

# VÍDEOACTIVISMO:

## La acción política cámara en mano

### **Resumen:**

Este informe presenta un trabajo de investigación de carácter descriptivo sobre el tratamiento de la información en piezas videoactivistas pertenecientes a un programa de información alternativo. El interés de este estudio se centra en evaluar si estos recursos videoactivistas cumplen con los principios básicos del periodismo y pertenecen, por tanto, al género periodístico informativo dado en televisión.

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**Autor: Sara Barroso Puertas**

**Director: Concha Mateos Martín**

**Grado en Periodismo**

**Curso: 2013/2014 – convocatoria: febrero**

## ÍNDICE

1. LA MOTIVACIÓN	3
2. EL CONTEXTO	6
2.1. El 15M	6
2.1.1. Nos vemos en las redes	10
2.2. El vídeoactivismo	12
2.3 <i>Sí Se Puede</i>	15
2.2.4. La información en la televisión	17
3. LA METODOLOGÍA	23
3.1. El objetivo	23
3.2. La muestra	24
3.3 Las herramientas	26
4. EL ANÁLISIS	28
4.1. Capítulo 1	28
4.2. Capítulo 4	30
4.3. Capítulo 8	32
4.4. Capítulo 13	34
4.5. Capítulo 15	36
4.6. Capítulo 19	37
4.7. Capítulo 22	39
5. CONCLUSIONES	41
6. BIBLIOGRAFÍA	44

## 1. LA MOTIVACIÓN

*No hay democracia sana sin periodismo libre.*

Antonio Abruña<sup>1</sup>

Estamos en crisis. No es nada nuevo. Todos los días en televisión nos abruman con información relacionada con este tema, que, dudosamente, alguno de nosotros puede olvidar. Pero cuando aseguran que hay crisis la gente piensa que se trata de una crisis económica: números rojos en la cuenta bancaria, el incremento de parados mes a mes, la vecina del sexto bajándole comida a los del primero etc. Pero no solo nos encontramos ante este tipo de crisis. La crisis de valores también existe. Va asociada a la primera y es tan importante, o más.

Como crisis de valores se entiende la crisis de la motivación, la crisis cultural y la crisis de la responsabilidad. Este país lleva en este tipo de crisis mucho tiempo antes de que llegase la económica. De hecho, en mi opinión, la primera ha causado, o, como mínimo, favorecido a la segunda.

Vivimos en un país en el que los políticos pueden incumplir su programa electoral y no pasa nada. En el que la palabra “desahucio” no solo causa escalofríos, sino que se convierte en realidad, y no pasa nada. En el que la juventud se ve obligada a elegir entre paro, precariedad o exilio laboral y no pasa nada. La telebasura ha invadido la televisión, eliminando o cambiando a un horario “imposible” programas de contenido informativo y cultural, y aún hay quien puede creer que es casualidad. Una situación así solo es sostenible por un pueblo que no piensa, que no reflexiona y no fomenta su espíritu crítico, es decir, un pueblo más manipulable.

Una sociedad ignorante es una sociedad maleable. Y para combatir con la ignorancia no hay otra arma que la información. Los periodistas, en cualquier democracia, juegan un papel fundamental. Sin censuras, la información es libre. Pero cuando los medios de

---

<sup>1</sup> Rector de la Universidad de Piura, Perú. Encuesta del CIS

comunicación se ven orientados por el tipo de gobierno y su ideología o por el tipo de creencias y bienes de las empresas patrocinadoras, es complicado que el periodismo sea veraz, ético, libre, independiente y útil, en suma.

El periodismo también está en crisis. Y no hablo del cierre de CNN+, tras 11 años de emisión de informativos 24 horas, para emitir ‘Gran Hermano 24h’. O de que el número de periodistas en paro aumenta más del 20% año tras año, según los anuarios de la APM. Sino de la crisis de credibilidad en la que se encuentra.

Leyendo un artículo<sup>2</sup> llamado *La credibilidad periodística en crisis*, encontré una cita de Daniel Enzetti<sup>3</sup>: “El periodismo, así, generalizando, no es creíble. Sí son creíbles muchos periodistas que dignifican la profesión”. Estas palabras me hicieron reflexionar acerca de la labor particular de algunos periodistas que, lejos de caer en la crisis de valores, siguen haciendo un periodismo de gran pureza. Y es que el buen periodismo existió, existe y existirá siempre, pues la sociedad tiene como necesidad estar informada. Además, siempre hay quien considera importante o vital esforzarse en ello.

Las diferencias entre la agenda temática de los medios y el catálogo de problemas que preocupan a la ciudadanía, la falta de información objetiva y plural ofrecida por los *mass media*, y la aparición de *reality shows* y telebasura en los que el derecho a la intimidad es violado rozando el límite de lo morboso con el fin de distraer a los telespectadores de lo verdaderamente importante, son algunas de las razones por las que los ciudadanos se han cuestionado la utilidad social de los medios y la efectividad de los periodistas.

En mi opinión, ser periodista no es dar una noticia, a secas. El proceso periodístico incluye la labor de investigación y recolección de datos sobre un tema actual y de relevancia para la sociedad, analizar dicha información realizando una jerarquía estructurada, sintetizarla y

---

<sup>2</sup> Artículo escrito por Daniel Rodríguez, Glenn Postolski, Liliana Belforte, María Rosa Gómez, disponible en: <http://www.voltairenet.org/article133324.html>

<sup>3</sup> Periodista y director de Derechos Humanos de la Municipalidad de Morón

reordenarla y transmitirla de manera simple, objetiva y concisa. Aparte, una acción totalmente fundamental a la hora de difundir una información es contrastarla.

Pero actualmente intuyo que el periodismo convencional, o más bien, las empresas de comunicación, tienen intereses y cierta “agenda oculta” de negocios, que les desvían de la función de informar a la ciudadanía, por lo que la bomba ha explotado en cierto modo, y ha obligado a aquellos ciudadanos que no renuncian a intentar satisfacer adecuadamente su necesidad de estar bien informados a buscar alternativa.

Algunas de estas alternativas son el periodismo ciudadano, los blogs, los vídeos activistas, y páginas webs en las que los periodistas exponen su labor para que la sociedad se informe.

Esta reflexión me condujo a plantearme un trabajo sobre esas vías alternativas de informarse, con el objetivo de evaluar en qué medida pueden ser consideradas un tipo de periodismo alternativo. Es decir, si la información que ofrecen presenta calidad de cara a sus fines sociales.

Entre esas opciones de vías de información alternativa encontré la página web llamada “Toma la Tele”.

Entre los contenidos de esta plataforma encontré unas piezas informativas que se presentaban con un formato semejante a un informativo de televisión convencional. Este trabajo presenta una investigación sobre esas piezas con el fin de desvelar en qué medida responden a los principios del periodismo que se enseñan en la universidad a futuros periodistas, es decir, descubrir si se asemejan al ideal de informativo periodístico.

## 2. EL CONTEXTO

### 2.1 El 15 M

*Si el pueblo pasa de política, la política se hace contra el pueblo.*

Antonio Machado

El 15M es un movimiento social apartidista y asindicalista llevado a cabo por los ciudadanos, organizado en torno a asambleas de numerosos barrios de las ciudades de España a partir del 15 de mayo de 2011 con el fin de mejorar la democracia, exigiendo que ésta sea real y lograr la participación ciudadana en cuestiones políticas y económicas. El movimiento surgió inesperadamente. No fue planificado sino fruto de una manifestación pacífica que se organizó en toda España el 15 d mayo del 2011. El origen se señala en Madrid, cuando al terminar dicha manifestación, un grupo de unas 40 o 50 personas decidieron acampar en la plaza de Sol, lugar donde concluía la protesta organizada para ese día, con la intención de permanecer ocupando la plaza hasta el día 22 de mayo, cuando se celebraban elecciones autonómicas y municipales. Se realizaban asambleas libres de participación y escucha, tanto para los acampados como para cualquier ciudadano, cada cuatro horas. El martes 17 de mayo, la policía evacuó de madrugada la plaza de Sol obligando a los acampados y manifestantes a abandonarla. Este hecho trajo como consecuencia una proliferación de acampadas en las plazas de numerosas ciudades españolas. A las que se sumaron otras formadas por españoles de otras ciudades del mundo que eran conscientes de la realidad del país. La acampada de Sol y la de Barcelona de la Plaza Cataluña permanecieron vigentes hasta las elecciones de junio de ese mismo año. Estas acampadas pasaron a ser asambleas realizadas por varias plataformas, comisiones y grupos de trabajo. Los temas a tratar eran los esenciales de vida de toda sociedad: cultura, educación, medio ambiente, sanidad, migración, dialogo entre ciudadanos y políticos y feminismo, principalmente.

El 20 de mayo, la asamblea de la Puerta del Sol, elaboró un texto programático con el consenso de todos los indignados de ahí reunidos y las propuestas de las distintas plazas

españolas que llegaron igualmente a la plaza de Sol gracias a una web creada específicamente con ese fin.

Algunas de estas propuestas son:

- Cambio de la Ley Electoral para que las listas sean abiertas y con circunscripción única. La obtención de escaños debe ser proporcional al número de votos.
- Atención a los derechos básicos y fundamentales recogidos en la Constitución como son: derecho a una vivienda digna, articulando una reforma de la Ley Hipotecaria para que la entrega de la vivienda en caso de impago cancele la deuda; sanidad pública, gratuita y universal; libre circulación de personas y refuerzo de una educación pública y laica
- Rechazo y condena de la corrupción. Que sea obligatorio por la Ley Electoral presentar unas listas libres de imputados o condenados por corrupción.
- Desvinculación verdadera entre la Iglesia y el Estado, como establece el artículo 16 de la Constitución.
- Democracia participativa y directa en la que la ciudadanía tome parte activa. Acceso popular a los medios de comunicación, que deberán ser éticos y veraces.

*Fuente: [www.movimiento15m.org](http://www.movimiento15m.org)*

El resto de peticiones tratan de la abolición de leyes discriminatorias, como la Ley de extranjería y la Ley Sinde; una reforma fiscal que ayude a las rentas más bajas y una reforma de los impuestos de patrimonio y sucesiones; una reforma laboral que acabe con los sueldos vitalicios ; una regularización de las condiciones laborales; el cierre de las centrales nucleares y una mayor promoción de energías renovables; recuperación de empresas públicas privatizadas; una ley de transparencia real para terminar con la corrupción política.

Nosotros los desempleados, los mal remunerados, los subcontratados, los precarios, los jóvenes... queremos un cambio y un futuro digno. Estamos hartos de reformas antisociales, de que nos dejen en el paro, de que los bancos que han provocado la crisis nos suban las hipotecas o se queden

con nuestras viviendas, de que nos impongan leyes que limitan nuestra libertad en beneficio de los poderosos. Acusamos a los poderes políticos y económicos de nuestra precaria situación y exigimos un cambio de rumbo.<sup>4</sup>

Aunque el arranque del movimiento no fue un hecho programado, sí que se dio una serie de acontecimientos históricos previos que fueron fundamentales para el nacimiento de este movimiento social. Éstos serían:

- En 2008 se reconoce oficialmente por el Gobierno que España se encuentra en una crisis económica, la cual acaba por extenderse en otros ámbitos, derivándose a una crisis política, social, institucional y territorial.
- El 4 de enero de 2011 se inicia de la Primavera árabe. La muerte de un joven de 26 años, Mohamed Bouazizi, a causa de problemas económicos. Este hecho da lugar a numerosas protestas que se extendieron por Túnez y terminaron por derribar al gobierno.
- El 11 de febrero se expande el término Estado del Malestar. Nacen varios colectivos que hacen llamamientos para que los ciudadanos participen en protestas con el objetivo de terminar con el bipartidismo y lograr una democracia más participativa. Comienzan las manifestaciones por toda España.
- El 15 de febrero de 2011 se aprueba la Ley Sinde en el Congreso de Diputados. La intención previa de aprobar esta ley había generado varias reacciones de protesta entre los ciudadanos, e inclusive había generado conflictos internos en la SGAE.
- El 16 de marzo, se crea, como unión de varios grupos formados desde el Estado del Malestar, la Plataforma Democracia Real Ya, quienes convocan una manifestación para el 15 de mayo del 2011.

También se dio la confluencia de una serie de factores sociales que activaron el nacimiento del movimiento:

---

<sup>4</sup> Presentación de *Democracia Real Ya*. Disponible en : <http://www.democraciarealya.es/quienes-somos/>



- Descontento con la clase política en general.
- Conocimiento de la existencia de una corrupción política.
- Protección institucional a bancos e instituciones financieras frente a la vulnerabilidad del ciudadano.
- Contratos laborales precarios y facilidades en el despido laboral
- Recortes en el Estado del Bienestar
- Privatización de servicios públicos
- Conocimiento de los ciudadanos de la realidad española.

Desde el interior del propio movimiento 15M y con motivo su primer aniversario, se realizó y divulgó una encuesta que recogía el perfil del activista del movimiento así como las causas que le conducen a formar parte de él<sup>5</sup>.

En total, 4.304 personas participaron en la “Encuesta-15M” en menos de un día. Un dato muy significativo teniendo en cuenta que la encuesta del movimiento “Occupy Research” tardó un mes en lograr 5.000 respuestas válidas en toda USA.

Resumiendo los resultados de la encuesta, los términos que más animaron a los ciudadanos a participar en el movimiento 15M fueron, en primer lugar la corrupción, seguido por la crisis y la democracia.

Curiosamente el modo que tuvieron para mantenerse informados acerca del movimiento fueron: los periódicos online (73%), Facebook (67%), blogs (66%) y Twitter (60%), dejando a la televisión como un canal de información poco usado por los ciudadanos para informarse sobre esta actividad.

Teniendo en cuenta que la masa de indignados del 15M era heterogénea, se ha sacado un perfil concreto de los participantes: el 43% de los ciudadanos tenían empleo, el 23% eran estudiantes. El 43% de los ahí presentes consideran que forman parte de la “clase trabajadora”. El 35% tenía una vivienda el propiedad, alquilada un 30%, siendo un 29% los

---

<sup>5</sup> Nota de prensa sobre los resultados de la Encuesta interna realizada por el 15M. Disponible en [www.dropbox.com/s/7dbpy9fo71987pi/RESULTADOS15M.pdf](http://www.dropbox.com/s/7dbpy9fo71987pi/RESULTADOS15M.pdf)

que vivían con sus padres. El perfil más visto en el movimiento ha sido el de un ciudadano o ciudadana d 26 a 36 años y con estudios universitarios (62%).

### 2.1.1 *Nos vemos en las redes*

El papel de las redes sociales ha sido protagonista en muchas revoluciones actuales. El caso más significativo ha sido en las revueltas árabes, y como no podía ser de otra manera, el 15M es un ejemplo más en el que las redes sociales fueron clave.

Como ya acabamos de ver, los participantes de la “Encuenta-15M” prefieren informarse por otras vías de este movimiento, antes que por la televisión. Los blogs, las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* y los diarios digitales han ocupado dicho lugar.

El papel de las comunicaciones a través de las redes ha sido decisivo en la gestación y el auge tomado por el movimiento. “El 15-M es tal vez el primer ejemplo de un gran movimiento gestado en el mundo virtual de las redes sociales que dio el salto al mundo real. Los primeros usuarios ya estaban activos debido a reivindicaciones como *No les Votes*, *V de Vivienda* o la oposición a la Ley Sinde, pero con el 15M el descontento virtual traspasó fronteras”<sup>6</sup>.

Y es que cabe recordar que la convocatoria de partida del 15M se realizó a través de las redes sociales invitando a los ciudadanos a que participasen en una manifestación prevista para ese día.

A medida que se desarrollaba el movimiento, las redes han sido el instrumento para fomentar e invitar a más personas a unirse a la causa. A esta función se le suma la de comunicar, organizar y coordinar entre personas que se encuentran a una distancia geográfica considerable, y es que el funcionamiento mediante asambleas se articula por las redes e internet, desde donde se socializan agendas de actos, actas de asambleas, declaraciones y otros documentos organizativos.

---

<sup>6</sup> Declaraciones de Yamir Moreno, profesor del Instituto BIFI y del Departamento de Física Teórica de la Universidad de Zaragoza, referidas por Mateo Balón, en “El cerebro virtual del 15M”, ABC.ES, 13/05/2011. Disponible en: <http://www.abc.es/20120512/espana/rc-cerebro-virtual-201205120057.html>

“Los usuarios comunes buscaban compartir información con aquellos que tienen una mayor influencia en la opinión pública”.<sup>7</sup>

De hecho, las redes sociales también han sido fundamentales para que el espíritu del 15M perdure aún y se mantenga vivo.

Debido a la forma de trabajo abierta y participativa, el movimiento encontró fricciones y dificultades también desde muy pronto. Según Raquel Palacio, miembro de la Comisión Promotora estatal,

El esfuerzo por colocar a lo que une en el centro de la deliberación política, el rechazo de las banderas de cualquier tipo, que obedece al intento de reducir al máximo los puntos de desencuentro, es sin duda un acierto que explica la transversalidad del movimiento. Sin embargo, llevada a cierto extremo, la “despolitización” dificulta la definición de un rumbo más claro hacia el que avanzar aún cuando las propuestas programáticas vayan llegando poco a poco desde algunas asambleas, como la de Barcelona o Madrid. El principal problema relacionado con la indefinición ideológica se debe a que muchos de sus integrantes rechazan cualquier forma de ‘política desde posiciones postmodernas’.<sup>8</sup>

Se debe mencionar, por el valor de los documentos audiovisuales, su papel en las decisiones internas y en la imagen pública, el comunicado que realizó la comisión legal del 15M en relación al desalojo de la Puerta del Sol debido a una manifestación previa al aniversario del movimiento en la que hubo dieciocho detenidos y cuatro heridos, para denunciar la brutalidad policial y la arbitrariedad en las detenciones que aseguran que sufrieron. Basándose en testimonios, fotografías realizadas por medios de comunicación convencionales o aficionados, vídeos y en la emisión en *streaming* de la plaza de Sol, realizan, entre otras, estas afirmaciones: no hay justificación para la intervención policial, ya que no se alteró el orden público; varios agentes agredieron a personas que obedecían sus

---

<sup>7</sup> Ídem

<sup>8</sup> Declaraciones de Raquel Palacio, miembro de la Comisión Promotora Estatal, referidas por Armando Fernández Steinko, en “Origen y recorrido del 15-M español II”, *Crónica Popular*, 19/12/2011. Disponible en : <http://www.cronicapopular.es/2011/12/origen-y-recorrido-del-movimiento-15-m-espanol-ii/>

peticiones; los agentes no iban identificados incumpliendo así conscientemente la normativa; las detenciones fueron indiscriminadas y arbitrarias, pues algunos eran meros paseantes o inclusive un fotógrafo *freelance*; la violencia policial ha sido desmedida; sin contar los impedimentos que imponen los policías para que se desarrollen con tranquilidad las reuniones y asambleas pacíficas celebradas en plazas cercanas a la de Sol<sup>9</sup>.

## 2.2 El vídeoactivismo

*Los filósofos se han limitado a interpretar el mundo de distintos modos; de lo que se trata es de transformarlo.*

Karl Marx

El vídeoactivismo es una práctica comunicativa que emplea el audiovisual con fines políticos de transformación social (Bustos, 2006)

Por eso, el vídeoactivismo se emplea como recurso audiovisual para múltiples acciones, entre la que destacan:

- La protesta o denuncia de un tema social o político de un hecho de la actualidad.
- La intervención artística como herramienta para generar conciencia política (Sedeño, 2011).
- Otra función es la didáctica, ya que podría darse el caso de que la pieza vídeoactivista enseñe al espectador a realizar una acción, a entender una teoría política, a practicar formar de organizarse.<sup>10</sup>

El material vídeoactivista también se dedica con frecuencia a tratar sobre temas que pasan desatendidos en los medios convencionales, por lo que es un medio de información

---

<sup>9</sup>Comunicado de la Comisión Legal Sol en relación al desalojo de la Puerta del Sol 13/05/2012. Disponible en: <http://legal15m.wordpress.com/2012/05/13/comunicado-de-la-comision-legal-sol-en-relacion-al-desalojo-de-la-puerta-del-sol/>

<sup>10</sup> *How to film a revolution*, pieza audiovisual realizada por Occupy Wall Street y doblada por Felipe Vergara. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=a1W6RAE2ILs>

alternativo, que trata de descubrir una agenda en tensión con la agenda temática del poder mediático corporativo.

Se realiza con videocámaras, cámaras incorporadas al teléfono móvil o a una cámara de fotos. La prioridad no es la calidad, sino el contenido, sin que aquello signifique que no existan piezas de vídeoactivistas de calidad profesional.

Es fundamental hacer hincapié en la importancia que puede llegar a tener el hecho de retener con una cámara, unos momentos históricos, trozos de realidad o del tiempo.

Al coger una cámara y elaborar una pieza para llamar la atención sobre una injusticia o una protesta se pretende estimular al receptor a que se produzca un cambio en su conducta, es decir, cambie de idea, logre posicionarse o intervenga. Cualquier espectador puede ser vídeoactivista, no es necesario ser un profesional del mundo audiovisual o de la comunicación. Además en algunas prácticas vídeoactivistas ocurre que la producción se realiza colectivamente, con aportaciones o la participación de aquellos sobre los que habla el relato o la información.

En ciertos entornos y momentos, el vídeoactivismo ha compartido producciones con el arte. Por eso podemos decir que hay un videoarte que puede ser considerado activista y lo que hace es experimentar con nuevas narrativas y estéticas visuales, produciendo una desconexión de frases o ideas. “El vídeoactivismo recorre varios espacios conduciendo fragmentos de realidad del entorno físico al virtual. Crea o simplemente reasigna significados, como hace María Cañas en ‘Animalario Tv’ desde una óptica artística”<sup>11</sup>.

Los orígenes y evolución del vídeoactivismo en soporte videográfico:

- “Entrados los años 60 se produce en Europa y Norteamérica el desarrollo de grupos e iniciativas interesados en la descentralización de la producción

---

<sup>11</sup> Herrero, Luís E. 2008: ““Vídeoactivismo. Captar e incidir”. <http://www.blogsandocs.com/?p=149>

audiovisual.” En contra al sistema de clases, dichos colectivos intentan cambiar el “proceso de creación, producción y recepción de los mensajes audiovisuales que se emiten para el conjunto de la sociedad actuando de manera consecuente en diferentes frentes”. Como protagonista de su propuesta comunicativa se encuentra “la democratización del uso del vídeo para la democratización de los procesos sociales”.<sup>12</sup>

- “En 1965: El videoartista Nam June Paik hace su primera grabación con equipo ligero de Sony sobre la llegada del Papa a Nueva York. Ese mismo año Jonas Mekas y su Film-Makers Cooperative plantean la distribución de 200 cámaras de 8 y 16 mm entre jóvenes negros con el único objetivo de que se expresen a sí mismos mediante imágenes”.
- Dos hechos significativos en la historia del vídeoactivismo son: la publicación de *Guerrilla Televisión*, un libro que generó un movimiento en contra de los “los poderes políticos, institucionales y mediáticos” en 1971; y el establecimiento de las bases del lenguaje audiovisual en EEUU en el año 1977, además de la creación de “televisiones comunitarias y locales” en Québec ese mismo año.<sup>13</sup>
- Mientras tanto, en España, desde la periferia contracultural y la efervescencia social y política del tardofranquismo, “Video-Nou” (1976-79) y el “Servei de Vídeo Comunitari” (su continuación de 1980 a 1983) presentan un singular interés por sus formas de reivindicar una comunicación que reforzaba la autonomía social a través de las prácticas audiovisuales. Adaptan una propuesta metodológicamente transgresora al superar la barrera de organización piramidal internamente y crear una forma de trabajo en red que trasciende los compartimentos estancos de emisor y receptor, se adhiere a fórmulas avanzadas de estudios de las formas de vida cotidianas a través del video y lo hace desde un lugar privilegiado, interdisciplinar y militante.

---

<sup>12</sup> Herrero, Luís E. 2008: “La experiencia comunicativa de Vídeo Nou. <http://www.blogsandocs.com/?p=76>

<sup>13</sup> Herrero, Luís E. 2008: ““Vídeoactivismo. Captar e incidir”. <http://www.blogsandocs.com/?p=149>

Video-Nou fue partícipe de un momento histórico privilegiado del que trazó un interesante cruzamiento entre lo estético, lo social y lo político. Gracias al MACBA (Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona) buena parte del archivo de Video-Nou / Servei de Vídeo Comunitari ha sido recuperado y restaurado, y una pequeña muestra (un total de cinco piezas) las distribuye actualmente Hamaca.

Cabe destacar un nuevo concepto que surgió en la segunda época del Servei de Vídeo Comunitari. La idea del video-bus, “unidad móvil conformada por un autobús equipado con un estudio completo de grabación, montaje y reproducción a través de monitores de cara al exterior del vehículo y tres equipos de grabación cuyo fin es la aceleración del camino que hay entre grabación y exhibición”<sup>14</sup>. Esta alternativa aparece en 1973 entre grupos del extrarradio parisinos, pero se podría señalar su origen en la Primera Guerra Mundial y la revolución soviética en los grandes vehículos equipados por Dziga Vertov.

### 2.3 Sí Se Puede

*Apaga la tele. Enciente tu mente*

*Sí Se Puede* es un programa audiovisual de noticias acerca del derecho a la vivienda en España, que se emite en una plataforma de internet llamada *Toma la tele*.

En el marco de la oleada de protesta activada a raíz del 15 M nace, entre otras, una iniciativa de un colectivo que proviene de distintas asambleas, grupos, ONG, que tienen en común una conciencia social y unos ideales compartidos con los del movimiento. Esta iniciativa consiste en un proyecto de comunicación a través de internet que se presenta mediante una página web cargada de contenido audiovisual relacionado con temas de actualidad, denuncias sociales en la que participan colectivos de todo el país y movimientos internacionales. *Toma la tele* se organiza gracias a asambleas en centros sociales ocupados. En aquellos casos en los que sea imposible asistir personalmente a dichas reuniones, el

---

<sup>14</sup> Herrero, Luis E. 2008: “La experiencia comunicativa de Video Nou. <http://www.blogsandocs.com/?p=76>

email es el recurso más utilizado. La participación es abierta y libre para todo el que quiera contribuir. La financiación se lleva a cabo con aportaciones voluntarias o con la organización de fiestas y eventos en la que los participantes realizan una contribución económica.

Esta web tiene dos tipos de contenidos audiovisuales:

- **Distribución:** ofrece la oportunidad de que asambleas y colectivos cuelguen sus vídeos o elementos audiovisuales en esta web, para que todo el mundo tenga la oportunidad de acceder a esas piezas. No hay filtro que analice cuáles pueden publicarse en la plataforma web y cuáles no, sino que desde la propia cuenta de la página, se puede compartir con la comunidad de navegantes que la visitan, toda aquella información que se considere digna de interés, en la que puedes encontrar desde propuestas y actividades sociales hasta elementos informativos relacionados con el movimiento y acontecimientos que están sucediendo en la actualidad. De hecho, desde la plataforma se invita a las asambleas y colectivos a participar en la web y a que asistan a los talleres que ofrece esta iniciativa para la formación en la comunicación, ya sea en el ámbito audiovisual, técnico o periodístico.
- **Producción propia:** la plataforma realiza programas sobre distintos temas de política, desde una perspectiva en formatos de distintos géneros como el reportaje, programas de temática documental, humor o series de ficción. Uno de ellos es *Sí Se Puede*.

*Sí Se Puede* es un programa especialmente dedicado al derecho a la vivienda en él se realiza un repaso semanal de noticias. También tiene una sección de reportajes, una entrevista y una agenda de ‘Stopdesahucio’ que pretende informar a todos los ciudadanos de las convocatorias abiertas para detener los desahucios de cualquier punto del país. En ‘Sí se puede’, los recursos audiovisuales se obtienen gracias a colaboradores de la web que viven en las ciudades del país donde acontece la noticia. También existe la posibilidad de que viajen, cuando económicamente se lo pueden permitir, a la ciudad donde suceden los



hechos para grabarlos. También, en algunos casos, son los propios seguidores los que ceden material grabados por ellos mismos para lograr que el proyecto se lleve a cabo y conseguir el objetivo primordial de esta plataforma: una información de todos y para todos. La producción sigue por tanto siendo un modelo colaborativo.

La participación de los que logran llevar a cabo la plataforma *Sí Se Puede* es sin ánimo de lucro. Sus colaboradores tienen carácter militante, lo hacen porque creen en esta iniciativa y se sienten comprometidos a mantenerla.

Intentamos que los reportajes los graben nuestros colaboradores de ‘Toma la Tele’ y otros medios amigos y de cultura libre: TeleK, Canal33, Periodismo Digno, Periodismo Humano o personas independientes o plataformas de afectadas y grupos de vivienda. Sin embargo, casi todo el equipo es de Madrid, y no podemos cubrir todo lo que pasa en todo el territorio, aunque también contamos con apoyos en Catalunya y otros territorios puntuales.<sup>15</sup>

Además, en la web explican cómo a través de materiales audiovisuales con licencias Creative Commons pueden mostrar y dar una noticia de manera completa sin necesidad de tener a alguien de la organización cubriéndola, simplemente permitiendo que la gente aporte la pieza elaborada con el único requisito de que quede identificada la fuente.

## 2.4 La información en la televisión

En este apartado vamos a repasar algunos conceptos que nos servirán de base para nuestro análisis.

*Así son las cosas, y así se las hemos contado*

Luís Mariñas

---

<sup>15</sup> Iñigo Fernández Ostolaza, miembro y organizador del programa “Sí se puede” vía email.

Esta frase se popularizó gracias a que su autor, el periodista Luís Mariñas, la citaba al terminar de presentar el telediario. La frase sería una forma de entender el periodismo que ha pasado a parecer natural y básica, pero solo es producto de una interpretación particular de la tarea informativa, y es que los hechos y las noticias son elementos dispares. Para desentrañar esa confusión es necesario hacer una distinción o aclaración de la diferencia entre el hecho y la noticia. El hecho son los hechos reales, lo que ha sucedido. Mientras que la noticia es un discurso, un relato sobre lo que ha sucedido, nombra algo ausente. La noticia es construida, es creada mientras que el hecho es natural e imprevisto. Puede resultar complicado entender la diferencia entre uno y otro, pero a su vez es fundamental. Si quieres dar a conocer un hecho a alguien que no ha tenido la oportunidad de presenciar, el único modo posible que tienes es convirtiéndolo en un discurso: elaborando una noticia. Hay una creencia común que piensa que es posible contar las cosas “tal como son”. Según esta concepción, solo en ciertos casos, los relatos informativos resultan manipulados, ¿Cuándo? Cuando no cuentan las cosas “tal y como son”. Para comprender o engañoso de esta forma de concebir la información es preciso tener clara la distinción entre el hecho y la noticia. La historia es lo real, lo que ha sucedido, todo lo que sucede en el fragmento de tiempo seleccionado en el que ha acontecido el relato. El relato es lo que se difunde en el informativo. Lo que se expone a los espectadores con el fin de informarles. Lo que el receptor ve y escucha. La historia queda más allá, solo se conoce si se vive, si se está presente. En la historia, los hechos son los que son y con un orden cronológico concreto e invariable. Sin embargo, en el relato se selecciona aquello que es un acontecimiento noticioso y se quiere transmitir, dejando en un segundo plano lo que no se quiera resaltar, por falta de interés generalmente. Además, en el relato, la cronología de la historia se presenta como se desee, puede que siguiendo su orden o puede alterándolo. Por tanto, la forma de contar los hechos es siempre una forma elegida entre otras posibles. (González Requena, 1989)

Veamos ahora algunas de esas formas posibles. En la televisión, podemos encontrar varios tipos de géneros informativos:

- El documental. Es una pieza explicativa, reflexiva, contemplativa o analítica de algo real donde el contexto adquiere protagonismo y el discurso es enunciado de manera no subjetiva. Juega con el suspense dando un toque dramático a los hechos y su estructura suele ser lineal.
- El reportaje. En él, aparece un enunciador presente en forma de reportero o presentador. Su estructura no es lineal sino que la conduce dicho presentador. Su función es informar pero puede añadir un valor interpretativo. Es el género más completo ya que permite contar a fondo una noticia, incluir a sus personajes, contexto y consecuencias. Puede ser informativo, interpretativo o un híbrido. Es un género vinculado a la actualidad.
- La noticia en los informativos. Es el género informativo que otorga menos espacio para la interpretación de los hechos. Abarca una infinidad de temas que han sucedido en un día ordenados en bloques temáticos. Su estructura es fija: cabecera, desarrollo y cierre. La información se difunde en modo de noticias. También aparece la figura de enunciador presente en forma de reportero y/o presentador. . (González Requena, 1989)
- La entrevista. Su objetivo fundamental es obtener información del protagonista, es decir, del personaje al que se la hacen. Puede estar presentado en estilo directo (pregunta- respuesta) o en estilo indirecto en forma de un artículo. Existen varios tipos de entrevista en televisión: en directo, en diferido o de personaje, estas últimas tratan de mostrar la personalidad de un individuo que causa cierto interés a la sociedad.

*Fuente: <http://www.mariapinto.es/alfamedia/television/generos.htm>*

Hay una serie de parámetros indispensables que se deben tener en cuenta a la hora de dar una noticia en un medio de comunicación, en este caso en la televisión. De acuerdo con los manuales que rigen la enseñanza académica del periodismo, vamos a abordar algunos de

ellos agrupados en cinco factores que tendremos como referencia para organizar el análisis con el fin de lograr responder a la pregunta: ¿Cómo es la información televisiva en cuanto a estos factores?

- 1. La imparcialidad. La información que se dé debe excluir toda huella de subjetividad, y para ello es indispensable que el individuo o entidad que la transmita no sea una de las partes implicadas o afectadas del hecho noticioso. Si en la noticia que se transmite se perciben rasgos de contaminación que alejan del hecho del relato favoreciendo a alguna de las partes implicadas, se podría asegurar que se está induciendo a que el receptor de la información opte por opinar que una de las partes, a la que beneficia la información, tiene razón. La imparcialidad es un concepto muy complicado de lograr en su plenitud, dado que todo ser humano tiene su subjetivismo propio y no somos máquinas de precisión sino que tenemos subconsciente que nos guía sin quererlo hacia un lado u otro. Sin embargo, podemos llegar a difundir información tratada con un porcentaje altísimo de imparcialidad. Este término está ligado a la ideología de un medio y al modo de financiación de éste. Cuanta más independencia económica tenga un medio, más transparencia e imparcialidad tendrá. Es de sentido común que aquellas noticias que dañen la imagen de un individuo o entidad que participe económicamente o aporte algún tipo de beneficio al medio no se emitirán, se manipularán o tendrán un trato especial.
  
- 2. Las cuestiones de interés general. Existen ciertas situaciones o problemas que afectan a un colectivo que comparte una serie de características especiales. Estas situaciones son consideradas de mayor sensibilidad social, como por ejemplo: el sexo, la delincuencia, catástrofes, discriminación, malos tratos, suicidio, terrorismo, seguridad vial, tabaco o drogas, discapacidad y enfermedad. Son situaciones que al difundirlas, puede causar el caos entre la sociedad, herir a familiares de implicados, en el caso de una catástrofe o inducir a individuos a imitar actor, como el suicidio, o. En el caso de que se sea menor de edad y se esté dentro de un colectivo que requiera un tratamiento más delicado, lo hace doblemente necesario. Para ello, es

fundamental hacer planteamientos inclusivos a la hora de transmitir la información, con el fin de no dañar sensibilidades. Es fundamental evitar estereotipos, evitar el sensacionalismo y la búsqueda de captar la atención del oyente a través del morbo de la situación delicada, mantener el anonimato de las víctimas y/o su derecho a no hacer declaraciones sobre ello.

- 3. El lenguaje. Es necesario cuidar el lenguaje a la hora de transmitir una información. Hay una serie de características básicas para lograr una comunicación óptima: la claridad, es decir, el uso de un lenguaje comprensible para cualquier público, y con una estructura de frase simple: sujeto más verbo más predicado. La precisión es otra característica, y consiste en que el lenguaje sea conciso, directo. La brevedad en el discurso informativo es fundamental, junto al uso de frases cortas y simples. Los verbos siempre deben presentarse en modo activa, las frases pasivas tienden a confundir debido a que el receptor de la información no capta de manera sencilla quién es el que realiza la acción y quién la recibe. Además, se debe informar en positivo, con frases no imperativas y evitar también el uso de verbos y oraciones en condicional. (Lúcia Sitja, 1996)
  
- 4. Las imágenes y la grabación. A la hora de grabar para emitirlo en televisión, es necesario el cumplimiento de una serie de normas: en espacios privados se requiere un consentimiento previo, el domicilio de las personas implicadas en la información debe ser anónimo salvo que se autorice por ellos mismos lo contrario. En el caso de los lugares privados pero de acceso público se puede grabar si el peso de la noticia que se quiere transmitir con dichas grabaciones recae en la información sobre algún delito o similar. Nunca se puede ocultar que se está grabando, en el caso del teléfono se tiene que avisar previamente al interlocutor. Es ilícito también el seguir grabando sin que el protagonista lo sepa una vez concluida la entrevista o la colaboración pactada entre el medio y el individuo.

Fuente: <http://manualdeestilo.rtve.es/>

- 5. Los presentadores: su imagen y su labor.\_Los informadores de la televisión necesitan transmitir credibilidad y confianza, a través de su imagen y gestos, para que la información que den recaiga de manera positiva sobre el receptor. En el directo desde el lugar del suceso, se deben aportar datos y elementos novedosos que solo se podrían mostrar estando ahí presentes, además de compartir información novedosa hasta el momento. Lo más importante, cuando se está en directo, es no decir o hacer algo inconveniente que pueda echar por tierra la noticia. La gesticulación debe ser lenta, tranquila pero sí se debe dar una entonación dinámica para no perder la atención del telespectador. En lo que respecta a la ropa del periodista, siempre se debe tener en cuenta que lo que se busca es que el interés del espectador se centre en la noticia, no en quien la presenta, por lo que la ropa no debe llamar demasiado la atención, al igual que el aspecto físico en general. Además, conviene evitar el uso de la primera persona debido a que puede confundir a los receptores del mensaje informativo y hacer dudar de la imparcialidad. El periodista no es el protagonista, debe limitarse a ser el mediador.

Fuente: <http://manualdeestilo.rtve.es/>

### 3. METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación, con carácter descriptivo, pretende analizar el tratamiento de la información en unas piezas audiovisuales vídeoactivistas pertenecientes a un medio de comunicación no convencional para averiguar si cumplen con los principios del periodismo. Por ello tomamos como objetivo de trabajo el caso concreto del programa *Sí Se Puede*, perteneciente a un proyecto de comunicación televisivo nacido a raíz del 15M. (Díaz Nosty, 2011)

#### 3.1 El objetivo

Tras el declive de la credibilidad de los medios de comunicación tradicionales han surgido varias alternativas para que los ciudadanos puedan saciar su necesidad de estar bien informados. Estas vías alternativas son los blogs, los periódicos financiados por los lectores suscritos o las páginas web en las que se ofrece información en forma de noticias y elementos audiovisuales. El objetivo de este trabajo es determinar si, en concreto, el programa semanal *Sí se puede*, perteneciente al proyecto *Toma la Tele* puede ser considerado un informativo de calidad periodística equiparable al canon profesional.

¿Es *Sí se puede* un ejemplo de periodismo digno, libre y transparente? ¿Cumple con los rasgos propios de los informativos convencionales? ¿Trata y difunde la información de manera concisa, clara y objetiva?

En el caso de que *Sí se puede* cumpla los requisitos, estaríamos ante un ejemplo de un medio alternativo que haciendo vídeoactivismo comparte los rasgos de un programa perteneciente al género informativo televisivo convencional sin la necesidad de involucrarse en la industria de la televisión e información, en la que antes o después, el objetivo de difundir la verdad se ve corrompido por los intereses económicos, como en cualquier empresa.

Por esta razón, cada vez son más los medios que buscan una financiación en sus consumidores, es decir, en todas aquellas personas que hacen uso del medio en sí para mantenerse informadas, evitando la censura y manteniendo un periodismo libre y veraz.

En algunos casos la apertura llega a tal punto que pone en cuestión la figura misma del 'periodista' tal y como la veníamos entendiendo hasta ahora. La apertura y el consiguiente diálogo entre prosumidores -todos producen, todos consumen- genera comunidades de usuarios dispuestos a pagar no a cambio de un 'bien' sino porque desean involucrarse en aquello que consideran que se hace bien y 'hace bien'.

(López-Urrutia, 2013)

Además demostraría que, basándonos en los recursos de la plataforma 'Toma la Tele' y por tanto, de 'Sí se puede', la información de calidad no está ligada al poder económico sino a la verdadera voluntad, y es que esta iniciativa sobrevive gracias a sus participantes, que graban el programa, lo presentan, lo ofrecen en su página web y cubren los hechos noticiosos sin ánimo de lucro.

### 3.2 La muestra

Dado que el objetivo de esta investigación es lograr demostrar si un programa informativo alternativo puede tratar y difundir información de manera clara, veraz y objetiva cumpliendo con las características propias del periodismo informativo en televisión, he seleccionado el programa *Sí Se Puede*.

Ha sido elegido este programa porque forma parte de un proyecto de comunicación televisivo a través una página web, llamado *Toma La Tele*, surgido a raíz del 15 M, movimiento que proclamó, entre otras cosas, un periodismo libre y de calidad.

Este programa emite el capítulo piloto el 20 de marzo del 2013. Desde esa fecha se ha subido a la página web cada semana, con su correspondiente parón debido a las vacaciones



de verano, unos capítulos<sup>16</sup> que oscilan entre los dieciocho y treinta minutos de duración. El programa es grabado los lunes de cada semana, por la tarde, en el Patio Maravillas de Madrid por varios de los participantes de este proyecto.

Al principio, *Sí Se Puede* no seguían una estructura determinada, pero a las pocas semanas fue cogiendo forma y repitiendo apartados hasta estabilizar una estructura en estas secciones:

- Sumario
- Repaso semanal de todas las noticias.
- Reportajes (dependiendo del día uno o varios)
- Entrevista
- Agenda de *Stopdeshaucios*.

Antes de visualizar un capítulo, el usuario de la página web puede consultar los temas de los reportajes y quiénes son los invitados gracias a una especie de sinopsis situada bajo el recurso donde se visualiza el programa. Dependiendo del día y de quién haya desarrollado dicha sinopsis, será más extensa y detallada o más escueta.

Hasta la fecha en total hay veintidós capítulos de *Sí Se Puede* publicados en la página web de *Toma la Tele*. Como muestra se ha escogió un capítulo al azar procedente de cada mes, formando un total de siete capítulos analizados.

Los capítulos seleccionados y analizados son:

- Capítulo 1, del 26 de marzo
- Capítulo 4, del 17 de abril
- Capítulo 8, del 15 de mayo

---

<sup>16</sup> Disponibles en: <http://www.tomalatele.tv/web/?cat=2294>

- Capítulo 13, del 19 de junio
- Capítulo 15, del 3 de julio
- Capítulo 19, del 1 de agosto
- Capítulo 22, del 25 de septiembre<sup>17</sup>

### 3.3 Las herramientas

Una vez pasada la fase conceptual de exploración de fuentes para definir los conceptos que vamos a emplear en el análisis y que forma la parte del contexto de este trabajo, vamos a comenzar una fase empírica en la que el objetivo es realizar un análisis del mensaje de las piezas vídeoactivistas de la muestra a la luz de unas herramientas en forma de indicadores. Los indicadores han sido obtenidos de los rasgos de la información en televisión expuestos en el contexto de este proyecto y son:

- Los periodistas del programa:
  1. No son parte del tema tratado.
  2. No cuentan sus hechos o vivencias.
  3. Mantienen un estilo que transmite credibilidad.
  4. No tienen un aspecto llamativo que desvíe la atención del espectador.
  5. Actúan de manera profesional siendo conscientes de que son mediadores, no los protagonistas.
- El lenguaje:
  1. Es inclusivo e igualitario. Respeta la diversidad.
  2. Es sencillo.
  3. No se hace uso de estereotipos.
- Imágenes y audio:
  1. Son éticos y no sensacionalistas.

---

<sup>17</sup> Todos los capítulos son del año 2013.

2. En ellos es evidente que los protagonistas saben que están siendo grabados.
  3. En ellos no se ven datos que violen la intimidad de los protagonistas de los hechos constituyendo imágenes robadas.
- Las frases:
1. Son cortas y simples que permiten una comprensión inmediata. (Estructura: sujeto más verbo más predicado)
  2. Se presentan de forma activa y positiva sin generar confusión o ambigüedad.

Todos los indicadores están presentados de manera positiva, por lo que el número de ellos que aparezcan reflejados en las piezas vídeoactivistas y la calidad de los capítulos, son directamente proporcionales.

## 4. EL ANÁLISIS

*Han logrado la victoria de llamar la atención sobre la indignidad de muchos desahucios*

Fernando Savater

Cabe recordar que el programa analizado, *Sí Se Puede*, está dedicado al derecho a la vivienda, por lo que la información que trata gira en torno a ese concepto. Su temática son los desahucios junto con los últimos acontecimientos, leyes y políticas relacionados con ellos.

También cuenta con un sumario de noticias, una sección de reportajes, entrevistas y concluye con la agenda de *Stopdesahucios* para informar a todos los interesados del lugar, día y hora de las próximas convocatorias de esta organización.

### 4.1. Capítulo 1

El primer capítulo analizado pertenece a la fecha de 26 de marzo. De los indicadores, solo serán citados aquellos que no se hayan cumplido a lo largo del capítulo analizado o en los casos en los que sea necesario realizar alguna anotación acerca de éstos. Una vez explicado un indicador, en el caso en el que repita en capítulos siguientes, ya no será nuevamente citado, a no ser que presente alguna distinción de los anteriores.

- Los presentadores del programa:
  1. No han de ser parte del tema tratado. En el programa se estaba emitiendo un vídeo tomado en la calle donde se explicaba que 14 activistas fueron acusadas injustamente por dos encierros, uno en el BBVA en Madrid y otro

en el EMVS<sup>18</sup> de Madrid a finales del 2012. Al terminar de dar la noticia, el reportero, Roberto Samper, añadió: “Juicio en el que también estaban condenados gente de prensa, como compañeros de Toma la Tele que por suerte han salido también absueltos”.<sup>19</sup> Con esta frase, el reportero está involucrando en el acontecimiento previamente narrado, al programa en sí y a los que lo llevan a cabo, restando credibilidad a lo anteriormente transmitido.

2. Han de mantener un estilo que transmita credibilidad. El reportero y entrevistador, Roberto, al concluir su entrevista a Ada Colau,<sup>20</sup> le felicita por su trabajo: “ante nada felicitaros por vuestra labor y muchas gracias por habernos atendido”. El hecho de que dé las gracias es algo protocolario que podría hacer dentro o fuera de cámara pero al felicitarle por su trabajo ya se está posicionando de manera clara a favor de la labor que hace la PAH dejando la imparcialidad a un lado. Sin embargo, los temas que se tratan, como los desahucios y derechos a una vivienda, requieren un nivel de conocimiento en el tema por parte, al menos, del entrevistador, quien demuestra estar bien documentado. Este hecho, al margen de lo citado anteriormente, fomenta la aportación de credibilidad.
3. No han de tener un aspecto llamativo que desvíe la atención del espectador. Laura Vera y Nacho Sereno, los dos presentadores de plató, son jóvenes. Su ropa no es especialmente llamativa, aunque en el caso de Laura, el mostrar un hombro sí y el otro no hace que los primeros segundos prestes más atención a esa descompensación asimétrica en ella que en la información que intenta transmitir. No ocurriría si los dos hombros estuvieran destapados o los dos cubiertos.

---

<sup>18</sup> Empresa Municipal de Vivienda y Suelo.

<sup>19</sup> Minuto 6:25 del capítulo 1. Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=10741>

<sup>20</sup> Activista y fundadora de la Plataforma de Afectados por la Vivienda (PAH) en España.

- El lenguaje:
  1. Ha de ser sencillo. En las entrevistas hacen uso de preguntas concretas, simples y directas. El lenguaje es sencillo pero especializado, es decir, para poder seguir con plena comprensión las noticias y las entrevistas es necesario estar un poco familiarizado con el contexto, los factores sociales y los términos del conflicto, ya que nombran muchas plataformas, leyes y recursos sociales. Algunas palabras empleadas no son coloquiales pero tampoco son cultismos.
  
- Imágenes y audio:
  1. En los elementos audiovisuales ha de ser evidente que los protagonistas saben que están siendo grabados. No hay cámaras ocultas. Las imágenes han sido tomadas en la calle durante un hecho noticioso, por lo que, aunque no se haya avisado uno a uno a los manifestantes, todos deben ser conscientes de que pueden estar siendo grabados. En las entrevistas cara a cara, por el lenguaje y el lugar, según el plano, en el que se encuentra la cámara es deducible que los protagonistas saben que están siendo grabados. En el caso de los totales a pie de calle, es evidente que los entrevistados saben de la presencia de la cámara porque está al descubierto y hay un micrófono.
  2. En los elementos audiovisuales no se han de ver datos que violen la intimidad de los protagonistas de los hechos. Las imágenes son tomadas en lugares públicos, en el salón de actos de un centro cívico y en el Patio Maravillas de Madrid.

## 4.2. Capítulo 4

El segundo capítulo analizado pertenece a la fecha de 17 de abril.

- Los presentadores del programa:
  1. No han de ser parte del hecho tratado. El presentador, Nacho, realiza una presentación de un reportaje que trata de dos ciudadanos, Zaica y Manuel, que deciden, junto a más personas, ocupar un piso de un edificio abandonado al que han llamado “La Charca”. La presentación es la siguiente: “Nuestros compañeros Zaica y Manuel”<sup>21</sup> han preparado un reportaje. Según la información que transmiten en el reportaje ambos individuos, no pertenecen a Sí Se Puede, por lo que no son compañeros de manera literal de Nacho, no obstante, de manera inconsciente, el presentador está involucrando al programa en la acción de los protagonistas del reportaje integrándolos a ellos y a sí mismos en la misma comunidad de referencia.
  2. Han de mantener un estilo que transmita credibilidad. El entrevistador, Roberto Samper, cuando se encuentra entrevistando a Manuel San Pastor<sup>22</sup>, le da la razón al invitado asintiendo con la cabeza y riéndose de las palabras que dice Manuel. Este hecho transmite, de nuevo, un posicionamiento a favor por parte de Roberto hacia las palabras del entrevistado, restando imparcialidad a su labor.<sup>23</sup>
  3. No han de tener un aspecto llamativo que desvíe la atención del espectador. Pese a que Nacho Sereno viste con una sudadera, su lenguaje no verbal se centra en transmitir información, por lo que la atención recae en lo que dice. Ayuda la falta de luz que hay en el “plató”, generando una imagen de nitidez atenuada que evita el resalte de los detalles ayudando a centrar la atención en las palabras y no en la imagen.
- Las imágenes y audio:

---

<sup>21</sup> Minuto: 4:02. Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=10919>

<sup>22</sup> Abogado de la PAH en España.

<sup>23</sup> Minuto 23:58. Ídem.

1. En los elementos audiovisuales ha de ser evidente que los protagonistas saben que están siendo grabados. En el capítulo, se realiza una conexión telefónica<sup>24</sup> con M<sup>a</sup> Ángeles Collado<sup>25</sup> en la que hay perros ladrando de fondo. Aún así se emite, por lo que es evidente que no es una grabación en directo que hubiera impedido un pulido del medio es posproducción sino que prima la calidad del contenido que se transmite antes que la perfección técnica.
2. En los elementos audiovisuales no se han de ver datos que violen la intimidad de los protagonistas de los hechos. Este capítulo tiene un reportaje grabado dentro de un domicilio, La Charca, que está siendo ocupado por varios ciudadanos. Dos de ellos, Zaica y Manuel, son los encargados de difundir su situación de ocupas en lo que parece ser la cocina del piso. Ambos son conscientes de que están siendo grabados. La polémica entra en el momento en que el que dicha residencia lógicamente no es un lugar público. Tampoco es propiedad de los que la habitan, ya que la están ocupando de manera ilegal. En realidad, la casa pertenece a una inmobiliaria de la que no se ha obtenido el permiso para grabar en el interior del domicilio. No obstante, el interés recae en los sujetos, no en el lugar, por lo que no supone una disfunción informativa.

#### 4.3. Capítulo 8

El tercer capítulo analizado pertenece a la fecha 15 de mayo.

- Los presentadores del programa:
  1. No han de tener un aspecto llamativo que desvíe la atención del espectador. En este capítulo, el presentador, Nacho Sereno lleva una vestimenta inadecuada siendo demasiado llamativa y produciendo que el espectador centre, sin querer, su atención en ella debido a los colores llamativos de su camiseta.

---

<sup>24</sup> Minuto: 02:12. Ídem

<sup>25</sup> Miembro de *Stopdesabucios* grupo 15M



– Imágenes y audio:

1. Han de ser éticos y no sensacionalistas. En una parte del capítulo emiten las imágenes de unos jóvenes ocupando un antiguo laboratorio situado en la plaza de Cascorros, Lavapiés. En el vídeo<sup>26</sup>, dos de estos jóvenes rompen a patadas la persiana de una ventana que da a la plaza y cuelgan en el balcón la bandera de “centro social” con simbología del movimiento okupa, mientras un colectivo de ciudadanos situados en la plaza celebran con entusiasmo la acción. Estas imágenes portan una fuerte carga emotiva al tratarse de una acción inusual deliberadamente rebelde o de resistencia al orden dominante, y para algunos ojos podrían llegar a ser morbosas, pero aún así son las que mejor reflejan el hecho noticioso al ser explicativas, descriptivas, directas y no producidas.
2. En ellos no se ven datos que violen la intimidad de los protagonistas de los hechos. Una noticia que se difunde en *Sí Se Puede*, trata de la toma de “Bankia” en la que un grupo de manifestantes muestra su descontento hacia esta entidad bancaria haciendo una protesta en su interior<sup>27</sup>. “En los lugares privados de acceso público tales como aeropuertos, centros comerciales o lugares de ocio es legítimo grabar sin autorización previa de los propietarios cuando se trate de reflejar la comisión de delitos o la práctica de comportamientos antisociales”<sup>28</sup>. Por lo que estaría justificada la grabación dentro de la entidad, ya que los comportamientos que se dan no son los usuales.

– Las frases:

1. Han de ser cortas y simples. (Estructura: sujeto más verbo más predicado). “el Tribunal Supremo condena a BBVA, Cajas Rurales Unidas y Nueva Caixa Galicia a

---

<sup>26</sup>Minuto: 9:23. Disponible en : <http://www.tomalatele.tv/web/?p=11172>

<sup>27</sup> Minuto: 8:35. Ídem.

<sup>28</sup> Manual de estilo de RTVE. Disponible en: <http://manualdeestilo.rtve.es/tve/2-5-captacion-de-imagenes-en-lugares-publicos-y-privados/>

eliminar de las hipotecas estas cláusulas aunque rechaza, sin embargo, la retroactividad de la sentencia por el riesgo de que se generen trastornos graves con transcendencia en el orden público económico. Es decir, la resolución no afectarán a los pagos ya efectuados ni a las situaciones definitivamente decididas por resoluciones judiciales firmes<sup>29</sup>. Este es un ejemplo de cómo en este capítulo, las frases emitidas por el presentador, Nacho, no son cortas, simples y concisas. Al difundir de manera rápida la frase anteriormente citada, al espectador no le da tiempo a asimilar la información, por lo que el proceso comunicativo se rompe.

#### 4.4. Capítulo 13

El cuarto capítulo analizado pertenece a la fecha 19 de junio.

- Los presentadores del programa:
  1. No han de ser parte del tema tratado. Laura Vera, la presentadora de *Sí Se Puede*, asegura en el programa que la televisión digital de la tele.cat con sede en Barcelona informa que el 15 de junio la antena por la que emiten ha sido precintada por los mossos de escuadra, “la dirección de esta televisión que colabora activamente con *Toma la Tele* retransmitiendo nuestro programa está trabajando en un recurso para conseguir la vuelta a la emisión en defensa de la información libre y veraz. Desde aquí nos sumamos a su reivindicación por la libertad de prensa y la información.”. Al revelar que la televisión protagonista del suceso colabora con la plataforma donde se emite este programa, ya hace partícipe tanto a ellos, como al programa *Sí Se Puede*, como a *Toma la Tele*, de la noticia que acaba de difundir.
  2. Han de mantener un estilo que transmita credibilidad. La presentadora, concluye la noticia de que en unos días se votaría en el Parlamento Catalán si se

---

<sup>29</sup> Minuto:2:57 Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=11172>

procede a una modificación de la ley de la vivienda, con la siguiente frase<sup>30</sup>: “la próxima semana veremos si podemos gritar en Cataluña ‘sí se puede’”. Al decir estas palabras, Laura ya se está posicionando, por lo que la neutralidad en la información que da se ve afectada, y en consecuencia, su credibilidad. Nacho también expone una frase<sup>31</sup> en la que deja entrever su posicionamiento ante el suceso que está presentando: “presenta una denuncia por la indefensión de la ciudadanía en amenaza de desahucio para las cuales parece no existir el Estado de derecho”.

3. No tienen un aspecto llamativo que desvíe la atención del espectador. La vestimenta de los presentadores no debe llevar ninguna simbología perteneciente a un partido político o movimiento ideológico, ya que, entre otras cosas, no están representando únicamente ideas, sino las del medio en sí. En esta ocasión, Nacho, el presentador, lleva una camiseta de V de Vendetta con el símbolo que se ha agenciado el movimiento 15M por el parentesco del planteamiento de la filosofía que defiende la iniciativa 15 M con el de la película.

– El lenguaje:

1. Otros. A la hora de dar una noticia, es necesario que la información no se vea contaminada por el sensacionalismo. Este criterio se agrava cuando la noticia pertenecería a una cuestión sensible, como es un suicidio. El presentador expone la noticia dándole más importancia a la desgracia que al suceso y sin tener ningún cuidado a la hora de incluir la muerte en la información. Las palabras escogidas por Nacho, el presentador fueron estas: “en Cádiz se ha conseguido la dación en pago para el caso de Miguel Carrillo. Recordemos que se quitó la vida a causa de un problema con el banco. La familia se pregunta si

---

<sup>30</sup> Minuto: 10:42. Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=11625>

<sup>31</sup> Minuto: 0:35. Ídem

ha sido necesario que su padre muriera para que le hayan concedido la dación en pago”.<sup>32</sup>

#### 4.5. Capítulo 15

El quinto capítulo analizado pertenece a la fecha 3 de julio.

- Los presentadores del programa:
  1. Han de aportar credibilidad. El presentador Nacho, hace una introducción sobre el vídeo de la noticia que está presentando en la que ha incluido un comentario poco imparcial y con un tono irónico que hacen dudar de su credibilidad. La frase es la siguiente<sup>33</sup>: “una familia de Rivas Vaciamadrid ha ocupado una vivienda al no ser ayudado por las instituciones de este municipio gobernado por izquierda unida y que presume de sensibilidad social”.
  2. Han de actuar de manera profesional siendo conscientes de que son mediadores, no los protagonistas. En este episodio aparece una nueva presentadora llamada Zakiah Iraultza. Ella presenta las noticias con un semblante muy serio, sin expresividad y sin entonación en las frases. Esas características hacen dudar de su profesionalidad, además de entorpecer el entendimiento del mensaje por parte de los espectadores, ya que pierden la atención al producir una dominante monotonía. Se requiere que un periodista transmita una imagen de serenidad, tranquilidad y sinceridad para lograr una credibilidad y empatía con los consumidores de ese programa.
  
- Imágenes y audio:

---

<sup>32</sup> Minuto: 12:05. Ídem.

<sup>33</sup> Minuto: 1:34. Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=11756>

1. Han de ser éticos y no sensacionalistas. En el transcurso del capítulo de *Sí Se Puede*, emiten una imagen<sup>34</sup> de Esteban González Pons<sup>35</sup> encendiendo un artefacto de pirotecnia en el bosque. Indudablemente la fotografía era polémica, ya que la acción que estaba ejecutando González Pons no es ejemplar en su contexto, rozando los límites de la ilegalidad, pero aportaba una información innecesaria a la noticia y estaba totalmente fuera de lugar.
2. En los elementos audiovisuales ha de ser evidente que los protagonistas saben que están siendo grabados. En este episodio se da el caso de la emisión de una secuencia de grabación<sup>36</sup> en la que los protagonistas no son conscientes de que están siendo grabados. En el vídeo sobre una noticia de un encierro en la sede de la empresa Municipal de Vivienda y Suelo de la Comunidad de Madrid. Informan, gracias a unos rótulos que aparecen en la parte inferior de la imagen, que un grupo de policías llegan al poco tiempo para evacuar dicha protesta. En las imágenes grabadas se aprecia como uno de los policías obliga al cámara que deje de grabar, pero éste no le obedece y prosigue grabando disimuladamente. Si lo grabado fuera relevante, se justificaría su emisión, no obstante carece de interés ya que no se desarrolla en esos segundos ninguna acción digna de ser mostrada, por lo que deberían haber acortado el vídeo, pero aún así lo emiten, pudiendo querer ser una demostración de desacato y ostentación de valores.

#### 4.6. Capítulo 19

El sexto capítulo analizado pertenece a la fecha 1 de agosto.

- Los presentadores del programa:

---

<sup>34</sup> Minuto: 12:28. Ídem.

<sup>35</sup> Vicesecretario General de Estudios y Programas del PP.

<sup>36</sup> Minuto: 18:41. Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=11756>

1. No han de tener un aspecto llamativo que desvíe la atención del espectador. El entrevistador de este episodio, llamado Alejo, lleva una camiseta de “Juventud Sin Futuro”<sup>37</sup>. Aunque a que esta organización no se relaciona con ningún partido político, no es adecuado que un miembro de un medio de comunicación, aunque sea alternativo, salga en las imágenes con una camiseta de un movimiento determinado ya que rompe con la imparcialidad decantándose públicamente hacia una serie de reivindicaciones.
- El lenguaje:
1. Ha de ser inclusivo. Un ejemplo de este indicativo, digno de ser resaltado es el uso, por parte del presentador, del femenino en plural con el objetivo de mostrar igualdad de sexos.
- El uso del masculino plural para hablar de todas y todos es en cambio un reflejo de la sociedad sexista en que vivimos, una forma más de invisibilizar a las mujeres en la vida pública. Pretender que el masculino plural es una fórmula neutra supone olvidar que esa “neutralidad” se ha construido a través de siglos de subordinación de la mujer, en los que el masculino ha sido siempre la norma.<sup>38</sup>
- Imágenes y audio:
1. En los elementos audiovisuales no se han de ver datos que violen la intimidad de los protagonistas de los hechos. Nacho, uno de los presentadores, al dar una noticia revela la dirección exacta del edificio considerado vivienda popular en el que habitarán ciudadanos, sin tener en cuenta la intimidad de dichos futuros inquilinos: “en Bilbao fue recuperado un edificio en la madrugada del 27 de

---

<sup>37</sup> Movimiento sensibilizado con la situación de precariedad en la que se encuentra la juventud española.

<sup>38</sup> Publicación de *Juventud Sin Futuro*, 11/10/2011. Disponible en: <http://juventudsinfuturo.net/lenguaje-en-femenino-plural-en-nuestros-comunicados/>

Julio que se proyecta para viviendas populares. El inmueble se encuentra en la calle Rivera, 13 de la capital vizcaína”.

#### 4.7. Capítulo 22

El séptimo capítulo analizado pertenece a la fecha 25 de septiembre.

- Los presentadores del programa:
  1. Aportan credibilidad. Uno de los presentadores, Nacho, se refiere a la entidad bancaria de *Bankia* como <sup>39</sup>“una entidad rescatada con dinero público” además añade que “intenta dejar a gente sin vivienda”. La primera frase es una definición reduccionista en la que el presentador muestra su intención de resaltar un hecho verídico pero polémico relacionado con dicha entidad bancaria. La segunda es una valoración personal y una exageración. Pese a que existan razones que lleven a Nacho o al programa entero a pensar que *Bankia* intenta dejar sin casa a los ciudadanos que no pagan su hipoteca, no es profesional expresarlo de una manera tan directa y sin argumentos.
  
- El lenguaje:
  1. Otros. Los presentadores abordan el tema del suicidio de Amparo<sup>40</sup> desde una perspectiva muy cuidadosa demostrando que tienen en cuenta que es un tema delicado. Ninguno de los dos expone su opinión ni hace un mal uso de la información. Ambos se ciñen a citar hechos.
  
- Imágenes y audio:

---

<sup>39</sup> Minuto: 5:54. Disponible en: <http://www.tomalatele.tv/web/?p=12186>

<sup>40</sup> Minuto: 00:55. Ídem

1. Han de ser éticos y no sensacionalistas. En el reportaje de este capítulo aparece una mujer que ha recibido la carta de desahucio. Dicha mujer es entrevistada para conocer de cerca su historia. Mientras que le hacen las preguntas, la entrevistada no suelta a su hijo, un bebé de pocos meses al que se le ve la cara en casi toda la entrevista. Es importante que no se explote estratégicamente la figura del menor con la finalidad de transmitir vulnerabilidad o despertar pena.

Los responsables de los programas deben ser extremadamente cuidadosos y, aunque se cuente con el previo consentimiento, no recurrir a la participación de menores de edad inmersos en situaciones especialmente sensibles y traumáticas, como malos tratos, enfermedades, desestructuración familiar, etc. Deben evitarse situaciones en las que, a pesar de contar con el previo consentimiento, se ponga en peligro a los menores de edad, se vean afectados su equilibrio físico y psíquico, y su intimidad.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Manual de estilo de RTVE. Disponible en: <http://manualdeestilo.rtve.es/cuestiones-sensibles/5-2-ninos-y-adolescentes/5-2-5-participacion-de-los-menores-en-los-contenidos-de-radio-television-y-servicios-conexos-interactivos-y-de-informacion-en-linea/>



## 5. CONCLUSIONES

Tras el análisis de cada una de las piezas de la muestra, considerando los rasgos que se han reiterado y las correspondencias que detectamos con algunos de los presupuestos y principios que encontramos en el marco conceptual, hemos podido formular las siguientes conclusiones:

- **El fin del programa no es simplemente el de informar.** En cualquier informativo periodístico de carácter audiovisual el objetivo principal expreso es el de difundir información relevante y verídica a los espectadores, pero en este caso, a ese objetivo se le suma el de realizar una denuncia sobre un tema político y social, como son los desahucios, y favorecer que se genere un clima de opinión que pueda provocar un cambio en la audiencia, que desencadene una transformación de ideas, un posicionamiento ante el problema presentado o el ánimo para emprender una intervención personal. De hecho, en una lógica secuencial muy coherente, al final de todos los episodios, después de haber alimentado las razones que pueden inducir a actuar, se presenta una agenda *Stopdesahucios* que invita a las personas que ven el programa a participar en las movilizaciones contra los desalojos.
- ***Sí Se Puede* actúa como contrainformador alternativo de los medios convencionales.** En este programa se informa exclusivamente de las noticias y sucesos relacionados con el derecho a la vivienda. Además, los reportajes y entrevistas están elaborados acerca de historias y personajes de interés, respectivamente, también dentro de la misma temática, por lo que es un programa especializado en los desahucios que se están llevando a cabo en España. Por lo que se podría afirmar que este programa informa de modo monográfico y ampliado al profundizar en este tema, el cual es tratado de manera superficial en los medios de comunicación convencionales.
- **Comunicación interna al movimiento.** Dado el nivel de especialización y profundización, por tanto, derivado del punto anterior, podemos afirmar que la información de *Sí Se Puede* se dirige a una audiencia hipotética que tiene un

conocimiento previo acerca de derecho a la vivienda. Y es que para seguir la noticia sin dificultad y en su plenitud se requiere una información previa acerca del tema principal del programa, así como de las principales plataformas, leyes y contexto actual ya que durante los episodios, tanto los presentadores como el entrevistador, los protagonistas de los reportajes o los personajes invitados, han mostrando un dominio del tema tratado, el derecho a la vivienda en este país. Esta circunstancia nos indicaría que este tipo de vídeoactivismo, de algún modo, se orienta al consumo interno del movimiento, o al menos, a ese consumo interno de forma prioritaria pues su lógica discursiva dibuja un destinatario del enunciado que no es un público general sino iniciado.

- **No cumple con el requisito de la imparcialidad.** La imparcialidad se ha visto en varias ocasiones cuestionada por la participación evidente de miembros del programa o del programa en sí en los sucesos que los presentadores estaban exponiendo. Hay que tener en cuenta que el nombre de este objeto de estudio, *Sí Se Puede*, fue adoptado como uno de los lemas del 15M, es decir, que ya se ubica verbalmente en el universo interno del movimiento. De acuerdo con el ideal del periodismo canónico, el enseñado en las escuelas y universidades, y el que se prescribe en los manuales y libros de estilo, en ningún momento, un medio de comunicación o un informador puede verse involucrado en los acontecimientos de los que se está informando, ya que si forman parte del suceso, transmitirán su visión e interpretación, no la realidad de ambas partes de los implicados en el conflicto.

El incumplimiento de este último ítem respondería de manera negativa a la incógnita que ha llevado a realizar este trabajo: sí el programa *Sí Se Puede* cumple con los rasgos básicos del periodismo en televisión o no. Aunque la imparcialidad no es el único rasgo que se ha incumplido a medida que se analizaban los capítulos, sí es el que cobra un papel fundamental a la hora de transmitir una noticia, dejando en un segundo plano la vestimenta del presentador o el empleo de un lenguaje sencillo.

Hasta aquí las afirmaciones que podemos considerar que están en nuestra mano después de realizar el análisis de los programas. Pero este estudio ha abierto también incógnitas y perspectivas que podrían ser indagadas por otras investigaciones.

Podría ser interesante por ejemplo, profundizar en nuestras conclusiones contrastándolas con otro tipo de técnicas: entrevistas en profundidad a los miembros del programa *Sí Se Puede*, con el fin de conocer sus objetivos, los métodos de elaboración de cada episodio y la profesión de cada uno de los participantes. Así como las causas que les condujeron a llevar a cabo esta labor y/o su visión personal acerca del programa. Ya que, pese a que he tenido la suerte de recibir información acerca de las fuentes, vídeos y métodos de elaboración de noticias, no hemos tenido la oportunidad de reunirnos con ellos una vez terminado el trabajo de investigación.

También completaría esta investigación un análisis del resto de capítulos, con el fin de evaluar si el programa sigue en la misma línea de trabajo, calidad e información o va sufriendo una evolución a medida que el trabajo se va desarrollando. Además sería interesante analizar el lenguaje no verbal de los presentadores y entrevistadores con el objetivo de definir si emplean códigos de objetividad, distanciamiento, etc. respecto al tema que abordan.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- **Libros**

Artero Rueda, Manuel (2007): *El guion en el reportaje informativo. Un guiño a la noticia*. Madrid, , Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Bustos Gabriela (2006): *Audiovisuales de combate / Acerca del videoactivismo contemporáneo*. Buenos aires: La Crujía.

Barroso García J. (1992) *Proceso de la Información de Actualidad en Televisión*. Madrid. RTVE

Díaz Nosty, Bernardo (2011): *El libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de Prensa de Madrid (APM).

González Requena, Jesús (1989): *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Akal.  
Mateos Martín, María Concepción (2004): *Relatos visibles frente a razones invisibles: un análisis de la simplificación y la pérdida de caudal informativo del periódico a la televisión*.

Olivia, Llúcia y Sitja, Xavier (1996). *Las noticias en televisión* Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Pasquinelli, Matteo (2002): *Mediactivismo (activismo en los medios). Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso*. Roma: DeriveApprodi.

Serrano, Pascual (2009): *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Madrid: Península.

Rocha, Servando (2006): *Historia de un incendio*. Madrid: La Felguera.

- Artículos, comunicados, notas de prensa y webs

Comunicado de la Comisión Legal Sol. Mayo 2012. Disponible en:  
<http://legal15m.wordpress.com/2012/05/13/comunicado-de-la-comision-legal-sol-en-relacion-al-desalojo-de-la-puerta-del-sol/>

*Democracia Real Ya*. Disponible en: <http://www.democraciarealya.es/quienes-somos/>  
Herrero, Luís E. (2008): *Vídeoactivismo. Captar e incidir*. Blogs and Docs julio 2008.  
Disponible en <http://www.blogsandocs.com/?p=149>

----- (2008): *La experiencia comunicativa de Vídeo Nou*. Blogs and Docs junio 2008.  
Disponible en <http://www.blogsandocs.com/?p=76>

Manual de estilo de RTVE. Disponible en: <http://manualdeestilo.rtve.es/>

Moreno, Yamir (2011): *El cerebro virtual del 15M*. En abc.es mayo 2005. Disponible en:  
<http://www.abc.es/20120512/espana/rc-cerebro-virtual-201205120057.html>

Movimiento 15 M. Disponible en [www.movimiento15m.org](http://www.movimiento15m.org)

Nota de prensa: Encuesta 15-M: Cómo, quién y por qué participa en el 15-M. Disponible  
en [www.dropbox.com/s/7dbpy9fo71987pi/RESULTADOS15M.pdf](http://www.dropbox.com/s/7dbpy9fo71987pi/RESULTADOS15M.pdf)

Palacio, Raquel (2011): *Origen y recorrido del 15-M español II*. En Crónica Popular diciembre  
2011. Disponible en: <http://www.cronicapopular.es/2011/12/origen-y-recorrido-del-movimiento-15-m-espanol-ii/>

Periódicos digitales y hemerotecas consultadas: *El País*, *El Mundo*, *Público*, *ABC*, *Periodismo Humano*, *Eldiario.es* y *Europa Press*.

Rodríguez, D. Postolski, G. Belforte, L. Gómez, M.R (2006): *La credibilidad periodística en crisis*. En [Voltairenet.org](http://www.voltairenet.org). Enero 2006. Disponible en:  
<http://www.voltairenet.org/article133324.html>

*Toma la Tele*, web donde se encuentran los capítulos analizados de *Sí Se Puede*. Disponible en: [www.tomalatele.tv/web/?cat=2294](http://www.tomalatele.tv/web/?cat=2294)

- **Piezas audiovisuales**

*How to film a revolution*. (2011) Occupy Wall Street. Versión doblada por Felipe Vergara. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=a1W6RAE2ILs>

- **Información solicitada a**

Iñigo Fernández Ostolaza, miembro y organizador del programa *Sí Se Puede*. Vía email.