

Videoactivismo: acción política cámara en mano.

El uso de estilemas videoactivistas en las conexiones en directo.

Resumen:

El estudio aborda de forma descriptiva el discurso audiovisual donde se analizará si las técnicas de producción de vídeos activistas de movilización callejera, son utilizadas en las conexiones en directo de los informativos de los medios corporativos.

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor: Guillermo Buitrago Salcedo

Director: Concha Mateos Martín

Grado en comunicación audiovisual

Curso: 2013/2014 – convocatoria: marzo

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO CONCEPTUAL	5
2.1. Antecedentes del Videoactivismo, cine militante	5
2.2. Videoactivismo	6
2.2.1 Definición de Videoactivismo	6
2.2.2 Características	7
2.2.3 Diferencia con el cine militante	10
2.2.4 Pautas generales de los vídeos	10
2.2.5 Relación con el medio televisivo	11
2.2.6 Videoactivismo 2.0	12
2.3 Directo audiovisual	13
2.3.1 Hecho frente a noticia	13
2.3.2 Construcción de la noticia	14
2.3.3 Construcción narrativa del relato	16
2.3.4 El discurso informativo de actualidad	16
2.3.5 Discurso frente a relato	17
2.3.6 La estructura narrativa elemental	18
2.3.7 Relato informativo televisivo	18
2.3.8 Estructura del discurso televisivo	19
2.3.9 Elementos del universo narrativo	19
2.3.10 Caracterización de los sujetos narrativos	20
2.3.11 Estrategias enunciativas	20
2.3.12 Procedimientos de inscripción de la figura del enunciador	21
2.3.13 Discurso informativo telediarario	23
2.3.14 Directo audiovisual, la coincidencia de los tres tiempos	24
2.3.15 Clasificación de directos	24

3. METODOLOGÍA	29
3.1. Objetivo	29
3.2. Hipótesis	29
3.3. Objeto	29
3.4. Muestra	30
3.5. Técnica	30
3.6. Herramienta	31
4. ANÁLISIS	34
4.1. No hay posproducción editorial. Editorializa porque no hay postproducción, ni elementos extra diegéticos, ni montaje	34
4.2. No hay narrador. El protagonismo lo tienen los actores sociales y los hechos. No existe el discurso (periodístico o profesional) a cámara.	35
4.3. No personaliza narrativamente, ni el discurso verbal ni la imagen, ya que hay un predominio del plano general para abarcar el suceso	36
4.4. Se aplica un uso del directo pleno: acontecimientos en curso, en el lugar de los hechos, durante su desarrollo. No hay marcas de los tipos de directo muerto (huellas no directo)	37
5. CONCLUSIONES	39
6. BIBLIOGRAFÍA	42
7. ANEXOS	44

1. INTRODUCCIÓN

Con este estudio se pretende indagar en una parte del videoactivismo centrada en el género informativo, partiendo desde la movilización callejera. En él realizaremos un análisis descriptivo del discurso con técnicas cualitativas por medio de categorías.

A través de éstas técnicas se demostrará o no, el uso de estilemas de los vídeos activistas informativos de movilización callejera en las conexiones en directo realizadas en los informativos de los medios de comunicación hegemónicos. Para ello se analizarán las conexiones en directo de las principales cadenas de televisión generalistas y, vídeos activistas sobre movilización social callejera.

El análisis de los vídeos se hará sobre las movilizaciones sociales del barrio de Gamonal en Burgos, donde un grupo de vecinos se manifestaban en contra de la construcción de un bulevar.

Este trabajo de análisis se concretó a través de la lectura de una bibliografía videoactivista. Muchos de los documentos leídos hablaban sobre el videoactivismo desde una perspectiva orientada hacia la cinematografía más que hacia la información, aunque también la trataba. Pero uno de los artículos que llegó a mi poder, me abrió los ojos hacia un mundo de posibilidades que me interesaban más. En él, además de hacer un recorrido por el videoactivismo, encontré una frase que marcó un antes y un después y que supuso el origen de este trabajo.

La frase comentaba que los trabajos videoactivistas se podían considerar herederas de los informativos televisivos porque el directo condiciona el discurso audiovisual. Una vez elegido el tema, se seleccionó dentro de los informativos de las cadenas de televisión las conexiones en directo para realizar el análisis y por parte del videoactivismo los vídeos realizados por los vecinos del barrio de Gamonal.

2. MARCO TEÓRICO

Transformar la sociedad es el origen y el fin último del videoactivismo en sus diversas facetas. Despertar y activar la conciencia de la ciudadanía, conseguir que modifique su actitud pasiva y asuma un compromiso con el cambio son algunas de las pretensiones que los diversos autores buscan alcanzar a través de sus obras. Porque los videoactivistas creen en la política como medio para cambiar las cosas, están convencidos del poder de la información y de la necesidad de contarla para enfrentarse al poder establecido y a su pretensión de ocultarla y manipularla para impedir la crítica y conseguir el inmovilismo ciudadano.

Marta Galán, en una reflexión publicada en la revista *Comunicación*, enumera las claves que debemos tener presentes al hablar de videoactivismo y que, como veremos más adelante, determinan sus características esenciales:

“Desde el principio de la existencia del hecho cinematográfico hay dos características constantes que se dan en él: el tratamiento explícito o implícito de lo político y la voluntad de intervención en la realidad social” (Galán, 2012: 1091).

2.1. Antecedentes del videoactivismo: el cine militante

Los antecedentes del videoactivismo los encontramos en el cine militante, un término ya utilizado por Fernando Solanas y Octavio Getino para denominar al cine que nació en los años 1960–1970 en América del Sur y que buscaba influir en el pensamiento político de la gente.

En este sentido se expresa también Gabriela Bustos en *Audiovisuales de combate* cuando hace referencia al cine político y militante “como un cine de intervención, una herramienta artística, estética y política que apunta a la transformación social” (Bustos, 2006:16). Una definición en sintonía con la de Getino y Solanas que, en 1969, afirmaban que “el cine militante es aquel cine que se asume integralmente como instrumento de una determinada política y de las organizaciones que la llevan a cabo al margen de la diversidad de motivos que procure” (Bustos, 2006:16). En ella resaltan dos afirmaciones bien diferenciadas: que el cine militante se vincula a las intenciones de las organizaciones y que el cine militante se fundamenta por las imágenes que se pueden utilizar en un momento de reivindicaciones de cambios sociales. En definitiva, las

claves que hasta ahora podemos identificar con el cine militante son su identificación como un cine político con adscripción a partidos políticos y su búsqueda de la transformación social.

Esta aproximación a las diversas definiciones del cine militante, nos lleva a dar un paso más y tratar de identificar y enumerar las que, según Marta Galán, son sus características fundamentales:

- Una clara posición contraria a la considerada como hegemónica, la del cine comercial.
- Su objetivo de agitar las conciencias de los espectadores mostrando la cruda realidad (es un objetivo más político que cinematográfico).
- La producción de obras de forma conjunta y la toma de decisiones de manera colectiva. El colectivo asume la responsabilidad como un compromiso político.
- La distribución de las obras se realiza a través del intercambio con otros grupos de afinidad política y audiovisual de todo el mundo.
- La proyección de las obras fuera de las salas comerciales, en lugares que funcionan como salas de exhibición alternativas.
- Desarrollo de un proceso comunicativo donde existe la bidireccionalidad (feedback) como consecuencia del debate que se produce tras el visionado, algo que no ocurre en el cine comercial. El espectador completa el significado de la obra con un debate al finalizar la proyección de la película o por medio de la reflexión propia.

2.2. Videoactivismo

2.2.1 *Definición de videoactivismo*

Para dar una definición más completa que incorpore todos los matices, hemos buscado en fuentes académicas y también en fuentes de autopercepción del videoactivismo. En ese ámbito, los trabajos descriptivos o de análisis publicados en los últimos años del siglo XX y primeros del siglo XXI, se han convertido en referentes imprescindibles para entender el videoactivismo, como es el caso de David Widginton y de Thomas Harding. Widginton comienza centrando su atención en la figura del videoactivista y lo describe como “una persona incrédula por naturaleza que tiene que ver con la popularización de las verdades alternativas que fomentan la

justicia social, mediante su obtención de una cantidad de información visual sobre un tema y la proyección posterior a un público que va más allá de las personas que están directamente involucradas en la cuestión” (Widginton, 2005: 103).

Widginton asegura que “el activismo es un rasgo altamente político, aunque lo califica de inherente a lo social e inevitablemente ligado a lo personal. El objetivo prioritario para el videoactivista es la justicia social, hasta el punto de que influye en sus decisiones, en sus relaciones, en los temas de conversación y en la dirección de sus vídeos” (Widginton, 2005: 1091). Finalmente, centra su atención en la cámara y la califica de “una herramienta para el cambio social, al igual que el megáfono, los litigios, un spray de pintura, un sitio web y una poesía” (Widginton, 2005: 104).

Para David Widginton un videoactivista es alguien que aspira a alcanzar conceptos y valores universales como la verdad y la justicia social, implicando a la sociedad mediante la utilización del vídeo como una herramienta con la que mostrar una realidad alternativa a la establecida, que solo busca consolidar un poder injusto decidido a conservar los privilegios de la clase dominante, la injusticia y la desigualdad.

Por consiguiente tal y como sintetiza Diego González:

“El videoactivismo es un tipo de acción audiovisual que se orienta en la búsqueda de la transformación social, cuyo origen se encuentra en círculos alternativos, que tiene una concepción de la comunicación basada en la horizontalidad y la flexibilización de roles con un carácter no comercial y que busca generar colectividad a través de sus piezas”. (González, 2013: 15)

A partir de esta definición, podemos enumerar las características que identifican al videoactivismo y que se clasifican en principales y secundarias.

2.2.2 Características del videoactivismo

Las principales son dos y ya las habíamos anunciado anteriormente: la transformación social, fin último de toda obra videoactivista que pretende remover la conciencia y los pensamientos de los espectadores para que luchen por la justicia social, y el carácter político de toda obra

videoactivista, ya que la búsqueda de un cambio en la sociedad lleva implícita una crítica a la misma y a los gobernantes que permiten que ocurra ese hecho.

En cuanto a las características secundarias, pero no por ello menos importantes, podemos enumerar: la utilización como personajes centrales de sus obras de personas en situación de algún tipo de riesgo social, pertenecientes a organizaciones sociales y políticas (es un rasgo común pero no definitorio). La razón es que, según Widginton, “la opinión pública puede ser persuadida para apoyar a personas vulnerables y a sus comunidades contra las medidas represivas del Estado y de las empresas, entre otros” (Widginton, 2005: 109). A estas personas desfavorecidas se les pone más trabas para vivir y solo les queda luchar contra la injusticia social, pero necesitan un medio que les de voz y les ayude a resolver los problemas que la sociedad y los gobiernos olvidan en un cajón.

“Cualquier problema social puede ser un tema a tratar por un videoactivista” (Widginton, 2005: 104). Según Widginton, “un vídeo puede omitir deliberadamente el status quo de distintos puntos de vista que están suficientemente representados en los medios de comunicación. Esta subjetividad distingue el videoactivismo del periodismo documental tradicional. Los videoactivistas no tienen un templo de la objetividad, pero participan con orgullo en la presentación de opiniones, marginales o no, a fin de inspirar el debate público y fomentar la acción para promover el cambio” (Widginton, 2005: 104).

Por lo tanto, debemos considerar al Videoactivismo subjetivo en relación con el punto de vista, al presentar la realidad que omiten los medios de comunicación, y combativo al buscar el debate y la crítica con el objetivo de promover un cambio. Pero también transparente, pues sus posiciones no se enmascaran tras una retórica de objetividad.

El Videoactivismo tiene su origen en círculos alternativos donde se congregan todo tipo de activistas y videoactivistas. Para David Widginton, “el Videoactivismo va más allá de la toma de vídeo y se adentra en el proceso de organización de la formación de estructuras colectivas para ayudar a la producción y distribución de los vídeos activistas” (Widginton, 2005: 105). Es decir, son los propios activistas los que crean estructuras con las que promocionar por todo el mundo sus vídeos y conseguir una mayor repercusión en la denuncia del problema en el mayor

número de sitios. Un ejemplo lo encontramos en Canadá con el Colectivo videoactivista *Les Lucioles* o *Indymedia*, que tiene sede en Argentina pero se ha expandido por otros países.

Otro rasgo más del videoactivismo es que la elaboración de información se pretende hacer de manera horizontal. Según el ideal videoactivista no existe un director que organiza todo. Cada persona se responsabiliza de una parte concreta: la edición, realización, la imagen, los subtítulos... Aunque pueden desempeñar cualquier función porque no están especializados en una rama. En un vídeo pueden editar y en otro ocuparse de realizarlo. Esto refuerza el hecho de que cualquier trabajo se firma de forma colectiva. Ninguno es más que otro. Todos participan de igual manera.

En relación con las distintas estructuras de promoción videoactivista, se crean vínculos de ayuda entre los activistas. Por ejemplo, si un español quiere hablar sobre la polución en México D.F. tendría que desplazarse a la ciudad para grabar las imágenes, sin embargo, puede contactar con un videoactivista mexicano para que le envíe el material grabado a través de la red, porque las obras videoactivistas se difunden básicamente por Internet.

Con el paso del tiempo, la cámara de vídeo ha ido convirtiéndose en una máquina con un tamaño más reducido y manejable, un precio mucho más barato que su predecesora de película, capaz de formar un equipo de filmación con una persona y de ofrecer la posibilidad de reproducir inmediatamente las imágenes grabadas.

El 5 de marzo de 1991 fue George Holliday quien convirtió en videoactivismo las imágenes grabadas desde el balcón de su apartamento en el centro de Los Ángeles. Aquellos 81 segundos de imágenes de agentes de policía golpeando a Rodney King transformaron la cámara de vídeo, dejando de ser un accesorio personal para la nostalgia y convirtiéndose en una herramienta eficaz para la justicia social y la recuperación y promoción de los Derechos Humanos. Y es que el discreto rodaje de la paliza a King demostraba los abusos de personas que se sentían intocables por su posición de poder en una estructura establecida.

Las imágenes tuvieron un impacto y una rapidez de reacción que las palabras solas no hubieran sido capaces de proporcionar. Aún así, el material no impidió el incidente y, a pesar de ser utilizadas en el juicio, los agresores fueron absueltos.

Sin embargo, ante la pregunta de si el vídeo es un buen medio para la prevención de los abusos a los Derechos Humanos, la asociación *Witness*¹ de defensa de los Derechos Humanos recomienda utilizar las cámaras de vídeo para prevenir dichos abusos. Su presencia protege a los abusados por la influencia que tiene la prueba visual en los espectadores, que se convierten en testigos convencidos de la injusticia y pueden sentirse inclinados a responder con la acción o, al menos, con el diálogo. La opinión pública puede ser persuadida para apoyar a las personas vulnerables y a sus comunidades contra las medidas represivas del Estado. De esta forma la grabación colabora con el cambio social.

2.2.3 Diferencias del videoactivismo con el cine militante

Aunque, como decíamos al principio, el cine militante es el antecedente del Videoactivismo existen rasgos que les diferencian en distintos sentidos: el cine militante se vinculaba a los partidos políticos y el Videoactivismo se aproxima, pero no siempre de modo orgánico, a las organizaciones sociales que abogan por una intervención política y social. Por otro lado, el Videoactivismo se divulga básicamente por Internet mientras que el cine militante lo hacía en salas y espacios alternativos, ya que entonces no existían las nuevas tecnologías. Y por último, el videoactivismo cambia el formato cinematográfico por el vídeo.

2.2.4 Pautas generales en los vídeos

En cuanto a la estética, realización y edición de los vídeos activistas, hay que decir que tienen cierta forma “amateur” fruto la mayor parte de las veces de la urgencia que tiene el material por salir a la luz, una urgencia que se refleja también en la estética, la narrativa y la edición.

El relato audiovisual se sitúa en el conflicto, en lo que está sucediendo en el instante que se está grabando. Debemos recordar que domina en las grabaciones el objetivo político de la crítica, lo que provoca que tanto la estética como la forma del relato se sitúen un escalón por debajo del contenido. Algo parecido ocurre también con el discurso narrativo, que estará condicionado a la rapidez del relato que se quiere contar.

¹ Organización internacional sin ánimo de lucro que utiliza el vídeo para denunciar los abusos de los Derechos Humanos. Para más información: <http://www.witness.org/>

Las grabaciones se caracterizan por ser veloces y con cámara en mano. No importan los minutos u horas de grabación porque todo el material puede llegar a utilizarse en la copia final, de aquí que no haya cortes a la hora de tomar las imágenes.

Las pautas generales a la hora de realizar vídeos activistas se engloban en tres aspectos que son fundamentales: la utilización de planos generales que permitan captar todo el entorno y recoger la mayor cantidad de información del ambiente de conflicto, que las intervenciones de los ciudadanos sean en directo y de forma espontánea, sin entrevistas guionizadas y pre producidas; y que la presencia y participación del realizador no se trata de disimular, puede expresarse cuando los hechos lo impongan. El realizador participa en la diégesis como si fuese un manifestante más, comentando los sucesos que están ocurriendo y hablando con otros manifestantes.

Como ya hemos visto anteriormente, el carácter de urgencia afecta a todos los procesos, pero el de edición es el más afectado. Los vídeos suelen editarse con un montaje al corte y sin efectos de postproducción, lo que permite no desviarse del sentido realista que ofrecen las propias imágenes. Además, se utiliza una rotulación muy básica cuyo único objetivo es agregar más información al contexto.

En cuanto al sonido, en los vídeos no suele emplearse música extradiegética. Generalmente se utiliza sonido directo que no suele incluir fuentes ajenas al universo informativo. Este tipo de banda sonora construye un paisaje sonoro realista que introduce al espectador y lo convierte en un participante más en el acto y en la reivindicación por la que se lucha en el acto.

2.2.5 Relación con el medio televisivo

Para analizar la relación del videoactivismo con el medio televisivo debemos acudir a las afirmaciones de Marta Galán indicando que “a las prácticas videoactivistas, en un sentido estético y narrativo, se las puede considerar herederas de los informativos televisivos, donde las dinámicas del directo condicionan los discursos audiovisuales. En una sociedad completamente mediatizada, la noticia se convierte en la auténtica protagonista. Este es el motivo por el que el directo en las televisiones sea un valor en sí mismo, modificando la relación del medio televisivo con la realidad” (Galán, 2012: 1098).

Esta concepción de los trabajos videoactivistas provoca que su elaboración se lleve a cabo según dos únicas opciones:

- Videoinformes. Trabajos condicionados por lo informativo, que tratan un tema de actualidad, emplean un lenguaje directo que apela al espectador y tienen menos duración que las piezas documentales.
- Piezas documentales. Tratan hechos pasados que provocan en el espectador una reflexión crítica sobre el tema, por lo que utilizan una duración mayor.

A pesar de estas diferencias, el objetivo de ambas prácticas es común: “representar la realidad para intervenir y disputar los contenidos y los sentidos de verdad construidos sobre el mundo que les rodea y contribuir a la construcción de una memoria colectiva”. (Galán, 2012: 1098)

2.2.6 *Videoactivismo 2.0*

Las revueltas sociales acaecidas en África y conocidas como “primaveras árabes” fueron el detonante que originó el boom de un videoactivismo 2.0. Estas primaveras árabes fueron alzamientos populares contra la supremacía de los gobiernos. Los revolucionarios se enfrentaron a ellos reclamando un cambio en la política, la economía y la sociedad de estos países que permitiera avanzar y conquistar más libertades para las personas.

Los jóvenes fueron quienes asumieron el papel principal en las revueltas al ser una generación que conoce y utiliza habitualmente las nuevas tecnologías (nativos digitales según Mark Prensky), utilizando las herramientas que proporcionan para difundir lo que estaba ocurriendo a través de Internet y de las redes sociales, ejerciendo una manera de ciberactivismo.

Las protestas tuvieron lugar en países como Túnez, Islandia, Estados Unidos y España. En nuestro país la protesta se generó a través del Movimiento 15-M.

El 15-M es un movimiento social que se caracteriza por “la reapropiación del espacio público mediante la toma de plazas y del espacio discursivo a través de las asambleas barriales” (Galán, 2012: 1099), como afirman Víctor F. Sampedro y José Manuel Sánchez en *La red era la plaza*. También se caracteriza por el empleo de las nuevas tecnologías como arma política, compartiendo el contenido audiovisual para alcanzar una transformación social.

Estas personas graban vídeos con teléfonos móviles, cámaras fotográficas y otros medios de grabación de vídeo y lo hacen para mostrar y compartir lo que están viviendo. Como la gran mayoría no tiene una educación audiovisual especializada, los vídeos son un testimonio espontáneo, no tienen planificación previa ni marcas del estilo propio del realizador.

Los vídeos son de corta duración, influidos por las webs de almacenamiento de vídeo y, en opinión de Marta Galán, “el atractivo de estas obras radica en la grabación de la realidad sin ningún tipo de manipulación. Tú lo vives, Tú lo cuentas” (Galán, 2012: 1099).

Según Galán, estas personas “se convierten en productores de información, en una organización colectiva al margen de los medios de comunicación de masas. Construyen un nuevo modelo de noticiabilidad. Una práctica contrainformativa que depende de un proyecto de transformación social” (Galán, 2012: 1099).

Como consecuencia de los estos rasgos y características citadas, podemos concluir que los vídeos producidos y subidos a Internet sin elaboración o con una elaboración sencilla con montaje al corte y ningún tipo de postproducción son, para Marta Galán, videoactivismo 2.0: “son continuadores de la labor videoactivista que se empezó a generar a finales del siglo XX porque sus piezas audiovisuales tienen un claro objetivo político, de denuncia, se producen desde la alternatividad en todos los procesos y se caracterizan por la inmediatez de los materiales, y 2.0 porque se encuentran dentro de la filosofía de la web 2.0 como productores de contenidos, en este caso audiovisuales, sin intermediarios en los procesos” (Galán, 2012: 1100).

2.3. Directo Audiovisual

Las noticias que vemos son una construcción de lo sucedido a partir de marcas de lo real. Esto implica que la realidad sea una construcción de una persona sobre un acto. Como dice Mateos Martín, en *El directo ético y el directo patético en los informativos de televisión en España*, “designamos como realidad al discurso sobre lo real” (Mateos Martín, 2011: 583).

2.3.1. Diferenciar el hecho de la noticia

En su libro *El espectáculo informativo*, González Requena explica que “la textura del hecho es la de lo real y la de la noticia la del signo: la noticia es un discurso. La única manera posible de citar

un hecho sin convertirlo en discurso es señalarlo con el dedo: lo real no puede ser nombrado” (González Requena, 1989: 7). Por lo tanto, para poder hablar de un suceso real sólo podemos formular un discurso, porque el hecho en sí no podemos nombrarlo.

Tenemos que elegir una frase para encabezar la noticia. Una entre todas las posibilidades y si la elección cambia algún componente del discurso, el sentido cambia. “Con la elección, por tanto, nace el sentido y, en él, el sujeto se inscribe en el discurso” (González Requena, 1989: 8). En conclusión, no existe el discurso no subjetivo.

2.3.2. Construcción de la noticia

Pasamos a ver ahora todas esas operaciones ineludibles que tiene que realizar el sujeto (subjetivas) para construir la noticia. González Requena observa cinco etapas en la construcción de la noticia: la interpretación del hecho por el informador, la valoración, la elección o rechazo del hecho como material susceptible de ser transformado en noticia, su construcción y la ubicación de la noticia en la cadena informativa.

A) Interpretación del hecho por el informador

El informador constituye su sentido mediante la conceptualización del hecho y su narrativización. La conceptualización le asigna sentido al hecho, por lo que el receptor necesita un buen nivel de formación y preparación para entender algunos códigos y ambientaciones.

La narrativización consiste en incluir el hecho conceptualizado en una cadena narrativa que lo ligue a otros sucesos de forma razonada. Con ella se presentan una serie de particularidades: el impacto informativo y las posibilidades de dramatización, que una interpretación defectuosa o insuficiente (error de conceptualización) provoque efectos comunicativos imprevisibles, y que la conceptualización y la narrativización producen el encuadramiento de la noticia por parte del informador.

B) Valoración de la noticia por el informador

El informador tiene que valorar el interés informativo que va a producir el hecho en el espectador. Esto nos lleva a tener en cuenta dos elementos:

- El interés informativo potencial de un acontecimiento está en función del sentido que pueda alcanzar para su destinatario y depende de los lazos que se establezcan entre él y el acontecimiento.
- La demanda informativa del destinatario está sometida a transformaciones que dependen esencialmente de la transformación de los intereses y deseos de los sujetos destinatarios y de las señas de identidad a través de las que la reconocen.

C) Elección o rechazo del hecho como susceptible de ser transformado en noticia

Que un hecho sea noticia se decide mediante una política informativa que hace la valoración de los hechos. En la elección pueden influir consideraciones políticas y la espectacularización de la noticia (los materiales disponibles, la dramatización).

D) Construcción discursiva de la noticia

La noticia se construye a través del lenguaje y la escritura con el objetivo de que el lector o espectador pueda entenderla.

En este apartado se produce otro encuadre de la noticia al intervenir de nuevo la conceptualización y la narrativización del hecho. El sentido que entiende el destinatario será distinto según la forma de encuadramiento de la construcción de la noticia. En este punto hay que tener en cuenta la autocensura del informador que, por diversos motivos como la línea ideológica editorial, puede influir a la hora de crear un discurso contrario u opuesto al hecho.

E) Ubicación de la noticia en la cadena informativa

La posición que ocupe la noticia en la cadena informativa marcará su importancia, dependiendo de la sección en que la sitúe, el programa o la cadena. Esta decisión será fruto de una decisión subjetiva.

2.3.3. Construcción narrativa del relato

Para construir narrativamente el relato es preciso tener en cuenta dos rasgos que la caracterizan:

- Una operación de enunciación visibilizada

La figura del narrador se dirige a cámara, incluso interpela directamente a la audiencia, la avisa y alerta; el sujeto enunciadore imprime en la imagen marcas no diegéticas sonoras y visuales: voz over, pantalla partida, rótulos infográficos que identifican el acontecimiento, el escenario, el tiempo, los sujetos narradores o el logotipo de la entidad que produce las imágenes (Policía, vídeo aficionado...). El universo referencial queda roto y superenmarcado visual y narrativamente. A su vez el marco enunciadore entra a compartir protagonismo con el onjeto referencial.

- Un orden narrativo no diegético

Las acciones pueden presentarse según un orden cronológico, aunque no es habitual. El resultado del tema narrado suele utilizarse como gancho y habitualmente se cuenta al comienzo de la pieza. Si el gancho se considera muy eficaz puede que se anticipe con el orden de un sumario al comienzo del programa informativo o antes de pasar a los cortes publicitarios. Por lo tanto, se utiliza un tratamiento creativo del orden de la historia.

2.3.4. Discurso informativo de actualidad

Para González Requena el discurso informativo audiovisual “tiene por objeto producir el presente social a partir de una sistemática promoción discursiva y narrativa de ciertos sucesos” (González Requena, 1989: 19). Para él, se crea un discurso que encadena el conjunto de las noticias y que otorga sentido a dos niveles:

- A) Nivel Micro: el suceso constituido en acontecimiento (conceptualizado y narrativizado).
- B) Nivel Macro: el presente como resultado del conjunto de acontecimientos de cuyo grado de cohesión dependerá su inteligibilidad, de cuya frecuencia dependerá su ritmo y de cuyo tratamiento dependerá su dramática.

El discurso informativo de actualidad trata al presente como una realidad estática con muchos cambios.

2.3.5. Discurso frente a relato

Según las reflexiones de González Requena, “si todo conjunto coherente de enunciados constituye un discurso, no todo discurso constituye un relato, es decir, no todo discurso posee un nivel narrativo de organización de sus elementos” (González Requena, 1989: 24).

El discurso informativo puede variar y reconstruir el relato del que pertenece. Es el caso de los reportajes que ofrecen el sentido de una noticia dentro del telediario, aunque también se puede informar sobre el suceso brevemente, que suele ser lo más utilizado porque supuestamente el espectador conoce el relato global y coloca la noticia de inmediato.

Cada una de las noticias de un informativo es una unidad narrativa independiente que forma parte de un relato mayor donde está conectada a otros sucesos. De aquí que, un telediario en su conjunto no constituya un discurso narrativo, sino un discurso constituido por múltiples discursos narrativos.

Por su parte, un relato se compone de estructuras narrativas elementales que están enlazadas, cuyo sentido está avalado por tener uno o varios sujetos narrativos que actúan o padecen los sucesivos acontecimientos narrativos.

En definitiva, podemos concluir que la diferencia fundamental entre discurso y relato es el nivel narrativo de organización de sus elementos, su estructura narrativa.

En un telediario se superponen varias estructuras narrativas. Pero las piezas videoactivistas se presentan la mayor parte de las veces aisladas. Aunque el receptor las puede insertar en estructuras narrativas propias que él mismo construye en su repaso de los medios y redes.

2.3.6. Estructura narrativa elemental

Desde la perspectiva de análisis de González Requena, está constituida por tres epígrafes que indican: la situación de partida de un sujeto dado, un determinado suceso del que ese sujeto participa, y la situación de llegada del sujeto diferente a la de partida.

La estructura narrativa elemental es un mecanismo de conversión que implica a un sujeto y le provoca un cambio de estado. Para que se produzca ese cambio de estado, necesitamos un sujeto constante, una situación de partida, una situación de llegada y un suceso que implique al sujeto y medie entre la situación de partida y de llegada.

2.3.7. Relato informativo televisivo

Este relato logra subyugar a su público. No esconde su naturaleza de discurso (artificial) sino que, al contrario, la pone de manifiesto, aunque con una enunciación muy estandarizada: poniendo siempre extremo cuidado en que se trate de un discurso “correcto”, limpio, perfecto, claro, ordenado y envuelto en una adecuada retórica de la objetividad.

Estas exigencias se transfieren puntualmente a la caracterización de sus personajes narradores: imagen impecable, dicción impecable, control del movimiento, contención de la expresividad emocional... Y también a su discurso verbal: ordenado, claro, escueto, con una arquitectura sintáctica sobre oraciones simples.

La puesta en plano del relato informativo audiovisual clásico de televisión se sujeta a esquemas muy rígidos para asegurarse un manejo eficiente de la atención del espectador, evitando los focos simultáneos de vídeo y audio y ordenando la cesión de la palabra con claridad. A ello responden, por ejemplo, el encuadre medio frontal del narrador mirando a cámara o el sonido ambiente rebajado en exteriores.

El relato audiovisual informativo del modelo clásico de televisión ajusta toda su estrategia narrativa a una construcción muy estereotipada de un sujeto narrador fiable y con credibilidad. Esta función narradora se organiza de forma polifónica: hay una cadena de cesiones sucesivas de la palabra. Estas sucesiones están jerarquizadas, por lo que siempre se vuelve al narrador

principal en plató. De esta forma, la función narradora se convierte en un eje estructural de todo el relato.

2.3.8. Estructura del discurso televisivo

El discurso televisivo se articula como un discurso de discursos que siempre está en curso (abierto, infinito, interminable). De esa dialéctica entre las partes y el todo se extraen sus características esenciales en cuanto a la estructura, tal y como afirma González Requena: fragmentación frente a continuidad, falta de cierre frente a la necesidad de clausura, macrogénero frente a diversidad de géneros y, por último, la fagocitación inducida de otras narrativas.

2.2.9. Elementos del universo narrativo

A partir de un conjunto de sucesos unidos por relaciones causales y temporales, el relato adquiere un “espacio-tiempo narrativo coherente y diferente del espacio-tiempo real del discurso: el universo narrativo” (González Requena, 1989: 28).

Para este autor, este universo narrativo está formado por:

- determinadas coordenadas espacio-temporales,
- determinados sucesos realizados o virtuales: los sucesos narrativos,
- determinados sujetos que ejecutan o padecen los sucesos: los sujetos narrativos, que son las fuerzas que actúan en el universo narrativo generando o padeciendo los sucesos.
- determinadas propiedades de los sujetos narrativos, de las que dependen los tipos de acciones virtuales que pueden llegar a realizar de manera verosímil.

2.3.10. Caracterización de los sujetos narrativos

González Requena considera que un sujeto narrativo puede caracterizarse de manera directa o indirecta.

Cuando la caracterización es directa se realizará por:

- sus atributos: los rasgos y cualidades que tiene.
- la definición de su objeto de deseo (su objetivo).
- los acontecimientos narrativos de los que participa (funciones que desempeña para conseguir su objetivo).
- los comentarios y valoraciones que sobre él se vierten en el discurso.

Si la caracterización es indirecta se llevará a cabo por:

- la negación de los rasgos y cualidades de sus oponentes.
- los rasgos de sus aliados.

2.3.11. Estrategias enunciativas

En los discursos compartidos por una amplia mayoría de personas podemos observar un enunciado, que puede ser real o ficticio y que es el plano del enunciado, y un dispositivo de enunciación, que es el plano del sujeto de la enunciación.

Para Emile Benveniste, el plano del sujeto de la enunciación puede seguir dos estrategias enfrentadas y múltiples soluciones intermedias:

- enunciación no subjetiva: determinada por el borrado del sujeto de la enunciación.
- enunciación subjetiva: lleva inscritas en el discurso las marcas del sujeto de la enunciación.

Pero estos dos tipos de enunciación no abarcan las primordiales estrategias discursivas, por lo que es necesario analizar el plano del sujeto de la enunciación según el enunciador, el enunciatario y la relación entre ambos.

Todos los apartados de la enunciación y del enunciado, tienen una estrecha relación con las funciones del lenguaje: el mundo del enunciado con la función referencial, el enunciador con la función expresiva, el enunciatario con la función conativa y el enunciador-enunciatario con la función fática. Y esta relación lleva a González Requena a crear una tipología de enunciaciones:

- Enunciación no subjetiva: su peculiaridad es el borrado del sujeto de la enunciación. La utilización de esta estrategia enunciativa provoca una preponderancia de la función referencial y fomenta el contexto referencial del discurso.
- Enunciación subjetiva: determinada por la inscripción de las figuras del sujeto de la enunciación. Esta estrategia crea el impulso o promoción del contexto comunicativo, donde el discurso desarrolla la función comunicativa entre destinatarios y destinatarios. Existen cuatro tipos:

- expresiva: determinada por la inscripción de la imagen del enunciador,
- conativa: determinada por la inscripción de la figura del enunciatario,
- expresiva-conativa: determinada por la inscripción de la relación entre enunciador y enunciatario,
- fática: determinada por la inscripción del contacto entre el enunciador y el enunciatario.

2.3.12. Procedimientos de inscripción de la figura del enunciador

Cualquier discurso tiene un enunciador, independientemente de que la enunciación sea subjetiva (aparecen las marcas de la enunciación) o no subjetiva (las marcas están borradas). Para inscribir la figura del enunciador en el discurso audiovisual es necesario aplicar algunas pautas que permitan conseguir que el destinatario preste atención a la persona que habla.

González Requena elaboró un listado para conocer los procedimientos característicos del discurso informativo a nivel verbal, sonoro y visual:

- Nivel verbal:
 - uso de la primera persona del singular o del plural.
 - empleo explícito de adjetivos o de comentarios y valoraciones.
 - introducción de connotaciones mediante el tono o inflexiones de la voz.

- Nivel sonoro:
 - utilización enfática de efectos sonoros (directos o reconstruidos).
 - utilización de música en la creación de atmósferas sonoras de tipo metafórico (alegre, triste, dramática...).
 - introducción de temas musicales que connoten o enfatizen las imágenes o actúen a modo de comentarios musicales.

- Nivel visual:
 - efectos connotadores explícitos introducidos por el movimiento o la angulación de la cámara, la composición de la imagen, el tratamiento del color, la manipulación abierta de la imagen...
 - presencia del informador en el universo narrativo, tanto fuera como dentro del campo visual.
 - miradas a cámara del informador o el personaje.
 - gestualidad del informador en campo (emotiva, distante, crítica...).
 - ruptura del orden lineal-cronológico de los hechos narrados (montaje paralelo...).
 - entrevistas (explicitan la presencia de un mediador entre entrevistado y destinatario).

2.3.13. *Discurso informativo del telediario*

El origen del telediario está en la prensa escrita, que diariamente ofrece a los lectores un discurso informativo con las informaciones y sucesos ocurridos. Sin embargo, frente a la prensa, el telediario intensifica y expande la personalización de la información: la televisión no puede hacer información sin personalizarla.

El informativo heredó de los diarios la enunciación no subjetiva en la mayor parte del discurso, donde lo importante son los hechos y no el enunciador, aunque esto solo sucede en un nivel verbal, donde el mensaje está redactado siguiendo una elocuencia objetiva de los hechos.

Desde el nivel visual, la enunciación se vuelve subjetiva debido a que el texto está leído por una persona frente a cámara, por lo que establece la figura del narrador, que es el núcleo del telediario porque expone los hechos e interpela al espectador (destinatario) al mirar continuamente a cámara, como si lo hiciera a los ojos de las personas que le están viendo.

El enunciador del telediario cuenta los acontecimientos desde un lugar invariable por el que accede a otros sitios mediante conexiones con los reporteros. Es como si estuviera en muchos lugares sin moverse de su sitio y ese lugar donde se encuentra el presentador supone la “escenificación directa del contexto comunicativo” (González Requena, 1989: 47).

González Requena se pregunta por qué tener un presentador frente a una cámara si no se le permite subjetivar el texto que lee. El motivo es la puesta en escena: los hechos ocurridos se muestran como presente cuando en realidad son pasado inmediato, produciendo en el espectador el efecto de directo.

El telediario se estructura en dos espacios: el de los acontecimientos que van a cubrir los reporteros, donde tienen lugar los hechos (contexto referencial) y el espacio en el que está el presentador, donde se narran los hechos (contexto informativo). La diferencia entre ambos es que el primer espacio cambia, evoluciona, y el otro no, asegurando una estabilidad.

Para González Requena, “el espacio informativo se presenta como un espacio donde el acontecimiento es atrapado por el concepto, vuelto inteligible, el ámbito donde se articulan las

diversas noticias para configurar un discurso global sobre el presente” (González Requena, 1989: 48).

2.3.14. Directo audiovisual, la coincidencia de los tres tiempos

Entendemos por directo la conexión con el lugar donde se está produciendo un acontecimiento. Según Mateos Martín, la especificidad narrativa del directo implica la coincidencia de tres tiempos: el del acontecimiento, el de la enunciación y el de la lectura. Es decir, en una retransmisión en directo las cosas suceden mientras se están narrando y el receptor lee el relato.

En opinión de García de Castro, “el directo televisivo ha supuesto un valor añadido, una ventaja competitiva de un medio, la televisión, que se ha confirmado como preferente en las pautas de consumo mediático de la población en todas las estadísticas del mundo capitalista” (García de Castro, 2007: 11-13). También Mateos Martín considera que “la exclusividad del directo en la televisión provocó su preferencia frente a otros medios, incluso que el directo tuviera mayor valor informativo por la inmediatez” (Mateos Martín, 2011: 584). La televisión domina el consumo, las agendas, el componente visual y la consagración de ese tipo de consumo mediático como el tipo general y de referencia.

Para Dayán, “el directo en televisión ha consolidado un aura de valor mítico para la inmediatez como técnica de realización informativa, especialmente a partir de los acontecimientos del 11-S” (Dayán, 1992).

2.3.15. Clasificación de directo audiovisual

“El directo en sí, como recurso expresivo, ha de aportar información y ayudar a esclarecer las condiciones de los hechos objetivos de información” (Mateos Martín, 2011: 588) afirma Mateos Martín, que crea una tabla donde clasifica el directo audiovisual de forma clara y eficaz a través de una serie de parámetros.

- Naturaleza de la acción

“La lógica informativa justifica el directo por la necesidad de estar presente durante el desarrollo de los acontecimientos de los que se pretende informar” (Mateos Martín, 2011: 590).

Mateos se pregunta si el proceso está en curso o ha terminado y se plantea dos posibles situaciones, una en la que ocurre algo y otra donde no ocurre nada.

En la primera situación el suceso está produciéndose y mantenerse ahí informando garantiza estar pendiente de lo que pueda ocurrir: “es el valor esencial o más puro directo” (Mateos Martín, 2011: 590). En cambio, si nada ocurre solo podemos ofrecer valores indirectos: el único hecho es la asistencia de un informador al lugar. Ha podido pasar algo, pero ya ha concluido. El contexto está muerto informativamente y el periodista solo puede contar lo ocurrido o provocar alguna acción.

Mateos Martín establece tres naturalezas del objeto informativo: ocurre una acción, ocurre la enunciación informativa y ocurre una representación y a cada una de las naturalezas le corresponde una categoría de directo: activo (pasan los hechos), enunciativo (sucede la enunciación) y artificial (ocurre una representación).

Parámetro	Categoría	Descripción
Naturaleza de la acción	Directo activo	Ocurre la acción
	Directo enunciativo	Ocurre la enunciación
	Directo artificial	Ocurre una representación

Tabla 2.3.15 Naturaleza de la acción. Fuente: Mateos Martín

- Tiempo de la acción

Mateos Martín se plantea conocer cómo se vinculan el presente informativo y el tiempo del suceso: “contamos en el presente hechos que ocurren en otro tiempo, pero ¿qué relación tiene nuestro presente enunciativo con ese otro tiempo de la acción?” (Mateos Martín, 2011: 592). Mateos Martín plantea tres supuestos de directo enunciativo en los que el tiempo presente no aporta desarrollo informativo, ni novedad: continuo, relato de un pasado que fue y sigue siendo; rememorativo, relato del pasado que ha sido; y anticipador o profético, relato de un futuro que se imagina o se prevé que será.

Parámetro	Categoría	Descripción
Tiempo de la acción	Directo continuo	Pasado que fue y sigue siendo
	Directo rememorativo	Pasado que ha sido
	Directo profético	Futuro, será

Tabla 2.3.15 Tiempo de la acción. Fuente: Mateos Martín

- Escenario del directo

Según la relación que exista entre el escenario de la acción y el objeto del directo, Mateos Martín encuentra cinco posibilidades:

- Directo ilustrativo: la acción destacable ya ha ocurrido, pero el lugar sigue siendo interesante informativamente en ese momento (...). Se trata de una situación en evolución y el presente del estado del lugar es informativo aunque la acción haya pasado.
- Directo perpetuo: hay relación espacial, pero el escenario es invariable. Aunque es el lugar de los hechos la acción murió o no ha llegado y en el presente no ocurre nada que sea informativo, no podemos ver nada que aporte información sobre los hechos relatados.
- Directo imaginado (presente ausente): se cuenta un supuesto presente que está ocurriendo pero que no lo podemos ver.
- Directo arbitrario: hay una relación con el espacio pero no es necesaria o exclusiva, no es el lugar que documenta la fuente de información y la información no ha sido elaborada gracias a la presencia en el lugar.
- Directo contrario: el informador está en un lugar pero comenta acciones ocurridas en otros lugares.

Parámetro	Categoría	Descripción
Escenario del directo	Directo ilustrativo	Un lugar es escenario de los hechos y sus circunstancias presentes llevan información.
	Directo perpetuo	Un escenario invariable puede tener valor informativo identificativo.
	Directo imaginado (directo a las puertas)	Se imagina el lugar próximo, no se puede acceder, es paso privado o restringido, pero estamos lo más cerca posible.
	Directo arbitrario	Los hechos podrían contarse desde otros espacios, no ocurre en un lugar específico.
	Directo contrario	No estamos en el lugar del relato y no es indiferente el lugar pero el espacio de los hechos sí es otro específico.

Tabla 2.3.15 Escenario del directo. Fuente: Mateos Martín

- Rol narrativo

Para conocerlo hay que saber qué valor tiene el directo al hacer la pieza audiovisual. Según el cometido de la conexión en directo será la totalidad de la noticia, el desarrollo de la pieza o la presentación de la noticia.

- Directo total: toda la información se ofrece en directo.
- Directo principal: puede llevar unas declaraciones grabadas.
- Presentación: se utiliza para introducir una noticia grabada y editada antes, un VTR.

Parámetro	Categoría	Descripción
Rol narrativo	Directo total	Toda la información se ofrece en directo.
	Directo principal	Se da información en directo y grabada.
	Directo presentación	El directo simplemente da paso a la información, segunda presentación.

Tabla 2.3.15 Rol narrativo. Fuente: Mateos Martín

- Voz en directo

Se centra en la persona que se dirige a la audiencia. Generalmente informan los periodistas, pero también pueden hacerlo directamente fuentes del acontecimiento. Por tanto, encontramos dos tipos de directo: directo primario, donde las fuentes primarias prestan la voz a la pieza, y directo editorial, en el que habla el periodista.

Parámetro	Categoría	Descripción
Voz en directo	Directo primario	El lugar permite el acceso a fuentes primarias, ha ido a su espacio, les deja la voz.
	Directo editorial	Habla el periodista, el medio.

Tabla 2.3.15 Voz en directo. Fuente: Mateos Martín

3. METODOLOGÍA

3.1. Objetivo

El objetivo del trabajo es analizar el discurso informativo audiovisual de los medios corporativos para conocer las características videoactivistas presentes en ellos según el estilo de producción cuando se utilizan, realizan noticias en directo. Nos encontramos en este tipo específico de piezas de los medios convencionales porque una parte muy representativa o paradigmática del videoactivismo es la que realiza emisiones en directo mediante streaming o la que divulga piezas en las redes directamente obtenidas por dispositivos móviles, y aunque no se emitan en riguroso directo, presentan intervalos breves entre grabación y difusión por internet.

3.2. Hipótesis

El discurso televisivo corporativo toma estilemas del modo de producción de las piezas videoactivistas que se emiten en streaming y desde producciones callejeras para informar sobre protestas.

3.3. Objeto

Para tratar de elaborar un marco de estudio en el que las piezas comparadas pudieran tener algún tipo de continuidad se han buscado dos rasgos para la selección del objeto de estudio, los informativos en directo donde se tratan temas de actualidad y se envían a reporteros al lugar donde ocurre el suceso para informar de ello, y cubrir protestas donde los ciudadanos se manifiestan en pos de una mejoría social.

Por lo tanto el análisis se elaborará sobre las piezas en directo que realizan los medios corporativos en acontecimientos de crítica social y protesta. Estos vídeos se compararán con grabaciones videoactivistas para comprobar la hipótesis planteada.

3.4. Muestra

La muestra que se va a analizar son las conexiones en directo de los informativos de las cadenas de televisión generalistas (La 1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta) del día trece de enero de dos mil catorce, que tratan los incidentes ocurridos en el barrio del Gamonal en Burgos.

Los telediarios de los medios corporativos a analizar son:

- La 1: Telediario 1, emitido a las 15 horas, presentado por Pilar García Muñiz.
- Antena 3: Informativo del mediodía, emitido a las 15 horas y presentado por Lourdes Maldonado y Vicente Vallés.
- Cuatro: Noticias Cuatro 14h, emitido a las 14 horas y presentado por Marta Fernández.
- Telecinco: Informativo mediodía, emitido a las 15 horas y presentado por Isabel Jiménez.
- La Sexta: Noticias 1, emitido a las 14 horas y presentado por Helena Resano.

Junto a estos vídeos se analizarán otros de la misma temática, grabados por los vecinos como protesta a intervenciones de la policía en el barrio o como crítica de la situación que viven.

Los vídeos son:

- Policías entrando en portal en el barrio obrero del Gamonal.
- Bulevar Gamonal 11-1-14.
- Disturbios en Gamonal.

Hay que añadir que los vídeos grabados por los vecinos se considerarán en directo porque están grabados cuando ocurren los hechos y se han divulgado (emitidos) en el modo conocido como falso directo.

3.5. Técnica

Realizaremos un análisis del discurso con fines descriptivos aplicando una herramienta conceptual directamente derivada de los parámetros estudiados en el marco teórico de este trabajo.

3.6 Herramienta

Para realizar el análisis de las muestras elegidas necesitamos aislar una serie de parámetros que permitan contrastar si las técnicas de producción empleadas por los medios de comunicación corporativos se asemejan a las técnicas utilizadas por los videoactivistas.

Esta herramienta la hemos construido seleccionando los parámetros que, en nuestra indagación conceptual, se han revelado como característicos y definidores de la naturaleza videoactivista de una pieza audiovisual y del uso del directo en programas informativos.

Caracteriza a las producciones videoactivistas de tipo informativo la presencia de estos parámetros:

- Fricciones con el discurso dominante:

La cámara se utiliza como herramienta de cambio social para combatir, contrastar, desacreditar o contrapesar el discurso dominante en favor de la justicia social y la emancipación.

- Punto de vista no enmascarado:

El punto de vista que ofrecen los vídeos es subjetivo o no enmascara la subjetividad inherente a la construcción de todo relato. El discurso videoactivista busca ofrecer a la opinión pública una perspectiva alternativa a la versión oficial surtida por los medios convencionales.

En el videoactivismo informativo callejero, propio de movilizaciones (manifestaciones, concentraciones, escraches, etc.), es común un punto de vista del informador interno-especializado, mostrándose como un manifestante más.

Las diversas intervenciones suceden de forma espontánea, no planificada.

- Discurso narrativo condicionado:

El discurso narrativo está condicionado por la utilidad inmediata: al tratarse muchas veces de sucesos imprevistos, no planificados, y responder a una urgencia por contarlos, las piezas supeditan su estética y su edición a los requisitos de la emisión inmediata.

- Grabación y edición de los vídeos

Las grabaciones se realizan cámara en mano, con planos generales que contextualizan el entorno y la realidad del conflicto. Su duración supera las limitaciones de tiempo que impone el formato de los informativos convencionales y permiten emisiones-grabaciones en tiempo y duración reales.

La técnica más habitual para editar vídeos es al corte, realizando elipsis, sin alterar el orden ni la duración del tiempo de la historia en el relato.

No se emplean efectos de postproducción y, si existe rotulación, será muy básica.

El sonido es directo y diegético, el lenguaje empleado es directo y los vídeos no están guionizados.

Una vez sintetizados en un esquema los rasgos que identifican al videoactivismo, pasaremos a analizar si están presentes o no, en qué medida y con qué efectos sobre la construcción del sentido, en los informativos convencionales cuando emplean el directo. No es esperable que todos los rasgos estén presentes simultáneamente en una pieza en directo, por eso prestaremos atención al modo en que inciden sobre la construcción del sentido del relato informativo que ofrecen las cadenas de televisión. , aunque debemos tener en cuenta que no todos los rasgos son apreciables en el directo.

Para evaluar la presencia de estos rasgos tomaremos como referencia lo siguientes indicadores, que son la traducción lógica de los rasgos a elementos y recursos narrativos:

1. No hay postproducción editorial. editorializa porque no hay postproducción, ni elementos extra diegéticos, ni montaje.
2. No hay narrador. El protagonismo lo tienen los actores sociales y los hechos. No existe el discurso (periodístico o profesional) a cámara.

3. No hay elementos extra diegéticos.
4. No personaliza narrativamente, ni el discurso verbal ni la imagen, ya que hay un predominio del plano general para abarcar el suceso.
5. Se aplica un uso del directo pleno: acontecimientos en curso, en el lugar de los hechos, durante su desarrollo. No hay marcas de los tipos de directo muerto (huellas no directo).

4. ANÁLISIS

El análisis comparativo de los vídeos informativos de movilización callejera frente a las conexiones en directo de los informativos de los medios corporativos, ofrecerá un producto final donde podremos afirmar si existen o no rasgos videoactivistas en la forma de producción de estas conexiones en directo de los medios hegemónicos.

El estudio se compone de los cuatro indicadores presentes en la herramienta de trabajo.

4.1. No hay posproducción editorial. Editorializa porque no hay postproducción, ni elementos extra diegéticos, ni montaje.

En los vídeos activistas relacionados con los sucesos del barrio de Gamonal, apreciamos el realismo de las imágenes. Se nos muestran tal y como han sido grabadas.

La poca edición que muestran las imágenes se debe a que los vídeos activistas se graban de forma ininterrumpida. En cualquier momento puede ocurrir algo y para poder captarlo sin perder tiempo, necesita hacerse de esa forma. Por lo tanto la edición al corte se produce para realizar elipsis de momentos donde no ocurre nada. A pesar de las elipsis, los hechos que se nos muestran en los vídeos son según la cronología del acontecimiento.

Tampoco se aprecia en las imágenes presencia de una manipulación posterior a su grabación. No vemos titulación alguna en cualquiera de los vídeos como marcas corporativas, información sobre dónde ocurre el suceso ni tampoco sobre quién es el autor de la grabación.

No existe postproducción ni elementos extradiegéticos que hagan el vídeo estéticamente más bonito. El empleo de estas técnicas resultaría contraproducente para el objetivo pretendido, porque lo que sucede, lo que se muestra es más importante que la narración o la estética.

En las imágenes en directo de los medios corporativos de los sucesos del barrio de Gamonal observamos que en todas existe rotulación animada. En la rotulación nos dan información de la persona que nos cuenta el suceso. Además en algunas cadenas, después del rótulo del nombre del informador, ponen otro rótulo donde hacen un pequeño resumen del acontecimiento.

Continuando con los elementos extradiegéticos y la postproducción que aparecen en los directos de los medios corporativos, se introducen pantallas partidas donde se pueden ver a los informadores contando el suceso en directo y al presentador en plató ó imágenes grabadas previamente y editadas para ilustrar la información que cuenta el reportero.

El fondo de estas imágenes partidas, dependiendo de la cadena, es animado. Esto implica un trabajo previo de postproducción.

Tampoco forman parte de la diégesis sonidos que provienen de las imágenes que colocan en la pantalla partida mientras el reportero comenta la información.

Otro elemento extradiegético que se aprecia en todos los medios de comunicación es la mosca de cada entidad. Este logo nunca desaparece, lo que provoca que cualquier imagen emitida por la cadena tenga una marca extradiegética antes de la conexión en directo.

Durante la emisión de un directo en un informativo no hay un montaje al corte. El informador comenta la noticia y cuando termina, comienza una pieza editada donde ahí sí que hay montaje al corte, manipulación de los tiempos del relato y entrevistas buscadas.

La edición que existe es la de pasar al informador a una pantalla partida.

4.2. No hay narrador. El protagonismo lo tienen los actores sociales y los hechos.

No existe el discurso (periodístico o profesional) a cámara.

En la muestra de vídeos activistas podemos comprobar que nadie comenta las imágenes frente a la cámara. Es decir, no hay un narrador que cuente a cámara lo que está sucediendo. Lo que observamos en ellos, es que las imágenes y el sonido hablan por sí mismo. El suceso es lo importante junto a los gritos y cánticos.

Lo audiovisual cuenta el suceso sin tener que explicarse con palabras. El sufrimiento de unos manifestantes sacados de un portal por la policía, la formación de barricadas con cubos de basura, la retirada por la fuerza de una valla que delimita la obra del bulevar.

Podría decirse que es la información más pura, lo que comprenderíamos si una persona se pusiera en el lugar de la cámara.

Por el contrario, en los directos de los informativos tenemos una “sucesión” de narradores que nos cuentan la noticia. Primero el presentador del informativo hace una breve descripción de la noticia frente a la cámara. Cuando pasa el testigo al reportero, es él el que cuenta la información a la cámara, el que narra el suceso.

Esta forma de presentar los hechos produce un cambio en el protagonismo de los acontecimientos. En lugar que el suceso se cuente por sí sólo como se ha dicho antes, hay un intermediario que arrebató el papel principal a los manifestantes para contar la información como él quiere, subordinando lo ocurrido.

4.3. No personaliza narrativamente, ni el discurso verbal ni la imagen, ya que hay un predominio del plano general para abarcar el suceso.

Examinando los vídeos activistas encontramos que todos ellos están faltos de movimientos internos de cámara (zooms). Esta propuesta del camarógrafo no es estética, se debe a que no quiere centrar la atención en una sola persona, descuidando lo que ocurre alrededor. Nadie lleva la voz cantante, sino que el grupo es el centro de la atención y lo importante.

El uso del plano general, además de lo propuesto anteriormente, se utiliza para mostrar todo lo posible el suceso. No interesa quién es el que lo hace, porque su compañero de al lado hace lo mismo. Importa el acto en sí y todo lo que conlleva.

Mostrar lo que ocurre en cada momento, mostrar la indignación de la gente. Por eso mismo no se centra la cámara, ni utiliza el zoom, para mostrar a un sujeto.

En el caso de los directos que se emiten en los telediarios no ocurre lo mismo. El reportero se sitúa en el centro del plano para narrar la información a los espectadores en un plano medio o en un plano americano. El fondo queda en un segundo plano. Sólo se muestra la zona de conflicto cuando el reportero da pie a mostrar lo que ocurre a su espalda. Es entonces cuando la narración se subordina a los hechos. El narrador nos lleva de la mano para explicarnos y mostrarnos lo que ha ocurrido, y cómo ha quedado la situación.

En ese momento podemos observar que los planos realizan un pequeño zoom para centrar la atención en los escombros y en las personas que resisten en el lugar.

4.4. Se aplica un uso del directo pleno: acontecimientos en curso, en el lugar de los hechos, durante su desarrollo. No hay marcas de los tipos de directo muerto (huellas no directo).

Para realizar este punto del análisis tenemos que fijarnos en la tabla de clasificación de directos realizada por Mateos Martín.

A partir de ella, comprobamos que los vídeos de los manifestantes se graban cuando sucede el acontecimiento, la acción. Al estar el suceso activo, el directo tiene mucho valor informativo, es la esencia del directo. Aplicando a los vídeos activistas la tabla de Mateos Martín quedarían clasificados de la siguiente forma:

Según la naturaleza de la acción los vídeos de los manifestantes estarían encuadrados en un directo activo donde ocurre la acción.

El tiempo de la acción de estos vídeos es un directo continuo donde la acción es en pasado porque el presente es efímero, pero continúa ocurriendo.

El escenario donde se graban los vídeos sitúan a estos en la categoría de directo ilustrativo. Lo que implica que estamos en el escenario de los hechos y lo que ocurre tiene valor informativo.

Dependiendo del rol narrativo del directo, los vídeos activistas se colocan en el rango de directo total puesto que, toda la información se ofrece en directo.

Para completar la clasificación de los vídeos de los vecinos, falta el parámetro de voz en directo. Estos vídeos están clasificados en un directo primario, que implica que el camarógrafo está situado donde ocurren los acontecimientos, pudiendo acceder a fuentes primarias. El cámara les deja expresarse como quieran.

Esta clasificación hace que los vídeos activistas cubran una información relevante en el instante que sucede. Es un directo vivo informativamente.

Continuamos a clasificar los directos de los informativos.

Según la naturaleza de la acción estos directos están encuadrados como directo enunciativo porque la acción ya ha ocurrido. El reportero se limita a enunciar los hechos que han pasado anteriormente.

El segundo parámetro es el tiempo de la acción y según éste, las conexiones en directo analizadas se encuentran en la categoría de directo conmemorativo, continuando lo expuesto en el parámetro anterior, porque la acción ya ha pasado ya ha ocurrido. Por lo tanto la información que dan los reporteros es pasada.

El tercer apartado de la clasificación, el escenario del directo, ordena a las clasificaciones en directo en el apartado de directo perpetuo, donde el escenario es invariable y tiene un valor informativo identificativo porque los reporteros están situados en la zona donde han ocurrido los acontecimientos.

Dependiendo del rol narrativo del directo, situamos a las conexiones en directo de los informativos como directo presentación. Todas las conexiones en directo se emplean para dar paso a una pieza grabada y editada previamente donde se expone la información.

Por último, según el parámetro de la voz en directo, los directos se engloban en la categoría de directo editorial porque el que habla es el periodista, el medio. No deja expresarse a las fuentes primarias de los hechos.

Por lo tanto, las conexiones en directo de los informativos no tienen un valor informativo real. Todas ellas se utilizan para presentar unos hechos ya acontecidos donde la información ha pasado. Por lo que todos ellos son directos muertos informativamente.

5. CONCLUSIONES

El recorrido realizado en el estudio del videoactivismo informativo de movilización callejera a través de la comparación de las técnicas de producción de éstos aplicados a las conexiones en directo de los informativos de los medios hegemónicos, ha generado un producto derivado de éste análisis que se empleará para argumentar las conclusiones a las que se ha llegado.

La comparación de los vídeos analizados ha demostrado que los medios corporativos no adoptan las características de producción videoactivista informativo de movilización por los siguientes motivos:

1. En lo referente al uso o no de elementos extradiegéticos, los vídeos activistas no emplean su uso en los vídeos analizados en este tipo de Videoactivismo. Ni a nivel visual ni, ni a nivel sonoro. En cambio, las conexiones en directo analizadas sí las emplean.

A nivel visual presentan rótulos, pantallas partidas y el logotipo de la cadena que emite la información audiovisual.

A nivel sonoro se emplean audios de otras imágenes emitidas en la pantalla partida, para generar el ambiente de conflicto, mientras el reportero comenta la información.

2. Según el empleo o no de postproducción en los vídeos, se afirma que los vídeos activistas de este tipo no utilizan postproducción. Su uso quitaría importancia a lo mostrado en la imagen, amén de desviar su sentido. Como hemos comentado a lo largo del trabajo, este tipo de vídeos tiene urgencia por ver la luz y el uso de elementos de postproducción provocaría retrasos en la fecha o día de emisión.

En cambio, los medios hegemónicos emplean la postproducción en todo momento. El empleo de rótulos animados en las conexiones para dar la información de quien amplía la información ó para sintetizar la misma está generalizado. Junto a los rótulos, los medios corporativos también utilizan pantallas partidas (algunas animadas) para dar la información.

El empleo de estos elementos cambia el modo de recibir la información para el espectador y también el sentido, porque aunque la información sea la misma, la forma de contarla es distinta.

3. En lo relativo al montaje utilizado por ambos, los activistas emplean una edición al corte, creando elipsis de forma cronológica para eliminar los momentos grabados donde no ocurre nada. Por otro lado las conexiones en directo de los informativos de los medios corporativos utilizan el corte, pero también las pantallas partidas empleándolas como transiciones o cortinillas para ofrecer más información visual, de una forma efectista.

Así que el uso de la edición en ambos es distinto, uno no es efectista y el otro sí, lo que para los vídeos activistas informativos de movilización social se tergiversaría el sentido, y por lo tanto la finalidad del vídeo.

4. En el apartado de la existencia de un narrador en los vídeos, se observa que en los vídeos activistas no existe un narrador que diga la información a cámara. En ellos se muestran los acontecimientos tal y como son. Como si la cámara fuera uno más en el suceso. Las imágenes y los sonidos hablan solos dando importancia a los protagonistas del acto.

En cambio, en los directos de los medios sí existe un narrador que explica lo ocurrido a cámara. La presencia del mismo provoca una manipulación de la información ya que tiene que crear un discurso donde cuente la acción ocurrida.

Esto implica que, como ya hemos dicho antes, cambien el sentido de la información. El protagonismo lo tiene el narrador que es la persona que “más sabe” del suceso, y por eso lo cuenta al espectador.

Por lo tanto aquí nos encontramos con dos estrategias distintas de narrar un acontecimiento.

5. Relacionado con la justificación anterior, en los vídeos activistas no se personaliza narrativamente, ni en imagen, ni en el discurso verbal. Esto se debe a que quieren captar el acontecimiento en su conjunto. Para ello se utiliza el plano general durante toda la grabación para captar todo lo que ocurre. Por este motivo no existe un protagonista que acapare las miradas mientras pasa el suceso, porque la persona que tiene al lado es igual de partícipe que él.

Contrario a esto, están las conexiones en directo de las cadenas hegemónicas. En ellas nos encontramos a un narrador que protagoniza la información de la que a priori no es partícipe. Pero también se observa en los directos de algunos medios que en un momento dado y con el reportero-narrador comentando la información, que la cámara se aleja del reportero para mostrar cómo está la situación, enseñando los escombros y a un grupo de manifestantes en plano general.

Como todos los puntos anteriores encontramos una divergencia entre dos estilos de producción: uno donde no se personaliza y otro en el que sí se personaliza, aunque este último estilo a veces quiera ocultarse tras las imágenes como hemos descrito.

6. En cuanto al estilo de directo pleno, donde los acontecimientos están en curso, mientras estamos en el lugar de los hechos y durante su desarrollo, los vídeos activistas cumplen los requisitos. Los vídeos se graban mientras sucede el acto y más tarde son subidos a páginas web contenedoras de información audiovisual.

En cambio en las conexiones en directo, se muestra lo sucedido a través de una pantalla partida ó a través de una pieza editada que sucede a la conexión. Es ahí donde se muestra lo ocurrido, donde los hechos fueron grabados cuando estaban en curso.

Por lo tanto, se puede afirmar que las conexiones en directo de los informativos no son directos plenos, como los vídeos activistas. Son imágenes muertas informativamente, donde lo que prevalece es la estética y el despliegue de medios para contar lo sucedido en el mismo lugar hace unas horas.

En conclusión, el estilo de producción de los vídeos activistas no se ha adaptado en las conexiones en directo de los informativos de las cadenas hegemónicas.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bustos, Gabriela (2006): *Audiovisuales de combate. Acerca del videoactivismo contemporáneo*. Buenos Aires: La cruzía ediciones. Disponible en

<http://pvunoserranogomez.files.wordpress.com/2012/10/bustos-audiovisuales-de-combate-low2.pdf>

Dayán, D. (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Harvard University Press, 1992. En castellano: *La historia en directo: La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona, Gustavo Gili, 1995.

Galán Zarzuelo, Marta (2012): “Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales”. En (2012): *Revista Comunicación*, N° 10, Vol. 1. Pp 1091-1102.

Disponible en:

http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa6/085.Cine_militante_y_videoactivismo-los_discursos_audiovisuales_de_los_movimientos_sociales.pdf

García Castro, M. (2007) “La hegemonía creativa de la industria de la televisión”, en *Icono 14*, Revista de comunicación y nuevas tecnologías, número 9, junio 2007. Madrid: Icono 14 Asociación Científica. Disponible en <http://www.icono14.net/revista/num9/articulos/05.pdf>

González Linaza, Diego (2013): *Videoactivismo: acción política cámara en mano. El videoactivismo y las Instituciones Públicas*. TFG.

González Requena, Jesús (1989): *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Akal

Harding, Thomas (2001): *The video activist handbook*. Londres: Pluto press.

Linares, Andrés (1976): *El Cine Militante*. Publicado en Castellote Editor, Básica.

Mateos Martín, Concha (2011): “Directo ético y directo patético en los informativos de televisión en España”. En Edufora Editorial (eds.), *La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI* (pp. 582 – 596). Sevilla. Disponible en

<http://monitorando.files.wordpress.com/2011/04/libro-actas-congreso-etica-comunicacion.pdf>

---- (2013): "La narrativa audiovisual informativa: transmediación, hibridación y nuevos retos para los medios on line". En Guarinos Galán, Virginia y Sedeño Valdellós, Ana María (Coord.) 2013: *Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia*. Madrid: Fragua. (Pp. 13-42)

Prensky, Mark (2001): "Digital natives, digital immigrants". En *On the horizon*, Vol. 9 No. 5. Lincoln: NCB University Press.

Vinelli, Natalia; Rodríguez Esperón, Carlos (2004): *Contrainformación: Medios alternativos para la acción política*. Disponible en

http://www.dariovive.org/audiovisuales_libros/contrainformacion.pdf

Widginton, David (2005): "Screening revolution. FAQs about video activism", en Langlois, Andrea y Dubois, Frédéric (2005): *Autonomous Media . Activating Resistance & Dissent*. Montreal: Cumulus Press. Pp. 103-121. Disponible en

<http://cumuluspress.burningbillboard.org/autonomousmedia.html>

7. ANEXOS

Enlaces web de los vídeos analizados para el trabajo:

Informativo de La 1: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/telediario/telediario-15-horas-13-01-14/2308177/>

Informativo de Antena 3: http://www.atresplayer.com/television/noticias/antena-3/noticias-1/2014/Enero/dia-13-infanta-cristina-declarar-juez-prximo-febrero_2014011300188.html

Informativo de Cuatro: http://www.cuatro.com/noticias-cuatro/en_directo/noticias-cuatro-14h/Noticias_2_1732005090.html

Informativo de Telecinco:

http://www.telecinco.es/informativos/informativo_15_horas/Informativo_Mediodia-Isabel_Jimenez-15-00_2_1732005100.html

Informativo de La Sexta: http://www.atresplayer.com/television/noticias/lasexta-noticias/noticias-1/2014/Enero/dia-13-castro-adelanta-mes-declaracin-infanta_2014011300179.html

Policías entrando en portal en el barrio obrero del Gamonal:

http://www.youtube.com/watch?v=ALA_FqwFN8Q

Bulevar Gamonal 11-1-14:

<http://www.youtube.com/watch?v=GCxeBB6pPlk>

Disturbios en Gamonal:

<http://www.youtube.com/watch?v=CmunvGGGE-4>

Capturas de pantalla de los vídeos analizados:

Informativo de La 1:



Informativo de Antena 3:



Informativo de Cuatro:



Informativo Telecinco:



Informativo La Sexta:



Vídeo Bulevar Gamonal:



Vídeo Disturbios en Gamonal:



Vídeo Gamonal no se rinde:

