaciones del 15 de mayo de 2011, cuando miles de personas, principalmente jóvenes, se reunieron en las plazas públicas para exigir una democracia más participativa y transparente como también una respuesta social a la crisis económica, todo ello reflejado en el lema “Democracia real ¡Ya! No somos mercancía en manos de políticos y banqueros”. Esta protesta definida como Movimiento 15-M, Spanish Revolution o movimiento de los indignados, rápidamente logró captar la atención de los medios de comunicación nacionales e internacionales, siendo registrado por numerosas columnas periodísticas. La convocatoria estuvo marcada por un fuerte simbolismo, visible en la toma espacios públicos a través de acampadas, y se convirtió en un aliciente para la creación de nuevas redes o el fortalecimiento de las ya existentes, entre las que destacamos el surgimiento de las mareas ciudadanas, diferenciadas por colores para distinguir el sector específico de trabajo, el desarrollo de la coordinadora 25S⁷, que llevó a cabo la convocatoria Rodea el Congreso de 2012, o la potenciación de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), cuyo trabajo de base se remonta desde 2009. El éxito del 15-M, con una elevada valoración por parte de la ciudadanía (CIS, 2011), no puede entenderse de manera aislada sin el trabajo colectivo y de crítica sobre la corrupción, la negligencia y el exceso de poder, que algunas organizaciones y movimientos sociales habían desarrollado con anterioridad a este movimiento. Ejemplo de ello son las intervenciones del Movimiento por una Vivienda Digna, precedente de la PAH, o los planteamientos de Jóvenes sin Futuro.

El hastío por la política tradicional y las verticalidad del sistema democrático también queda patente en las protestas por el hundimiento en las costas gallegas del navío Prestige en 2002 (SAMPEDRO; LÓPEZ REY, 2006, 63-88) o las manifestaciones en contra de la guerra de Irak de 2003 por la participación de España en este conflicto bélico. Al respecto, Haro y Sampedro (2011, p.159) señalan que “el 15M es el último ciclo de eventos de un flujo de desobediencia civil que se materializa, casi cada cinco años, en las últimas dos décadas del país”.

Los ciudadanos que participaron y simpatizaron con los planteamientos del movimiento 15-M reprodujeron sus informaciones por diversas redes sociales como Facebook o Twitter, a través de plataformas como Youtube, y en otras redes más independientes como N-1 (GIL GARCIA, 2012). Además, llevaron a cabo la difusión en directo, vía streaming, de las acciones de protesta gracias a herramientas como Bambuser.

5 Nos referimos a los recortes presupuestarios en ámbitos sociales como la educación y la sanidad.

6 Entre los partidos que han surgido con el objetivo de plantear cambios en el escenario político son Podemos y Partido X. El primero logró más de un millón de votos en las elecciones europeas de 2014.

7 Para más información revisar este mapa conceptual: <<http://blogs.publico.es/strambotic/2014/04/mutaciones/>>. Acceso el: 5 feb .2015.

A todo esto, hay que añadir la capacidad del 15-M para poner en marcha varios proyectos comunicativos que trascienden las informaciones de las redes sociales y el momento puntual de protesta; y que en algunos casos tratan de aparecer como alternativas informacionales a los grandes grupos y conglomerados mediáticos que durante años han monopolizado el flujo informativo⁸.

Precisamente en estos nuevos proyectos comunicativos centraremos nuestro análisis. En un primer momento, llevaremos a cabo una categorización de los principales medios de comunicación surgidos desde la propia ciudadanía movilizada. Posteriormente, pasaremos al estudio de caso del programa *Sí se puede*, creado por el colectivo audiovisual *Toma la Tele*, que se centra en la cobertura de la problemática de la vivienda en España. El objetivo es conocer con mayor detalle las particularidades de estos medios que se han originado a partir del ideario del 15-M, así como profundizar en sus principales líneas discursivas.

Hemos acotado nuestro estudio a los cinco primeros capítulos del programa, ya que su emisión coincide con el debate en el Congreso de los Diputados de la Iniciativa Legislativa Popular (ILP)⁹ presentada por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) el 5 de febrero de 2013¹⁰ y con la campaña de escraches¹¹ realizada contra miembros del Partido Popular (PP) semanas antes de la votación en el Congreso. Estos capítulos fueron emitidos entre el 20 de marzo de 2013 (fecha de emisión del Capítulo piloto) y el 17 de abril de 2013 (fecha de emisión del Capítulo 4). De esta forma, el objetivo es analizar el tratamiento informativo del programa en momentos en los que las acciones de la PAH y la problemática de la vivienda cobraban gran repercusión mediática y social por la importancia de la votación de la Iniciativa Legislativa Popular. Los capítulos son:

Nombre	Fecha	Enlace
Capítulo Piloto	20 de marzo de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-piloto/

8 Alguno de los principales conglomerados mediáticos son News Media Corporation, Time Warner y Bertelsmann. En España, Mediaset, Atresmedia o Prisa.

9 La Iniciativa Legislativa Popular (ILP) es un proceso que permite a los ciudadanos presentar iniciativas de ley. Para ello, en España se necesitan como mínimo 500.000 firmas. El 5 de febrero de 2013, se presentó una ILP con 1.402.854 firmas que fueron recopiladas por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca y otros colectivos sociales. El 18 de abril de 2013, la PAH opta de manera simbólica por retirar esta ILP al ver que sus demandas no son recogidas en la modificación de la ley de vivienda. Los esfuerzos por modificar la ley de vivienda se remontan desde marzo 2010 cuando se realizan gestiones para que el Congreso de Diputado apruebe la dación en pago. Más información: http://www.afectadosporlahipoteca.com/wp-content/uploads/2012/01/ilp_dacic3b3n-en-pago-retroactiva_moratoria-de-desahucios_alquiler-social.pdf

10 La Plataforma de Afectados por la Hipoteca se creó en febrero de 2009 como una instancia ciudadana para forzar el cumplimiento de los derechos constitucionales a una vivienda digna. Plantea tres objetivos concretos: "Conseguir la dación en pago, paralizar los desahucios [...] y convertir las viviendas hipotecadas [de las personas amenazadas de desahucio o ya en manos de los bancos] en alquileres sociales" (COLAU; ALEMANY, 2012, 107). La dación en pago, en este caso, se refiere a la opción de saldar la deuda por medio de la entrega de la vivienda.

11 Los escraches son una protesta ciudadana que se realiza en los lugares de trabajo o los domicilios de las personas que se denuncian.

Capítulo 1	26 de marzo de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-001/
Capítulo 2	2 de abril de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-002/
Capítulo 3	10 de abril de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-003/
Capítulo 4	17 de abril de 2013	http://www.tomalatele.tv/web/blog/si-se-puede-capitulo-004/

El análisis del discurso se basará en el indicador de transversalidad y pacifismo que se desarrolla en el marco del proyecto CSO2012-34066 “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO)¹².

Los indicadores antes planteados se detectarán a partir de una indagación de las decisiones editoriales como la inclusión de imágenes de apoyo y anuncios publicitarios como también en la selección y divulgación de determinados temas, entre otros. A lo anterior, se le suma el análisis de las declaraciones y opiniones de los presentadores, los entrevistadores y las fuentes (entrevistados).

Transversalidad

La transversalidad se define como aquellos discursos que retratan un sentido de conjunto, una imagen colectiva y diversa de los actores que convergen en una meta o proyecto común, que en el caso específico de este estudio, se asocia a la consecución del cumplimiento del derecho a una vivienda digna.

La transversalidad tiene una expresión sociodemográfica cuando engloba una diversidad de perfiles y categorías como el sexo, la edad, la nacionalidad, el estado socioeconómico o la preferencia política, entre otras. También existe una transversalidad de la causa cuando se prioriza el objetivo general por sobre los intereses particulares.

Pacifismo

En cuanto al pacifismo, este indicador se define como aquellos discursos que refuerzan la concepción de un cambio social pacífico que legitima valores positivos como la unidad, la cooperación o la solidaridad. En el marco de análisis propuesto, el interés se centra en indagar en la representación de las formas de protestas. También en los modos en que se representan los actores y factores antagónicos desde la óptica de los movimientos sociales y los colectivos como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). En el análisis tam-

12 Otras publicaciones de este proyecto sobre indicadores e impacto de la comunicación en el 15-M son Nos Aldás, Seguí e Iranzo, 2015; Nos Aldás y Farné, 2015 y Gámez, 2015.

bién haremos mención a los discursos que incentivan la violencia desde la confrontación y la amenaza.

Cabe destacar que este estudio es la continuación de una investigación precedente que analizó el informativo *Sí se puede* en tres niveles: información básica, elementos de construcción noticiosa y análisis del discurso. En relación a este último aspecto, se profundizó en el indicador de refuerzo positivo definido como la difusión de éxitos concretos alcanzados o discursos que motiven y empoderen sobre las posibilidades de lograr avances en las demandas planteadas (ARÉVALO SALINAS; LÓPEZ FERRÁNDEZ, 2015). En esa investigación se comprobó que el informativo *Sí se Puede* de Toma la Tele otorgó un amplio acceso al discurso a las personas afectadas, quienes son la segunda fuente más utilizada tras los portavoces (miembros) de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). Un aspecto diferenciador si se compara con algunos informativos de los medios convencionales, en los cuales se concentra el acceso del discurso en fuentes con poder como ministros, diputados o políticos, entre otros. El análisis evidenció que los temas son presentados principalmente a través de entrevistas y declaraciones sin una edición profunda; que los presentadores y entrevistadores opinan y muestran sus posicionamientos y que existe un énfasis por la contextualización y por reforzar un discurso positivo y empoderador que se refleja en la difusión de éxitos concretos en 7 de las 26 noticias.

Estado de la cuestión: El impacto del cambio tecnológico en los movimientos sociales

Como estado de la cuestión, se profundizará en el impacto de las tecnologías de la información en la comunicación de los movimientos sociales, desde el estudio de los proyectos comunicativos que han surgido tras el movimiento 15-M de 2011 en España.

Las innovaciones alcanzadas en las últimas décadas han aumentado la capacidad de difusión de las demandas de los movimientos sociales favorecido su organización interna. Una de las principales innovaciones se produce con la mejora de las características técnicas de los dispositivos móviles (teléfonos, ordenadores o tabletas) y una mayor conectividad a Internet a través de las redes inalámbricas (en algunos países con conexiones 4G que permiten visualizar producciones audiovisuales sin cortes).

Otro cambio relevante ha sido el desarrollo de la web 2.0, entendida como la evolución del servicio web y la habilitación de espacio de participación y creación de contenidos, para la organización, la deliberación y difusión de sus demandas. La web 2.0 en plataformas como Youtube, Wikipedia, Flickr, My space, Facebook, Twitter, Blogger, entre otros, han democratizado la información y han permitido la interacción entre emisores y receptores (interlocutores) convirtiéndose en una alternativa al modelo unidireccional basado en un emisor omnipresente y un receptor pasivo. Esta evolución hacia la creación colectiva de conocimiento es uno de los rasgos de la denominada cibercultura (LEVY, 2007) o Auto-comunicación de Masas (CASTELLS, 2009), donde las personas pueden crear sus propios sistemas de información y comunicación. La web 2.0 ha permitido a los movimientos sociales difundir libremente sus informaciones soslayando la invisibilidad de sus demandas en

los medios convencionales. El debate cívico y político ha superado las barreras geográficas y temporales. En los espacios virtuales, se organiza, se debate y se delibera sobre las alternativas y las propuestas; se convoca a la acción (por ejemplo, manifestaciones); se difunde información relevante; se actúa.

Estos cambios se han desarrollado a una velocidad acelerada considerando que hace aproximadamente unos 15 años las convocatorias de protestas eran propagadas a través del correo electrónico o los SMS. Al respecto, Rheingold (2004) utiliza la expresión “Smart Mobs” para referirse a las primeras convocatorias propagadas a través del Servicio de Mensaje Corto (SMS) o los correos electrónicos; como, por ejemplo, las movilizaciones que se produjeron en Inglaterra en septiembre del 2000 en contra del aumento del precio de los carburantes; las de 2003 en protesta contra la Guerra de Irak en varios países del mundo; las de 2004 en España tras el atentado del 11 de marzo o las de 2007 en Xiamen (China) que hicieron que se paralizara la construcción de una planta química

En la actualidad, este proceso se realiza con el apoyo del streaming o transmisión en directo en plataformas como Bambuser principalmente a través de los dispositivos móviles, especialmente los teléfonos inteligentes o smartphones. Con el streaming¹³ cada activista se convierte en su propio canal de televisión y ejerce lo que se conoce como periodismo ciudadano. Sobre esta cuestión, Áurea Martín, del grupo de Diversidad Funcional de Acampada Barcelona, asegura lo siguiente:

El periodismo ciudadano es nuestra gran baza. Formo parte del proyecto PeopleWitness¹⁴, y creo que nadie va a contar mejor cómo ha sido una manifestación que la gente que está en ella: diversidad de visiones, horizontalidad en el mensaje, y menor capacidad de manipulación cuantas más personas estén transmitiendo información sobre un tema (LÓPEZ FERRÁNDEZ, 2014, p. 57).

De manera complementaria a los avances del streaming, los movimientos sociales se han apoyado en plataformas como YouTube para almacenar y difundir las producciones audiovisuales, incluso pudiendo anexar estos vídeos en sus propias páginas web y enlazar estos contenidos en otras redes sociales. Al respecto, Piñeiro y Costa (2012, 99) señalan que el 16.4 por ciento de las publicaciones de la cuenta de Facebook del colectivo Democracia Real Ya (uno de los principales colectivos que incentivaron el 15-M) incorporaron vídeos de YouTube. Por su parte, Castillo, García y Smolak (2013, p. 80-82), señalan que YouTube fue la tercera fuente de información más utilizada en el sitio web de Indignados, la cuarta en 15-M y la quinta en Acampada Sol.

13 Los colectivos vinculados al movimiento 15-M como Toma la Tele y algunas activistas como Suysulucha (<<http://bambuser.com/channel/suysulucha>>) han organizado cursos y talleres para difundir las potencialidades de estas herramientas.

14 Es una red de comunicaciones que se vale de las aportaciones de diferentes “testigos” que comparten sus grabaciones con teléfonos 3G en un mismo canal que emite streaming.

En este análisis del impacto de las tecnología de la información no podemos dejar de mencionar el desarrollo de herramientas de edición de vídeos, algunas de ellas de fácil uso y gratuitas como Kdenlive (software libre), Wevideo, VSDC Free video editor u otras como Windows Movie Maker. Como consecuencia de lo anterior, el videoactivismo se masificó tal como lo plantea Galán Zarzuelo (2012, p.1100), cuya nueva realidad se contrapone a la concentración de la denuncia audiovisual a cargo de los cineastas militantes durante los años sesenta y setenta. El mismo Galán Zarzuelo (2012, p. 1100) señala que el desafío es hacerlo “de manera colectiva para que se convierta en un hecho político”.

En este análisis del impacto de las tecnología de la información no podemos dejar de mencionar el desarrollo de herramientas de edición de vídeos, algunas de ellas de fácil uso y gratuitas como Kdenlive (software libre), Wevideo, VSDC Free video editor u otras como Windows Movie Maker. Como consecuencia de lo anterior, el videoactivismo se masificó tal como lo plantea Galán Zarzuelo (2012, p.1100), cuya nueva realidad se contrapone a la concentración de la denuncia audiovisual a cargo de los cineastas militantes durante los años sesenta y setenta. El mismo Galán Zarzuelo (2012, p. 1100) señala que el desafío es hacerlo “de manera colectiva para que se convierta en un hecho político”.

En relación a estas innovaciones, Castells (2012, p. 32) señala “en nuestra época, la comunicación multimodal con redes digitales de comunicación horizontal es el medio de comunicación más rápido, autónomo, interactivo, reprogramable y autoprogramable de la historia”.

Proyectos comunicativos del movimiento 15-M

Los proyectos comunicativos que difunden los principios e ideales del movimiento 15-M tienen como precedentes algunas experiencias mediáticas creadas por los movimientos sociales en otros contextos políticos, económicos, sociales y geográficos. Entre ellas destacamos las páginas web que difundieron las demandas del Ejército Zapatista de Liberación Nacional como Palabra Zapatista o Enlace Zapatista. También las páginas web que surgieron desde el movimiento altermundista como Rebellion.org, Nodo50, La Haine o Kaosenred, así como la red de centros de información Indymedia; que llegará a popularizar la frase: “No odies a los medios, conviértete en ellos”.

Los grupos vinculados al movimiento 15-M han comprendido esta frase poniendo en marcha algunos proyectos comunicativos propios, tanto en espacios virtuales u online como a través de vías tradicionales como la radio o la prensa escrita. En este artículo se clasifican estos proyectos en tres categorías:

- Periodísticos: Abarcan programas y reportajes informativos que reflejan las temáticas que se debaten en las asambleas, transmiten las acciones de protesta o profundizan en los temas de interés para estos colectivos como las vulneración de algunos derechos sociales (vivienda, sanidad o educación).

Un ejemplo destacado es el periódico Madrid15m que surgió en febrero de 2012 con una periodicidad mensual y que en diciembre de 2014 presentó su número 31. Este medio

tiene una edición impresa con 20.000 ejemplares gratuitos a finales de 2013 y una edición online. Su web¹⁵ informa de que se trata de un medio aprobado “por 42 asambleas del 15-M madrileño” y su objetivo, como se señaló en Arévalo Salinas e Iranzo (2014, p.1135) es “tomar la prensa”, acción que equipara a la reclamación del espacio público, y que “los ciudadanos puedan contar con un medio de información diferente, abierto, asambleario, horizontal, no ‘profesionalizado’, con vocación de fomentar el pensamiento crítico y matizar esa visión artificial del 15-M como un movimiento de pensamiento único”. Esta experiencia se considera novedosa por la inclusión de una edición impresa que complementa a su formato digital, especialmente por un mayor esfuerzo de gestión, financiamiento y organización. Otros ejemplo son: Ágora Sol Radio, Toma la Tele, Sol.tv y Fotomovimiento.

- Participativos y de creación colectiva del conocimiento: Son proyectos que promueven la participación y el compromiso de la ciudadanía en relación a las demandas y las acciones de este movimiento social.

Un caso a destacar es 15mpedia¹⁶, que trata de funcionar como una wiki en la que se definen las principales cuestiones en torno a este movimiento. En esta página se habla de la existencia de hasta 216 acampadas repartidas por todo el mundo, y ofrece la posibilidad de redactar un artículo sobre cada una de ellas, así como sobre cualquier aspecto relacionado con el 15-M. Otros ejemplos son: 15M.cc, Bookcamping, Oiga.me, Voces con futura y peoplewitness.

-Transparencia: Son proyectos que incentivan la transparencia del sistema democrático mediante la divulgación de la actividad de sus representantes políticos.

Dos ejemplos son Graba tu pleno y ¿Qué hacen los diputados? La primera, es una plataforma que permite a los activistas transmitir las sesiones y debates que acontecen en sus ayuntamientos como una vía para divulgar la toma de decisiones en el ámbito local. Por su parte, el proyecto ¿Qué hacen los diputados? realiza un seguimiento de la actividad particular de los Diputados en el Congreso, así como de la actualidad parlamentaria.

Estudio de caso: El informativo Sí se Puede del colectivo audiovisual Toma la Tele

Este artículo, como hemos señalado, se centra en el estudio del programa Sí se Puede del colectivo audiovisual Toma la Tele¹⁷. Para conocer más detalles sobre sus propuestas, uno de los autores de este artículo mantuvo conversaciones con un miembro de Toma la Tele¹⁸. Estos datos se complementaron con una revisión de la información disponible en su página web y otros materiales de difusión.

15 Madrid15m.org Acceso el: 2 de febrero de 2015.

16 Enlace a la web 15Mpedia: <<http://wiki.15m.cc/wiki/Portada>> Acceso el: 10 de enero de 2015.

17 Página web de Toma la Tele:<www.tomalatele.tv>. Acceso el: 10 de enero de 2015.

18 Uno de los miembros de Toma la Tele participó en dos cursos de veranos organizado por la Universitat Jaume I de Castellón en 2013 y 2014. Para más información puede consultar: <<http://bambuser.com/v/3747443?profile-tabs=nearby>> Acceso el: 20 de diciembre de 2014.

Toma la Tele es una plataforma que surge en marzo de 2012. En sus inicios, este colectivo tuvo como principal objetivo convertirse en un repositorio para que las asambleas y los colectivos del 15-M subieran los vídeos de sus debates y actividades. Posteriormente, este proyecto comenzó a crear contenidos propios como algunos informativos (A fondo, a la izquierda Afaik, KACN Informativo semanal de la Agencia Ciudadana de Noticia, En Krudo Live o Sí se Puede). En su página web se pueden encontrar además textos, películas o programas.

Por su parte, el programa Sí se Puede, cuyos capítulos son el corpus de este estudio, es un informativo de periodicidad semanal que se focaliza en la temática de la vivienda en España. Como se menciona en la página web de Toma la Tele, su objetivo es fomentar el derecho consagrado en la Constitución Española de una vivienda digna y adecuada. El primer capítulo se emitió el 20 de marzo de 2013 y su última emisión data del 14 de julio de 2014.

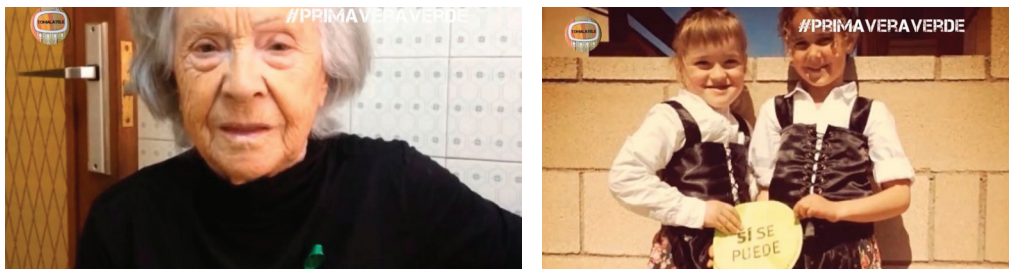
Análisis del discurso

Tras el análisis realizado a las decisiones de edición y a las declaraciones y opiniones de los presentadores, los entrevistadores y las fuentes (entrevistados), la transversalidad y el pacifismo se manifiestan en los siguientes aspectos:

Transversalidad

Los capítulos muestran una transversalidad sociodemográfica al incluir y retratar experiencias e imágenes de personas que conforman diversos grupos económicos, políticos, culturales y etarios. En el capítulo 2, en un vídeo introductorio, se incorpora a una mujer de aproximadamente 70 años que tiene colgado en su ropa un lazo solidario de color verde, que es parte de una campaña denominada primavera verde para difundir la Iniciativa Legislativa Popular (ILP). En este mismo video, se incluye a dos niñas que sostienen un círculo que contiene el lema de la PAH Sí se puede.

Imagen 1. Transversalidad sociodemográfica en el capítulo 2



Los entrevistados no se enmarcan en un rango de edad y presumiblemente antes de la crisis pertenecían a distintos estratos socioeconómicos, si bien esto último no podemos concluirlo con datos fiables, las distintas experiencias descritas nos puede llevar a tal conjetura. La transversalidad también se visualiza en la inclusión de personas de otras culturas y nacionalidades. Si bien el discurso tampoco lo informa, esto se interpreta por los diferentes

rasgos físicos y la diversidad de acentos del castellano en las declaraciones de los entrevistados. La no mención de la nacionalidad de las personas entrevistadas constituye un avance en comparación con las prácticas tradicionales de los medios convencionales donde se suelen mencionar estos datos, especialmente en noticias negativas sobre actos delictuales. De esta manera, se termina por estigmatizar y criminalizar a estos ciudadanos.

La transversalidad también tiene un cariz político. En el capítulo 2, se incluye una noticia que informa sobre el caso de una concejala del Partido Popular (Agrupación política gobernante contraria a la dación en pago y el alquiler social) de la localidad de Rafal (Alicante) que consigue, gracias a la colaboración de la PAH, una dación en pago y un alquiler social. La selección de esta noticia es una forma de plantear que la vulneración de los derechos de la vivienda en España afecta incluso a los propios miembros del Partido Popular. Además permite describir a la Plataforma de Afectados por la Hipoteca como un espacio amplio y transversal que no hace distinción por preferencias políticas.

Los movimientos sociales surgidos en España en los últimos años han tratado de superar la distinción tradicional entre izquierda y derecha para presentar los problemas asociados a la crisis económica como cuestiones transversales. Amador Savater (LÓPEZ FERRÁNDEZ, 2014, p. 62) afirma que el 15-M se aleja de todas las simbologías e ideologías previas para “hablar del presente, hablar del presente con mucha gente y muy distinta, hablar del presente en formas y modos no determinados a priori”.

En este sentido, podemos afirmar que existe una transversalidad de la causa cuando se menciona que las demandas de la PAH son apoyadas por la mayoría de la sociedad española, y que son legítimas porque benefician el interés colectivo.

Las fuentes utilizan un lenguaje generalista y plural con conceptos como pueblo o sociedad civil y palabras como todos. En el capítulo piloto, un entrevistado afirma que todos los españoles demandan un cambio normativo en alusión a las peticiones de un afectado. En el capítulo 3, un miembro de la PAH asegura que “una de las últimas encuestas habla de que un 90% de la población le da la razón a la PAH, y que al mismo tiempo ese porcentaje entre los votantes del Partido Popular (PP) asciende al 83%”.

Las fuentes representan a la PAH como un espacio abierto, que no establece sesgos y diferenciaciones, e invitan a los ciudadanos a conocer, buscar soporte y colaborar con esta organización. En el capítulo 3, una fuente señala que los afectados no se identifican con una ideología concreta y un color político, una opinión que se repite en el capítulo piloto. Esta idea también la refuerza Ada Colau, una de las portavoces más conocidas en 2013, quien en el capítulo 1 menciona que el grueso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca está compuesto por personas no politizada, que no eran activistas previamente, sino que se ha incorporado por necesidad.

Pacifismo

El pacifismo ha sido otra de las características principales que los actuales movimientos sociales han tratado de dar visibilidad. Tanto el 15-M como la PAH se han plan-

teado como movimientos ciudadanos pacíficos¹⁹, con el fin de conseguir una mayor aceptación por parte de la opinión pública al aparecer estos dos rasgos como parte central de la cultura política heredada de la Transición (NOS ALDÁS, SEGUI, IRANZO, 2015). Este elemento, el pacifismo, lo encontramos muy presente a lo largo de los diferentes capítulos ya que, aun tratándose de un periodo en el que los escraches fueron algo habitual, estos son presentados como una “campaña para informar” a los miembros del Partido Popular sobre la situación que vive la ciudadanía; limando así lo máximo posible cualquier interpretación que pudiera asociarlos a actos violentos, algo que fue habitual en las declaraciones de los propios miembros del Partido Popular así como en los enfoques de diversos medios de comunicación.

En el capítulo 1 se reitera que los escraches son acciones no-violentas y totalmente pacífica que tienen el objetivo de informar a los políticos que votarán la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) presentada por la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH). En capítulo 3, uno de los portavoces de la PAH, Chema Ruíz, asegura, en defensa de los escraches, que la ciudadanía tiene todo el derecho de mostrar su descontento ante sus representantes en cualquier momento y lugar y que el gobierno está llevando a cabo una campaña para tratar de posicionar a este colectivo a la marginalidad y a la radicalidad con acusaciones como filoterroristas²⁰.

A nivel de formato, el programa *Sí se Puede* se destaca por relatar los hechos desde una perspectiva vivencial donde las personas afectadas pueden dar a conocer sus problemas y emociones. Estamos ante un esquema basado en las entrevistas y las declaraciones con escasa edición, que contrasta con los noticieros de los medios convencionales donde un periodista describe los acontecimientos en voz en off y se apoya de imágenes de contexto.

Otra diferencia con los medios convencionales tradicionales es la representación de las acciones colectivas de protesta, donde mayoritariamente se muestran escenas que congregan a personas que denuncian de forma pacífica la situación de exclusión y vitorean el lema *Sí se Puede*. En los medios convencionales, la problemática de la vivienda se focaliza en el conflicto que rodea la aplicación de los desahucios o ejecuciones hipotecarias como el choque entre la policía y los manifestantes o la aflicción que experimentan los afectados. La tensión, los enfrentamientos y el dramatismo son algunos de las principales características de esta cobertura.

El caso de estudio también se destaca por plantear una reinterpretación de la figura de la víctima. Existe una tendencia por omitir la calificación de víctima y preferir el concepto de afectado en línea con el nombre de la asociación que defiende estos derechos. El afectado es representado como una persona indignada, empoderada y participativa, que

Para más información de estos principios puede consultar: <<http://madrid.tomalaplaza.net/2011/08/12/en-las-caracteristicas-del-15m-inclusividad-horizontaldad-inteligencia-colectiva-y-no-violencia-esta-la-clave-que-nos-permitira-cambiar-el-mundo-y-nuestras-vidas/>>. Acceso el: 12 en. 2015. 19

20 La delegada del gobierno de España en Madrid, Cristina Cifuentes, afirmó en marzo de 2013 que “la PAH y su lideresa últimamente tienen ciertas inquietudes de apoyos a grupos filotarras o proetarras” vinculando a este colectivo con el grupo terrorista ETA. Más información: <http://politica.elpais.com/politica/2013/03/25/actualidad/1364203963_208246.html>. Acceso el: 5 en. 2015.

colabora junto a los colectivos sociales en el trabajo de presión para alcanzar un cambio de su situación.

Este giro interpretativo también acontece cuando se describen las ocupaciones de viviendas vacías. Este tema es una cuestión que tradicionalmente se ha asociado a movimientos radicales, razón por lo cual re-enmarca como una acción legítima y justa por la necesidad que experimentan miles de familias y por el dinero público que otorgó el Estado para evitar la quiebra de algunos bancos. En el capítulo 2, Ada Colau asegura que si no se consigue la dación en pago y el alquiler social es totalmente legítimo liberar viviendas vacías en propiedad de los bancos. En capítulos posteriores, se presentan nuevas experiencias de recuperación de viviendas vacíos desde la humanización e individualización de la problemática. El concepto ocupación, asociado a los movimientos okupas, se reemplaza por otros como liberación y recuperación que permiten apoyar el marco de justicia que se vincula a las acciones de la PAH.

Una muestra del pacifismo a nivel de edición es la inclusión en el capítulo 2 de unas manos unidas en señal de cooperación y unidad.

Imagen 2. Expresión del pacifismo en el capítulo 2



Por su parte, el análisis mostró una identificación clara de los actores y factores que son sindicados como causantes de la situación de violencia que experimentan los afectados. Estos son el Partido Popular, la banca, la ley de vivienda, y de manera secundaria, la policía por su papel represor en las manifestaciones. En el capítulo 3, se incluyen imágenes de efectivos policiales deteniendo a la fuerza a algunos activistas mientras un portavoz informa sobre la situación de algunos heridos y detenidos.

Estos actores y factores antagónicos son calificados como criminales, verdugos, ilegales, especuladores o buitres. En el capítulo 1, se afirma que las entidades financieras han secuestrado el Estado mientras que en el capítulo 4 un experto de la PAH señala que el Partido Popular representa a los verdugos. A nivel de edición, en el capítulo 2 se relaciona de manera implícita a los políticos del Partido Popular con la corrupción y la mafia. Una vez finalizadas las declaraciones de dos políticos de este partido, una banda musical interpreta en una calle la canción de la película *El Padrino* de Francis Ford Coppola (1972), cuya temática refleja las relaciones de poder al interior de la mafia.

Por último, encontramos un anuncio en el capítulo 3 que utiliza la amenaza como una estrategia para incentivar la participación en una acción de protesta. Se trata de un

video promocional que establece un ultimátum al banco Bankia para que acepte las demandas exigidas por los movimientos sociales en el ámbito de la vivienda o, en caso contrario, bloquearán todas sus sucursales. Esta acción se define en este vídeo como un ataque masivo.

Conclusiones

Los capítulos analizados del programa informativo *Sí se Puede* establecen marcos alternativos de representación de la protesta y la figura de víctima. Además de presentar indicios de transversalidad y pacifismo en sus discursos.

La protesta no es representada como un espacio de confrontación y dramatismo como sucede en los medios convencionales. En este sentido, se la visualiza como una protesta pacífica que congrega a una decena de personas que vitorean el lema de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (*Sí se puede*) mientras se emiten algunas declaraciones.

El afectado es representado como una persona activa, participativa y empoderada que se moviliza para encontrar una solución a sus problemáticas. El informativo *Sí se puede* les otorga un espacio para emitir sus testimonios y dar a conocer sus inquietudes, siendo las declaraciones y las entrevistas los principales formatos de esta producción periodística. Este hecho humaniza e individualiza la problemática en contraposición a una visión fría y abstracta basada en los datos, que puede llegar a producirse en algunos medios convencionales.²¹

La reinterpretación también involucra a algunas acciones de protesta como los escraches y la ocupación de viviendas. En el caso del escrache, el discurso los define como una campaña informativa y se destaca su carácter pacífico. Por su parte, la ocupación de viviendas vacías es denominada como recuperación o liberación, cuyos significados son más coherentes con la intención de reforzar un imaginario de justicia social por parte de los portavoces de la PAH y por los discursos de esta propuesta periodística. Esta medida es fundamentada y legitimada por la urgencia social de la problemática y por la existencia de un marco jurídico que vulnera los derechos consagrados en la constitución a una vivienda digna. También por el dinero público que recibieron los bancos para evitar su quiebra. Los ejemplos anteriores de re-enmarcado y re-significación nos permite concluir que esta propuesta presenta en sus contenidos indicios de pacifismo.

Referencias

ARÉVALO SALINAS, A.I.; LÓPEZ FERRÁNDEZ, F. J. Los proyectos comunicativos surgidos desde la sociedad civil indignada en España. El caso del informativo *Sí se puede*. Ponencia presentada al *Congreso Movimientos sociales y TIC Move.net*, 5 de febrero, 2015.

ARÉVALO SALINAS, A. I.; IRANZO MONTÉS, A. Periodismo y protesta. La cobertura del periódico *Madrid15m* y el diario *El País* en la protesta *Rodea el Congreso* de 2012. In: M.

21 Un ejemplo de este enfoque se puede encontrar en la siguiente noticia: <http://www.telecinco.es/informativos/economia/Desahuciadas-familias_2_1798155088.html>. Acceso el: 5 en. 2015.

LESMOS Y M. OLIVEIRA (Orgs.). *Comunicação ibero-americana: os desafios da Internacionalização*. Braga: Portugal: CECS, 2014. p. 1131 -1139.

CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009.

_____. *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza, 2012.

CASTILLO, A.; GARCÍA, D.; SMOLAK, E. Movimientos sociales y estrategias de comunicación. *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 19, n. 1, p. 71-89, 2013.

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS CIS. *Representaciones políticas y movimiento 15-M*, CIS, 2011. Disponible en: <http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/2920_2939/2921/Ft2921.pdf>. Acceso en: 10 nov. 2014.

COLAU, A. Y ALEMANY, A. *Vidas hipotecadas*. Angle, 2012. Disponible en: <<http://afectadosporlahipoteca.com/wp-content/uploads/2013/01/vidas-hipotecadas.pdf>>. Acceso en: 5 dic. 2014.

GÁMEZ, M. J. Feminisms and the 15M Movement in Spain: Between frames of recognition and contexts of action. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, first published on January 9, 2015.

GALÁN ZARZUELO, M. Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales. *Revista Comunicación*, v. 1, n. 10, p. 1091-1102, 2012.

GIL GARCÍA, J. Las redes sociales como infraestructura de la acción colectiva: análisis comparativo entre Facebook y N-1 a través del 15-M. *Revista Sistema*, n. 222, p. 65-80, 2012.

HARO BARBA, C.; SAMPEDRO, V. Activismo político en red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Revista Teknocultura*, v. 8, n.2, p. 167-185, 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (INE). Encuesta de Población Activa (EPA) Cuarto trimestre de 2014, *Notas de prensa*, 22 de enero, 2015. Disponible en: <<http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0414.pdf>>. Acceso en: 5 en. 2015.

LEVY, P. *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos, 2007.

LÓPEZ FERRÁNDEZ, F. J. *El 15-M y los nuevos movimientos globales. Identidades múltiples y nuevos consensos*, Trabajo de Fin de Máster en el programa de Historia Contemporánea, Universidad de Valencia, 2014.

NOS ALDÁS, E.; SEGUÍ, S.; IRANZO, A. Evaluación e indicadores de eficacia cultural. Un análisis crítico de éxito de la comunicación actual de los movimientos sociales en España: la resonancia cultural en el caso de la PAH, In: M. CHAPARRO (Orgs.): *Medios de proximidad, participación social y políticas públicas*, Málaga, COMAndalucía y Asociación para la Investigación en Comunicación (Imedea), 2015.

NOS ALDÁS, E.; FARNÉ, A. Videoactivismo digital como comunicación para el cambio social pacífico: estrategias narrativas y discursos sociales en United for Global Change. In: F.

SIERRA, F.; D. MONTERO (Orgs.): *Videoactivismo, cultura y participación. Teoría y praxis del cambio social en la era de las redes*. Barcelona: Gedisa, 2015.

PIÑEIRO, T.; COSTA, C. Ciberactivismo y redes sociales. El uso de Facebook por uno de los colectivos impulsores de la “Spanish revolution”, Democracia Real Ya (DRY). *Revista Observatorio*, special Issue networked belonging and networks of Belonging – COST ACTION ISO906, p. 165-180, 2012.

RHEINGOLD, H. *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.

SAMPEDRO, V.; REY, J. L. Nunca Más y la cara oculta de la esfera pública: control de la visibilidad mediática de un movimiento social In: NOS ALDÁS, E.; J. GÁMEZ, M. (Orgs.), *Medios de comunicación y solidaridad. Reflexiones en torno a la desarticulación social*. Castellón: Servicio de Publicaciones de la Universitat Jaume I de Castellón, 2006, p. 63-88.