

Ricardo G. Fernández Martínez

<https://orcid.org/0000-0002-4876-5016>

ascarnet@gmail.com

Universidad de Alicante

Recibido

20 de junio de 2017

Aprobado

5 de julio de 2018

© 2019

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.32.1.213-234

www.communication-society.com

2019 – Vol. 32(1)

pp. 213-234

Cómo citar este artículo:

Fernández Martínez, R. G. (2019).

El vídeo espontáneo y su impacto en la prensa digital. *Communication & Society*, 32(1), 213-234.

El vídeo espontáneo y su impacto en la prensa digital

Resumen

El hecho de transportar continuamente un teléfono móvil con cámara de vídeo integrada ofrece la posibilidad de grabar en vídeo de forma espontánea, en pocos segundos, sin planificación previa, en todo momento y lugar, cualquier acontecimiento. El vídeo espontáneo se muestra como una nueva forma de retratar nuestra sociedad y comunicar un suceso que, a través de Internet y la Web 2.0, se puede distribuir por cualquier rincón del planeta, puede llegar a formar parte de una noticia de medios de comunicación convencionales e influir en la opinión pública. Este trabajo establece las bases para identificar y comprender el vídeo espontáneo, trata su aplicación en el videoactivismo y el periodismo ciudadano, y estudia su impacto en la prensa digital. Para ello, se analizaron los vídeos espontáneos creados y difundidos en Internet por estudiantes del IES Lluís Vives de Valencia, el 15 de febrero de 2012, que se manifestaron en contra de los recortes en educación realizados por el gobierno de la Comunidad Valenciana (España). Los vídeos espontáneos resultantes generaron un importante impacto mediático y algunos de ellos formaron parte de noticias digitales de periódicos españoles como *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *ABC* y *Público*.

Palabras clave

Vídeo espontáneo, videoactivismo, web 2.0, periodismo ciudadano, medios móviles, periodismo digital, comunicación audiovisual, redes sociales.

1. El vídeo espontáneo

El vídeo espontáneo nace de la posibilidad de crear un vídeo en pocos segundos, sin planificación previa por parte del realizador, gracias a que transportamos habitualmente una cámara insertada en el teléfono móvil, que permite capturar rápidamente cualquier acontecimiento, en todo momento y lugar.

El vídeo espontáneo se caracteriza por capturar acontecimientos que se desarrollan con naturalidad, donde la subjetividad del realizador influye en menor medida en la documentación del hecho y en el desarrollo de este, en comparación con el resto de los formatos audiovisuales.

El uso de la actual tecnología móvil ha contribuido al auge del periodismo ciudadano y del videoactivismo ya que, al apoyarse en la comunicación vía Internet y en la Web 2.0 (el 92 % de los internautas en España acceden a Internet desde el *smartphone*¹), consigue transmitir un vídeo en muy pocos segundos. La información, ya sea en formato texto, imagen o vídeo,

¹ Informe Sociedad de la Información en España 2016 realizado por la Fundación Telefónica: http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/página-item-publicaciones/itempubli/558/.

puede llegar a un grandísimo número de internautas simultáneamente, que lo pueden compartir y comentar, con la posibilidad de formar parte de noticias de medios de comunicación convencionales, como la televisión o las ediciones digitales de periódicos (Espiritusanto, 2013; Youmans & York, 2012; Rovira, 2012). Todo ello ha ayudado a que el vídeo espontáneo se convierta en un fenómeno sociocultural que ha producido importantes transformaciones en la Sociedad de la Información (Castells, 1997).

Un rápido movimiento al bolsillo y en pocos segundos, a través de la cámara de vídeo incorporada en el teléfono móvil, podemos grabar los primeros pasos de un niño, las graciosas acrobacias de un gato, catástrofes meteorológicas o una carga policial injustificada, y capturar sensaciones, situaciones y expresiones naturales que surgen de forma espontánea.

1.1. Concepto y genealogía del vídeo espontáneo

Hoy en día, prácticamente todo ciudadano dispone de una cámara de vídeo en el teléfono móvil que transporta continuamente y que ofrece la posibilidad de registrar la cotidianidad de nuestra sociedad. En España, según el Anuario SGAE 2017, en el año 2016, el 94,8 % de hogares tenía teléfono móvil, 2.1 puntos por encima del año 2015. Según el Informe Sociedad Digital en España 2017 realizado por la Fundación Telefónica, el 86 % de los jóvenes posee un *smartphone* y lo usa como dispositivo de referencia para mensajería instantánea, redes sociales y consumo de música y vídeos en *streaming*. A nivel mundial, según eMarketer (2016), el 47,4 % de los usuarios de teléfono móvil tuvieron un *smartphone* en el año 2016, una cifra que irá en aumento hasta alcanzar el 57,5 % en el año 2020. Todos los actuales *smartphones* cuentan con cámara de vídeo integrada; los ojos tecnológicos están por todas partes.

Según la Real Academia Española, espontáneo, del latín *spontaneus*, derivado de *sponte* (voluntariamente)², es un adjetivo que describe algo que se produce de forma voluntaria o por propio impulso, sin causa aparente, también aplicable a la “persona que por propia iniciativa interviene en algo para lo que no tiene título reconocido”³. Estas definiciones encajan en la descripción de un vídeo que se realiza sin planificación previa, por un realizador que de forma espontánea decide sacar el teléfono móvil y grabar. El acontecimiento a grabar es lo que suscita al realizador de forma espontánea la voluntad de grabarlo, sea o no el acontecimiento de naturaleza espontánea.

El software de los actuales dispositivos móviles está preparado para compartir cualquier archivo digital con la pulsación de muy pocos comandos o de forma automática, por lo que la comunicación del vídeo espontáneo puede ser también espontánea; del teléfono móvil a Internet en pocos segundos después de su realización o directamente por transmisión en vivo.

Al igual que la fotografía y sus cualidades de intuición, espontaneidad e inmediatez en capturar “el instante decisivo” (Cartier-Bresson, 2003), el vídeo espontáneo también es una acción inmediata donde no hay meditación previa para documentar un suceso, como sí la hay en el dibujo, en el cine y en el documental, por lo que obtiene la virtud de documentar la realidad tal como es, con ciertos matices.

Tanto el vídeo como el cine no dejan de ser una representación de la realidad mediada por el realizador (Nichols, 1997), y cualquier forma de representar la realidad, siendo más o menos objetivo en la realización, será siempre subjetiva (Bazin, 1971; Lipovetsky & Serroy, 2009). Esto da cabida a la construcción de diferentes significados según quiénes, cómo, dónde y cuándo lo observan (Plantinga, 1997). Se abordará el concepto de realidad en el audiovisual en dos momentos diferentes, en su captura y en su visualización.

El vídeo espontáneo, desde el punto de vista de la imagen, no deja de ser una representación de la realidad al ser observado, por lo que es un producto social y su

² Diccionario etimológico de la lengua castellana. Joan Coromines. Editorial Gredos, cuarta edición (2017).

³ Significado de “espontáneo” por la RAE: <http://dle.rae.es/?id=Gel77wB>.

interpretación dependerá de condiciones culturales, y no solo de condiciones perceptivas (Ardèvol & Muntañola, 2004).

El realismo y la objetividad que evoca una obra audiovisual pueden estar condicionados por las herramientas o recursos cinematográficos que ha aplicado el realizador en su creación (Febrer, 2010; Nichols, 1997). Por lo tanto, un vídeo puede simular realismo, objetividad y espontaneidad. Para categorizar un vídeo como espontáneo desde el punto de vista del observador nos encontraremos con la dificultad de discernir si es un simulacro, descrito por Baudrillard (1978, p. 7) como “una suplantación de lo real por los signos de lo real”.

El vídeo espontáneo no pertenece al género cinematográfico, ni al género periodístico, es un fragmento audiovisual que, por su carácter espontáneo y “objetivo”, con poca meditación y mediación, cualidades relacionadas con transmitir realismo (Capdevila & Fabra, 2015; Febrer, 2010), puede ser interesante para insertarlo en un documental, en una noticia o en un reportaje periodístico, y valer como prueba científica⁴ o prueba judicial⁵.

Con las cámaras de vídeo insertadas en los móviles, de alta resolución, de enfoque automático y con estabilizador de imagen, más pequeñas y portátiles, que consiguen evitar el “efecto cámara” sobre las personas grabadas y no interaccionar en el desarrollo de la escena, se obtiene como resultado mayor espontaneidad y transmitir más realismo (Gubern, 1995; Carroll, 1983, citado en Capdevila & Fabra, 2015).

Ahora, más que nunca, nos encontramos cerca de capturar la espontaneidad de la realidad.

1.2. Camino a la inmediatez de la comunicación audiovisual

Cuando se realizó la primera proyección cinematográfica en diciembre de 1895, a través de un cinematógrafo Lumière, muchos hablaron de la película de cine como una forma de retener el tiempo y de “resucitar a los muertos” (Gubern, 1995). Entonces, el tiempo y la naturalidad estaban capturados en el negativo, actualmente en ceros y unos, almacenados en una memoria física o en “la nube”, en continuo movimiento por Internet, inmersos en otra dimensión temporal.

El documental comenzó en esos tiempos con carácter antropológico y social, que en breve se vinculó a la divulgación científica. En los inicios del cine y el documental, las imágenes no estaban ordenadas con el fin de transmitir una lectura determinada, y tampoco adquiría la categoría de cine informativo o reportaje periodístico, aunque no dejaban de tener la huella cultural y social de sus realizadores. Se trataba de imágenes que mostraban una determinada acción, como el primer documental de la historia que se proyectó en París en 1895: *La salida de los trabajadores de la fábrica*. Pocos años después, la creación de documentales se convirtió en un negocio rentable, que evolucionó al introducir un montaje más elaborado con el objetivo de transmitir una determinada lectura del documento grabado (Francés i Domènec, 2003; Álvarez *et al.*, 1995; Lipovetsky & Serroy, 2009).

A finales de la década de los años 20 del siglo XX, aparece una nueva tendencia de realización cinematográfica influenciada por la aparición de cámaras más ligeras, que se podían utilizar sin trípode y que, por su reducido tamaño, transmitían mayor intimidad en el momento de grabar para conseguir filmaciones más frescas y espontáneas (García, 2013).

En la segunda mitad del siglo XX, el formato de 16 mm fue desplazando cada vez más al de 35 mm en la realización de documentales debido a su menor coste y mayor portabilidad. La mejora de la sensibilidad del celuloide, respecto a situaciones con iluminación precaria,

⁴ Noticia del medio digital *Gizmodo*: Por qué este grupo de pavos está dando vueltas alrededor de un gato muerto (visto la última vez el 10 de mayo de 2018): <http://es.gizmodo.com/por-que-este-grupo-de-pavos-esta-dando-vueltas-alrededo-1792915025>.

⁵ Noticia del periódico *La Vanguardia*: Interior abre una investigación por el caso de la muerte del empresario del Gayxample (visto la última vez el 10 de mayo de 2018): <http://www.lavanguardia.com/sucesos/2013/02/3/54391567260/interior-abre-investigacion-caso-muerte-empresario-gayxample.html>.

aportó mayor libertad en la realización. El abaratamiento y la facilidad de uso de la tecnología cinematográfica potenciaron el crecimiento de la producción documental. Con ello, también apareció el *direct cinema* y el *cinéma vérité*, que buscaron transmitir realismo a través de la grabación en localizaciones reales, con luz natural y sonido directo.

En 1982 aparece la cámara Betacam de Sony, más portátil y con grabación en cinta magnética, más barata que el negativo y sin necesidad del posterior revelado, además de que se compaginaba mejor con el formato de emisión televisivo. Esta cámara se convierte en una herramienta indispensable para las corrientes documentales, que evoluciona todavía más con la digitalización (Francés i Domènec, 2003). La aparición del vídeo ofreció a los realizadores la posibilidad de comprobar lo grabado en el acto, para poder realizar las rectificaciones oportunas en el momento. El barato coste de las cintas dio más libertad para practicar y conseguir el resultado deseado a través del “prueba y error”. Todos estos factores promovieron el abandono del negativo, un formato más caro que no ofrecía la inmediatez del vídeo (Álvarez, 1995).

A mediados de los años 90, aparecieron cámaras de vídeo en formato digital que ofrecían la posibilidad de grabar imágenes, digitalizarlas, comprimirlas y almacenarlas en el mismo aparato. Poco a poco, las cintas magnéticas que almacenaban la información digital del vídeo fueron sustituidas por tarjetas de memoria que disponían de mayor capacidad de almacenamiento, ocupaban menos espacio físico, por lo que facilitaban la miniaturización de las cámaras, y conseguían una mejor reutilización de la memoria.

La comunicación del audiovisual digital fue potenciada por la aparición de Internet, que permitió distribuir vídeo desde cualquier dispositivo conectado a la Red y alojarlo en portales *online* de vídeo *streaming*, como YouTube o Vimeo, para mostrarlo a una inmensa comunidad de internautas de una forma rápida y cómoda (Ardèvol & San Cornelio, 2007).

La aparición de teléfonos móviles de tercera generación (3G), conectados a Internet constantemente, posibilitó la difusión simultánea a muchísimas personas de cualquier tipo de archivo digital, como un vídeo espontáneo, en cualquier momento y desde cualquier lugar. El teléfono móvil, que ha evolucionado a lo que actualmente se denomina *smartphone* o teléfono inteligente (Miller, 2012), aglutina buena parte de los usos que caracterizan a la Sociedad de la Información, entre ellos la grabación de vídeo, para convertirse en un *metadispositivo* (un dispositivo englobador de dispositivos digitales) (Aguado & Martínez, 2006).

El actual *smartphone* es uno de los principales dispositivos con el que se crea y se consume vídeo. El Estudio General de Medios (EGM) de 2015, realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), indica que el 92,1 % de los hogares españoles cuenta con telefonía móvil, y el 86,3 % de usuarios de Internet se conectó a través del teléfono móvil. Según “Consumer barometer with Google” en 2017, el 84 % de los españoles acceden a Internet a través del *smartphone*, el 55 % visualizó vídeos a través del *smartphone* en la última semana y el 36 % lo hizo diariamente. Según el estudio “Índice de Global de Vídeo” de Ooyala, el 72 % de los vídeos visualizados online del segundo cuatrimestre de 2017 se hicieron a través del teléfono móvil. El estudio “Consumer Technology 2017” presentado por Bitkom indica que el 90 % de usuarios de *smartphone* utilizan la cámara de fotos y vídeo del teléfono móvil, y el 85 % de fotografías realizadas se hicieron a través del teléfono móvil. Cisco (2017) predice que en el 2020 el 75 % del tráfico de datos en dispositivos móviles será vídeo.

El existente interés creciente en el consumo de audiovisuales a través de Internet promueve la audiovisualización de la Web (Meso *et al.*, 2010; Bartolomé *et al.*, 2007; Ferrés, 1996). El vídeo se convierte en el formato idóneo para comunicarse en una red planetaria que alberga cientos de lenguajes y culturas.

Según el informe anual de “La sociedad en red 2016”, publicado en el año 2017 y elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y por la Sociedad de la Información (ONTSI): el 25,8 % de los usuarios de Internet mayores de 15 años disfrutaban de vídeo por *streaming* a través de Internet, el 47 % de los consumidores consumió en algún momento vídeo

bajo demanda, cuatro de cada cinco usuarios (80,2 %) de *smartphones* o tabletas que descargaron *apps* en el último mes de 2016 fueron aplicaciones de vídeo, el 72,4 % de usuarios de Internet lo utilizó para visualizar vídeo y la actividad de visionar vídeo a través de Internet es la segunda actividad más realizada con un 44 %. Según indica el Marco General de los Medios en España de 2017, realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), el 59,5 % de los usuarios de Internet visualizaron vídeo a través de la Red durante el último mes de 2016. El Anuario 2016 de la SGAE indica que, de los usuarios que se conectan a Internet, el 85,6 % visualizan vídeos en Internet a través de plataformas como YouTube (la segunda actividad que más se realiza).

El vídeo digital es fácil de transmitir rápidamente por todo el mundo a través de la Web 2.0, un medio de comunicación más abierto y horizontal, donde el usuario tiene mayor protagonismo a la hora de consumir, crear y compartir contenido (Polo, 2009; Cebrián, 2008). Al igual que la fotografía digital, el vídeo actual se caracteriza por su inmaterialidad, su profusión y su participación decisiva en la comunicación (Fontcuberta, 2016).

La rapidez y la facilidad con la que un ser humano se puede comunicar a través de vídeo, además de la cierta universalidad del lenguaje audiovisual, que no necesita un gran aprendizaje previo para utilizarlo, convierte al vídeo en una alternativa a la palabra escrita como forma de comunicación global (Sartori, 1998).

El vídeo espontáneo nace de la consecuencia de querer retener el tiempo, las experiencias vividas, para revivirlo posteriormente, para compartirlo y cerciorarnos de que ocurrió. El vídeo espontáneo utiliza un lenguaje evolucionado a partir del cine y el documental, pero se apoya en una tecnología que nos brinda comodidad y rapidez, que acorta el canal pensamiento-medio-receptor gracias a la compresión de diferentes formatos audiovisuales digitales, a la velocidad de transferencia de datos y a la miniaturización de los dispositivos de grabación de vídeo. En la era digital actual, la comunicación audiovisual se convierte en una alternativa factible a la comunicación oral.

Los actuales *smartphones*, que combinan conexión a Internet y grabación de vídeo, ofrecen la posibilidad de transmitir vídeo a miles de personas de forma simultánea, una característica que proporciona un alto grado de inmediatez a la comunicación del lenguaje audiovisual. Grabar, editar y distribuir un vídeo se vuelve espontáneo.

Todo ello convierte al vídeo espontáneo en una herramienta ideal de videoactivismo y de periodismo ciudadano. A través de él, se puede denunciar cualquier acontecimiento que se desarrolle delante de nuestros ojos.

2. Videoactivismo y periodismo ciudadano a través del vídeo espontáneo

Cualquier ciudadano, a través de la cámara de vídeo del teléfono móvil, puede grabar un suceso de forma espontánea y crear un vídeo espontáneo para difundirlo por la Web 2.0. El vídeo espontáneo puede ser el resultado de un activismo político o de la voluntad de comunicar un suceso de interés para la sociedad, independientemente de si contiene un trasfondo político. Al compartirse en la Web 2.0, puede adquirir nuevas funcionalidades, según el tratamiento realizado por internautas que se apropian del material para construir un discurso propio, que puede diferir de la intención del realizador al crear el vídeo espontáneo. El carácter videoactivista o de periodismo ciudadano del vídeo espontáneo se lo puede dar el realizador u otras personas de la Red.

Según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI⁶, durante el año 2016, el 31 % de la población española subió contenido creado por uno mismo a alguna página web para ser compartido (en el Reino Unido fue el 51 % de la población). Tanto medios de comunicación como plataformas con actividad política disponen de una inmensa cantidad de

⁶ ONTSI, individuos que usan Internet para subir contenido creado por uno mismo a alguna página web para ser compartido: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/indicador/individuos-usan-internet-subir-contenido-creado-por-uno-mismo-a-alguna-pagina-web-para-ser-compartido>.

informadores esparcidos por el mundo con la capacidad de registrar y comunicar cualquier cosa (Espiritusanto, 2013; Tognazzi, 2012).

2.1. *Videoactivismo*

Las protestas antiglobalización en Seattle (1999) fueron el inicio de un nuevo periodo de protestas organizadas a través de las nuevas tecnologías de comunicación como el teléfono móvil e Internet (Postmes & Brunsting, 2002). Con la ayuda de esta tecnología, el movimiento antiglobalización consiguió en 2001 reunir a más de 150.000 personas en Génova, contra la cumbre del G8, en 2002 alrededor de 100.000 personas en Sevilla, con motivo de la cumbre de la Unión Europea, y en 2007 más de 100.000 personas de toda Europa en Rostock (Alemania), de nuevo contra la cumbre del G-8. Las manifestaciones del 15 de febrero de 2003 por todas las ciudades españolas contra la guerra de Irak, el apoyo a Wikileaks, las movilizaciones en oposición a la conocida como Ley Sinde, la revolución de los países árabes (primavera árabe) y “los indignados” en el 2011, son también movimientos donde Internet jugó un papel importante (Ferrerías, 2011; Bajo, 2014; Tognazzi, 2012). Manuel Castells lo denominó “wikirevolución”⁷.

Estas movilizaciones tienen la particularidad de realizarse de forma horizontal y descentralizada, lo que algunos denominan activismo 2.0, en semejanza con el concepto de Web 2.0., y utilizan cualquier tipo de formato digital para difundir sus mensajes, como el vídeo. Las movilizaciones pueden comenzar de forma digital, a través de activistas que se valen de diversas herramientas de las TICs para organizarse y contagiar su lucha en el medio digital, y pueden derivar a un activismo en la calle (Fernández, 2012; Caldevilla, 2009; Sivitanides & Shah, 2011; Rovira, 2012).

El videoactivismo es una acción comunicativa a través del vídeo para influir en la esfera pública, una forma de lucha para contrarrestar un abuso de poder o una injusticia social que refleja posiciones políticas y aboga por una transformación política, en definitiva, una vía para generar un cambio social (Mateos & Gaona, 2015; Peña *et al.*, 2015). El videoactivismo actual ha cambiado en las formas de producción, caracterizadas por la mezcla de retales audiovisuales y la convergencia e hibridación de formatos y estilos. También ha cambiado su distribución, ahora a través de Internet que aporta mayor inmediatez, más horizontalidad en su realización y repercusión mediática, con la posibilidad de llegar a más gente y a más rincones del planeta. Por ello, algunos lo denominan videoactivismo 2.0 (Vila, 2012), en paralelismo a la Web 2.0.

El videoactivismo 2.0 estuvo presente en el movimiento 15M que nació en Internet de la suma de diferentes grupos que se unieron para una misma iniciativa llamada Democracia Real Ya (DRY). Esta iniciativa se expandió por Internet a través de páginas web, blogs y redes sociales, y consiguió convocar manifestaciones en 58 ciudades españolas el 15 de mayo de 2011 (Piñeiro-Otero & Sánchez, 2012). Varios colectivos relacionados con el 15M crearon plataformas en Internet donde los usuarios simpatizantes con el movimiento podían colgar sus vídeos y observar, compartir y comentar todos los demás, como es el ejemplo de Madrid Audiovisol y Barcelona 15mbcn.tv⁸. Fueron varios los vídeos espontáneos, grabados por participantes de las manifestaciones, que difundieron estas plataformas.

El vídeo espontáneo es en una herramienta comunicativa audiovisual que puede formar parte del videoactivismo actual al funcionar como “vídeo testigo” de los acontecimientos (Askanius, 2013, p. 6). El videoactivismo es un tipo de práctica o proceso, y el vídeo espontáneo podría ser su producto resultante (Mateos & Rajas, 2014).

A través de sus cámaras, los videoactivistas pueden evitar las omisiones o manipulaciones causadas por los medios de comunicación convencionales (Nunes de Sousa, 2017). El uso de la

⁷ Artículo de opinión del periódico *La Vanguardia*. Visto la última vez el 10 de mayo de 2018: <http://www.lavanguardia.com/opinion/articulos/20110129/54107291983/la-wikirrevolucion-del-jazmin.html>.

⁸ 15mbcn YouTube (visto la última vez el 10 de mayo de 2018): <https://www.youtube.com/user/15Mbcn/videos>; AudioviSol. 15Mpedia (visto la última vez el 10 de mayo de 2018): <https://15mpedia.org/wiki/AudioviSol>.

cámara de vídeo también puede servir para disuadir a la policía del uso de la violencia e influir en la agenda política (Wilson & Tanya, 2010).

Los actuales activistas cuentan con un móvil en el bolsillo para captar en vídeo cualquier acontecimiento que sirva para apoyar y difundir su lucha, y también tienen disponible en la Red material grabado por otros ciudadanos que, sin estar implicados en un determinado activismo político, graban y publican vídeos, como si fueran periodistas que están cubriendo una noticia, y registran acontecimientos útiles para el movimiento.

2.2. Periodismo Ciudadano

En la primera década del siglo XXI los periodistas se adaptaron a la forma de publicación *online* de una forma directa, bajo el lema “nosotros escribimos, vosotros leéis” (Deuze, 2003, p. 220: citado en Lasorsa *et al.*, 2011). Poco tiempo después, con la aparición de las redes sociales y la Web 2.0, los periodistas tuvieron que adaptarse a la publicación *online* donde los lectores, además de leer, opinan y comparten la información, con posibilidad de transformarla en un contenido diferente. Todo ello rompió el monopolio de la información que poseía los grandes medios de comunicación en el siglo XX (Rovira, 2012). Los ciudadanos, a través de estas nuevas herramientas de comunicación, consiguieron quitar poder al periodista a la hora de influir en la opinión pública (Lee & Kim, 2014).

Actualmente, los grandes medios de comunicación utilizan las redes sociales para difundir sus noticias en un formato digital, que puede incorporar fotografía y vídeo (Paulussen & Harder, 2014; Lasorsa, 2011), ya que la mayoría de los usuarios siguen la información de la actualidad a través de las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter (Marcos *et al.*, 2018). También, estas redes sociales se convierten en herramientas prácticas para conocer la opinión general de los usuarios de la red social y contactar con fuentes de información (Jordaan, 2013).

Los hipervínculos, que son endémicos a los blogs y microblogs, presentan una oportunidad para que los periodistas sean más transparentes y, por lo tanto, más responsables en el transcurso de su trabajo (Karlsson, 2010). La posibilidad de incluir vídeos en las noticias digitales enriquece la comunicación de la idea a transmitir, y el hecho de tener acceso a un inmenso material audiovisual generado por los usuarios de Internet resta la necesidad de enviar a un equipo de grabación profesional para cubrir una noticia.

Los nuevos medios de comunicación fomentan la aparición del periodista que, además de redactar la noticia, crea también el contenido multimedia de la misma, como puede ser un vídeo del suceso grabado a través de su teléfono móvil. Con ello, aparece la figura del periodista móvil, término más conocido como MoJo (*Mobile Journalism*), periodistas que no necesitan trabajar en la redacción y que a través de sus dispositivos electrónicos portátiles pueden crear todo el material de la noticia a distancia (Westlund, 2013; Cameron, 2011; Espiritusanto, 2013).

Camino hacia la audiovisualización de la web, el vídeo ha sido un recurso narrativo que ha formado parte del periodismo *online* desde sus inicios y, durante los últimos años, su peso ha crecido en los medios digitales hasta convertirse, en algunas ocasiones, en el protagonista de la noticia (Mayoral & Edo, 2015). Existe un gran número de vídeos espontáneos que han trascendido a los grandes medios de comunicación, como los realizados la noche del viernes 13 de noviembre de 2015 en la ciudad de París debido a los ataques terroristas perpetrados por el Estado Islámico (ISIS)⁹, o los vídeos grabados por vecinos del barrio barcelonés del Raval, la noche del 5 de octubre de 2013, que capturaron la detención del empresario español Juan

⁹Noticia de *Le Monde*, “Les témoignages glaçants des rescapés du Bataclan”, vista la última vez el 10 de mayo de 2018: http://www.lemonde.fr/attaques-a-paris/article/2015/11/15/les-temoignages-glacants-des-rescapés-du-bataclan_4810453_4809495.html.

Andrés Benítez por los Mossos d'Escuadra, que murió posteriormente¹⁰, o el vídeo espontáneo que capturó una avalancha de nieve sobre la localidad de Bessans de Los Alpes, el 11 de enero de 2016¹¹.

2.3. El impacto del vídeo espontáneo en la prensa digital: El caso del desalojo policial de los estudiantes del IES Lluís Vives de Valencia (2012)

El 15 de febrero de 2012, estudiantes del IES Lluís Vives de Valencia fueron desalojados por la policía cuando se manifestaban en contra de los recortes en educación enfrente de su instituto. Los estudiantes crearon varios vídeos espontáneos, a través de sus teléfonos móviles, sobre el desalojo, con la intención de capturar y denunciar la dura actuación policial que dio como resultado la detención de un joven de 17 años. Algunos de estos vídeos espontáneos saltaron a los grandes medios de comunicación y sirvieron para cuestionar la dura actuación policial sobre los jóvenes manifestantes. En los días posteriores a este suceso, se celebraron manifestaciones en diferentes ciudades españolas en las que se denunció esta actuación policial¹². Los vídeos espontáneos fueron protagonistas de las noticias sobre este suceso, al ser insertados en las ediciones digitales de los periódicos españoles de mayor tirada nacional. Todo ello formó parte del comienzo de lo que se denominó posteriormente: Primavera Valenciana (López, 2014).

2.3.1. Objetivos, muestra y metodología

El siguiente estudio tiene el objetivo de analizar el impacto del vídeo espontáneo en la prensa digital al funcionar como una herramienta de videoactivismo o de periodismo ciudadano. Para conseguir este objetivo, se analizaron los vídeos espontáneos generados en las protestas estudiantiles del IES Lluís Vives de Valencia de 2012, que fueron insertados en las ediciones digitales de cinco periódicos españoles nacionales de diferente tinte ideológico: *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *ABC* y *Público*.

Se comenzó con una investigación cuantitativa del número de vídeos espontáneos y noticias digitales creados en relación con el suceso. Posteriormente, se realizó un análisis de contenido de las noticias y los vídeos para conocer la funcionalidad del vídeo dentro de la noticia y la interacción social de la noticia de forma interna, a través de la sección de comentarios del propio periódico, y de forma externa, a través de las redes sociales anexionadas al periódico. La investigación se realizó en tres pasos:

1. Recopilación de vídeos espontáneos *online* relacionados con las protestas estudiantiles del IES Lluís Vives de Valencia del 15 de febrero de 2012. Análisis sobre su visualización y recorrido por Internet, con especial atención a las inserciones en la prensa digital de los periódicos: *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *ABC* y *Público*.

La búsqueda se limitó a vídeos alojados en YouTube, principal plataforma de vídeo *streaming*, que también funciona como red social. Se contabilizó el número de comentarios y “me gusta” de la plataforma YouTube, y las inserciones del vídeo en periódicos digitales.

El análisis se restringió a aquellos vídeos que tenían más de 5.000 reproducciones. Esta cifra se escogió al comprobar que los vídeos espontáneos con menos de 5.000 reproducciones no habían sido insertados en los periódicos analizados.

2. Recopilación de todas las noticias publicadas por las ediciones digitales de *El País*, *El Mundo*, *Público*, *La Razón* y *ABC*, respecto a la protesta estudiantil del IES Lluís Vives de

¹⁰Noticia de *El País*, “Dos vídeos destapan los golpes de los Mossos al empresario del ‘Gayxample’”, vista la última vez el 10 de mayo de 2018: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/10/22/catalunya/1382470272_155349.html.

¹¹ Noticia de *El País*, “Espectacular avalancha en los Alpes”, vista por última vez el 10 de mayo de 2018: http://elpais.com/elpais/2016/01/15/videos/1452884574_470167.html?id_externo_rsoc=TW_CM.

¹² *Levante-emv*, “Marea humana en la primera marcha legal de los estudiantes”. Visto la última vez el 3 de mayo de 2018: <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2012/02/22/marea-humana-primera-marcha-legal-estudiantes/883624.html>.

Valencia, en un periodo de 40 días desde el suceso, el 15 de febrero de 2012. Se escogió este periodo al comprobar que a partir de los 40 días apenas se realizaban publicaciones sobre el suceso analizado en los periódicos seleccionados.

3. Análisis de la repercusión en las redes sociales y en el propio periódico de las noticias que contienen vídeo espontáneo. Para ello se contabilizaron todos los datos sobre redes sociales que disponía la noticia, ofrecidos por el propio periódico, y el número de comentarios hechos en la noticia por los lectores del periódico.

2.3.2. Resultados

Se recogieron un total de 14 vídeos espontáneos relacionados con las protestas estudiantiles del instituto Lluís Vives, alojados en YouTube, que acumularon más de 5.000 reproducciones cada uno. Todos los vídeos espontáneos están realizados por particulares a través de cámaras de teléfonos móviles o cámaras domésticas de vídeo. La mayor parte están realizados dentro de las protestas, menos dos de ellos que están realizados por vecinos desde el balcón de una vivienda.

Tabla 1: Vídeos espontáneos de YouTube por encima de las 5.000 reproducciones.

Título vídeo	fecha publicación vídeo	nº reproducciones	me gusta	no me gusta	comentarios
La policía carga contra los estudiantes del instituto Luis Vives Inserción en periódicos: <i>El País, Público, ABC.</i>	20/02/2012	721.715	1.076	120	1.648
La policía lanza a dos chicas contra un coche en Valencia. Inserción en periódicos: <i>El País.</i>	20/02/2012	393.926	696	62	944
Policía cargando contra manifestación estudiantil. Inserción en periódicos: <i>El País.</i>	20/02/2012	56.129	37	0	15
Detenida en San Agustín. Inserción en periódicos: <i>El País.</i>	20/02/2012	69.616	302	15	201
Xiqueta ferida per agressió policial a la manifestació per l'educació. No fue insertado en periódicos.	20/02/2012	9.273	6	2	2
Policías pegan a señoras mayores. No fue insertado en periódicos.	20/02/2012	118.443	198	33	527
Cargas Policiales Lluís Vives Valencia 20F. Inserción en periódicos: <i>El País, Público.</i>	20/02/2012	83.837	52	4	115
Protesta estudiants IES Lluís Vives de València. Inserción en periódicos: <i>El País.</i>	15/02/2012	15.358	19	1	76
Detenciones violentas e injustificadas. No fue insertado en periódicos.	16/02/2012	32.941	28	6	124
Càrrega policial d'alumnes de l'IES Lluís Vives de València. Inserción en periódicos: <i>El País, Público, El Mundo.</i>	15/02/2012	278.783	250	29	445
Professor IES Lluís Vives de València parla amb la policia. No fue insertado en periódicos.	15/02/2012	46.738	32	5	125
Protesta estudiants IES Lluís Vives de València. No fue insertado en periódicos.	15/02/2012	153.452	203	79	671
Policía Carga contra estudiantes que se manifiestan en contra de los recortes. Inserción en periódicos: <i>Público.</i>	17/02/2012	97.535	153	14	195
Primavera Valenciana Agresión policial Instituto Luis Vives Inserción en periódicos: <i>El País, Público.</i>	20/02/2012	267.749	305	27	339

Según la investigación realizada, todos los vídeos insertados en las noticias desde una plataforma externa de vídeo *streaming* estaban alojados en YouTube.

De los 14 vídeos espontáneos, 9 han sido publicados en prensa digital y en alguno de los periódicos digitales seleccionados para realizar el estudio: *La Razón*, *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *Público*. 2 de estos 9 vídeos se publicaron el mismo día en 3 periódicos de los analizados para dar la misma noticia. Los tres vídeos espontáneos más reproducidos en YouTube fueron insertados en alguno de los periódicos analizados, y son los que más comentarios tienen.

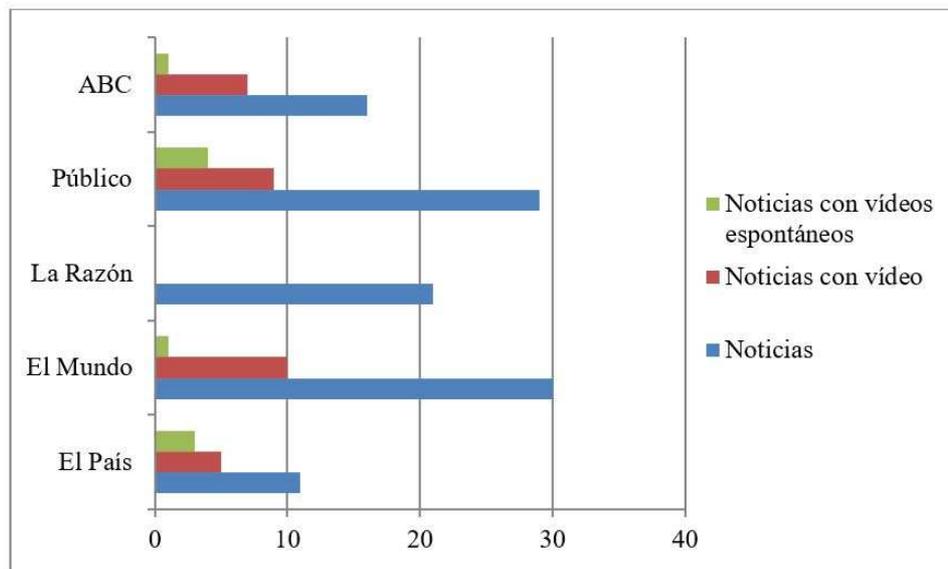
Fueron recogidas 107 noticias en total, de los cinco medios analizados, que hablan de las protestas estudiantiles del Lluís Vives desde su inicio, el 15 de febrero de 2012, hasta el 25 de marzo de 2012 (un periodo de 40 días desde el suceso): 11 de *El País*, 30 de *El Mundo*, 21 de *La Razón*, 29 de *Público* y 16 de *ABC*. De las 107 noticias, 31 contienen vídeo y 9 contienen al menos un vídeo espontáneo.

El 29 % de las noticias contienen vídeo y el 8 % contienen vídeo espontáneo. El vídeo espontáneo es utilizado sobre todo en las noticias cercanas al momento del suceso.

Tabla 2: Nº de noticias, vídeos y vídeos espontáneos por periódico.

Periódico	Noticias	Noticias con vídeo	Noticias con vídeos espontáneos	% Noticias con vídeo	% Noticias con vídeos espontáneos
<i>El País</i>	11	5	3	45	27
<i>El Mundo</i>	30	10	1	33	3
<i>La Razón</i>	21	0	0	0	0
<i>Público</i>	29	9	4	31	14
<i>ABC</i>	16	7	1	44	6
TOTAL	107	31	9	29	8

Gráfica 1: Nº de noticias, vídeos y vídeos espontáneos por periódico.



El Mundo es el periódico que más noticias publicó sobre el suceso en el periodo analizado, aunque, en proporción, insertó menos vídeos que *El País* y *ABC*. *El País* y *Público* son los que más vídeo espontáneo insertaron en sus noticias. *El País* es el periódico que, en proporción, más noticias publicó con audiovisuales integrados, pues llegó a un 45 %, seguido por *ABC* con un 33 %. También es *El País* el que más publicó noticias con vídeo espontáneo integrado con un 27 %, seguido de *Público* con un 14 %.

De los cinco periódicos analizados, *Público*, *El País* y *El Mundo* publicaron una noticia sobre el suceso en su edición digital al día siguiente, día 16 de febrero, donde se incluyó el mismo vídeo espontáneo. Este vídeo es el más reproducido y comentado en YouTube, fue realizado por uno de los participantes en las protestas a través de su teléfono móvil y se titula “Càrrega policial d’alumnes de l’IES Lluís Vives de València”¹³.

Las noticias posteriores a las del 16 de febrero de 2012 contenían vídeos realizados por periodistas, ya que estos se desplazaron a Valencia y a otras ciudades del territorio nacional para cubrir la noticia de las movilizaciones posteriores, que se generaron como consecuencia de la actuación policial.

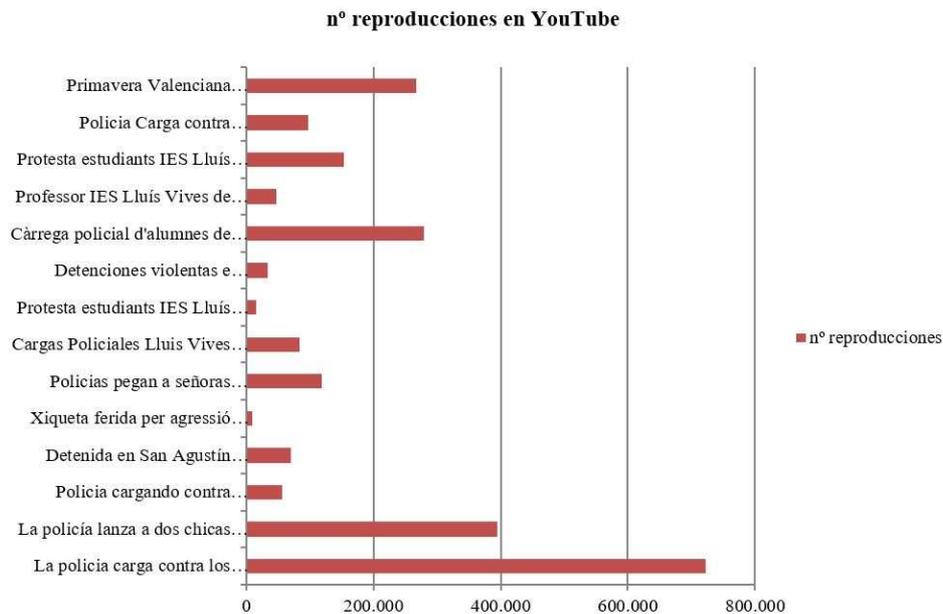
Para el análisis del impacto de las noticias en las redes sociales se utilizaron los datos indicados en las noticias consultadas. Los cinco periódicos analizados disponen de la posibilidad de comentar la noticia y compartirla en diferentes redes sociales. *El País* es el periódico que ofreció más diversidad para compartir en redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn y G+. Los que menos variedad ofrecieron son *El Mundo* y *La Razón*: Facebook y Twitter. Los periódicos donde sus lectores fueron más participativos en las redes sociales son *El País* y *Público*, y el que menos *La Razón*, prácticamente inexistente.

La red social más utilizada por los lectores de los cinco periódicos analizados fue Facebook, seguida de Twitter.

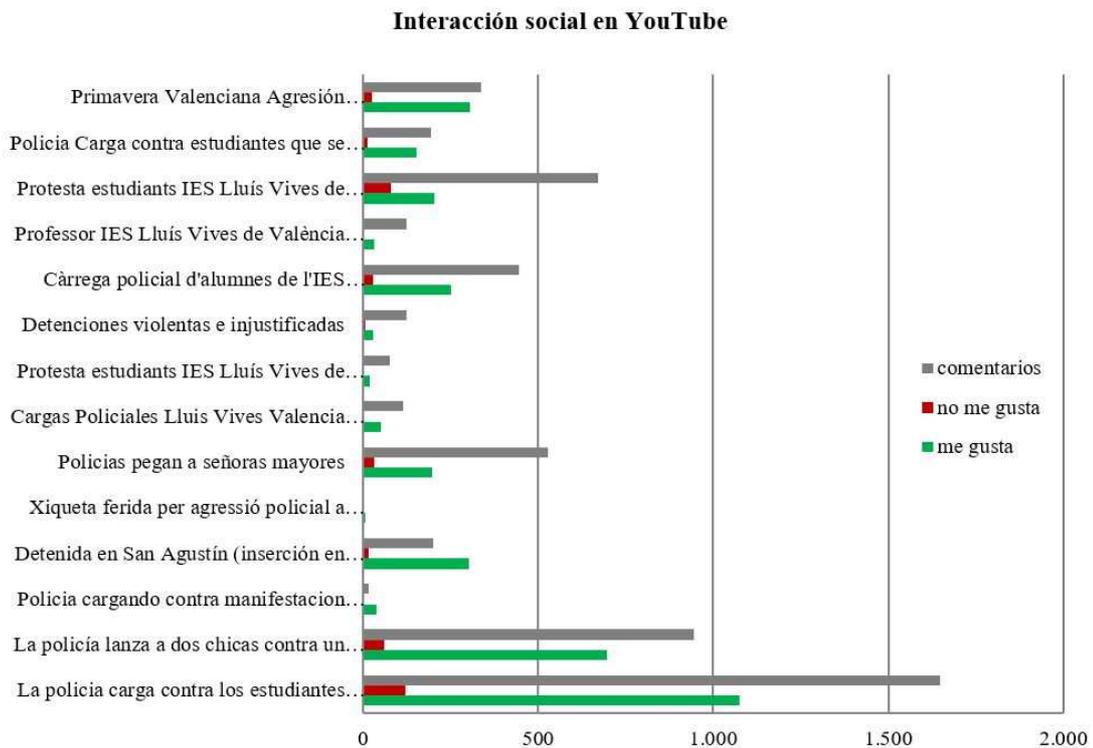
La propia plataforma YouTube ofrece la posibilidad de comentar los vídeos e indicar si gusta o no.

¹³ Vídeo visto por última vez el 10 de mayo de 2018 en: <http://www.youtube.com/watch?v=ceF6zSJh4m4>.

Gráfica 2: Nº reproducciones en YouTube de los vídeos espontáneos.



Gráfica 3: Interacción social en YouTube de los vídeos espontáneos.



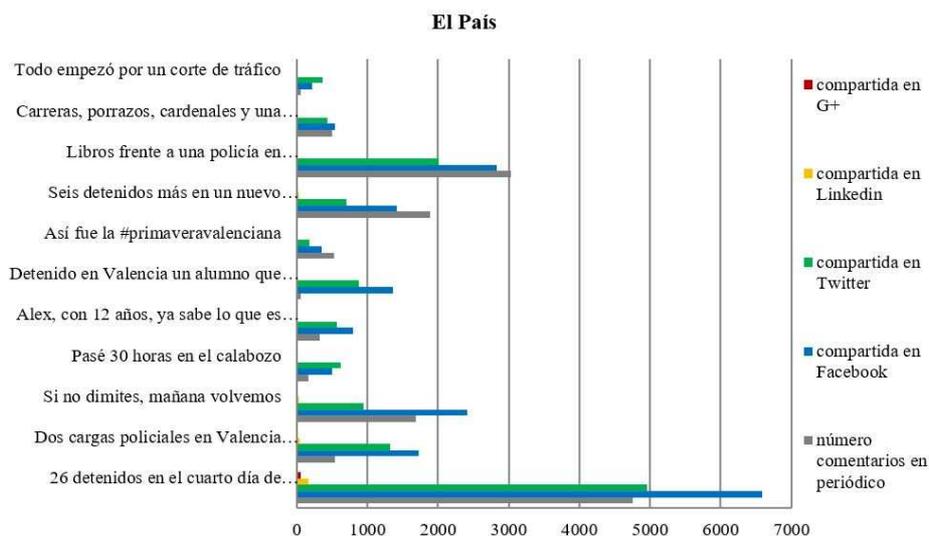
El vídeo más popular en YouTube sobre el suceso analizado tuvo 721.715 reproducciones, 1076 “me gusta” y 1648 comentarios en la propia red social de YouTube, y es un vídeo espontáneo publicado en las ediciones digitales de los periódicos: *Público*, *El Mundo* y *El País*. La noticia de *El País* que contiene este vídeo tuvo 4755 comentarios de lectores y fue 1358 veces compartida en Facebook, 872 en Twitter, 17 en LinkedIn y 17 en G+, la noticia de *El Mundo* fue

41 veces compartida en Facebook y 41 en Twitter, y la noticia de *Público* tuvo 187 comentarios y tuvo 1402 “me gusta” de Facebook, 14 de G+ y 80 votos de sus lectores.

Los 5 vídeos espontáneos con más reproducciones fueron insertados en periódicos digitales y el vídeo más reproducido es el que más inserciones tuvo en periódicos digitales. También los vídeos insertados en periódicos son los que tienen más comentarios, “me gusta” y “no me gusta”. Según estos resultados, los vídeos publicados en YouTube que se insertan en periódicos digitales sufren un aumento de reproducciones en la plataforma. Por otro lado, las noticias que disponen de la inserción de vídeos espontáneos tienen más interacción en las redes sociales y en los comentarios del propio periódico. Tanto YouTube como los periódicos potencian la difusión del vídeo y la noticia cuando se combinan.

La noticia con más comentarios realizados por sus lectores y que más se compartió en las redes sociales de todos los periódicos analizados es de *El País*, contiene dos vídeos espontáneos y se titula: *26 detenidos en el cuarto día de protesta contra los recortes en educación*¹⁴. Además, de todas las noticias de *El País*, las más compartidas y comentadas son las que contienen vídeo, 5 noticias de 11, y de esas 5 noticias con vídeo 3 contienen un vídeo espontáneo. Esto nos indica que el vídeo es un formato de comunicación bien recibido por los lectores de la edición digital de este periódico.

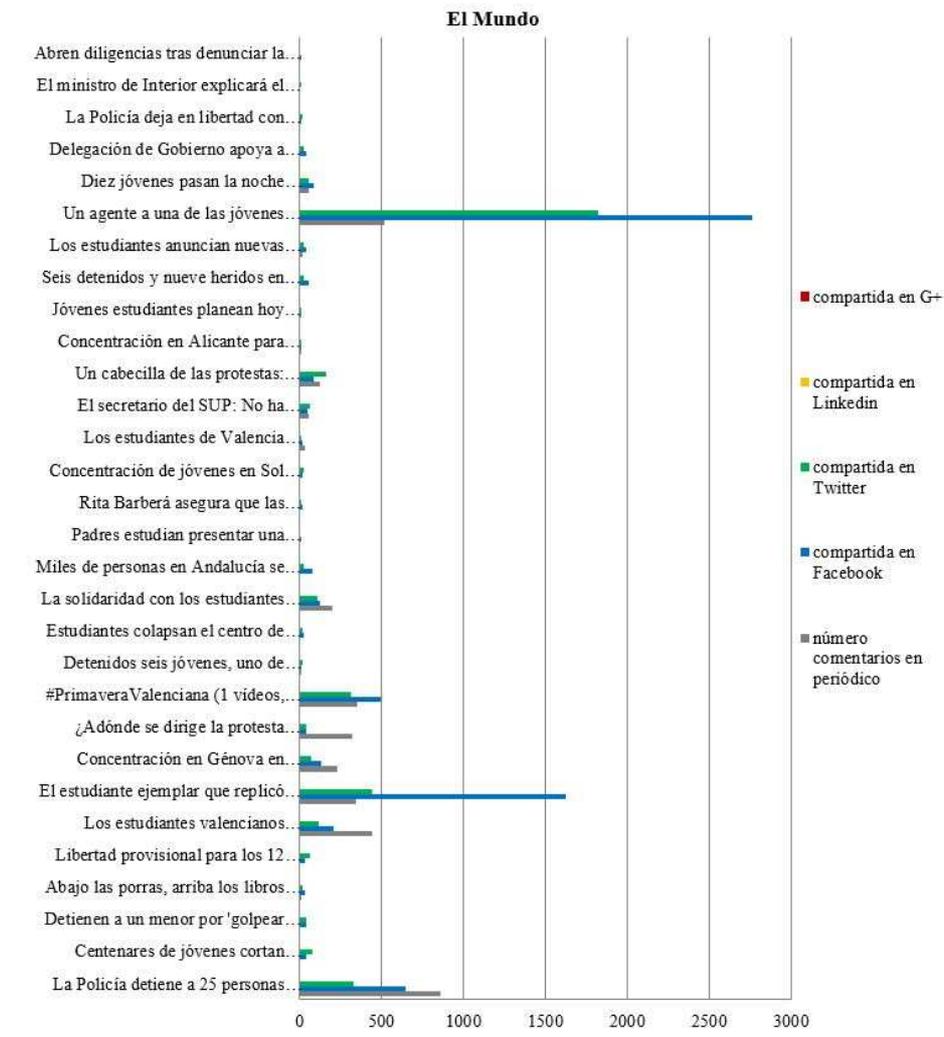
Gráfica 4: Interacción social de las noticias de *El País*.



¹⁴ Noticia consultada por última vez el 10 de mayo de 2018 en: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/02/20/valencia/1329747482_238876.html.

En el periódico *El Mundo* existe una menor participación de los lectores en los comentarios y en las redes sociales. La noticia más comentada no contiene ningún tipo de vídeo y corresponde a un titular con un feo comentario de un policía dirigido a una manifestante: *Un agente a una de las jóvenes estudiantes: No tienes cuerpo ni de puta*¹⁵. Se observa que las noticias que contienen vídeo (10 noticias de 30) son más comentadas y compartidas. De las 10 noticias con vídeo solo una contiene un vídeo espontáneo. Según estos resultados, el vídeo es un formato bien aceptado entre los lectores de este periódico.

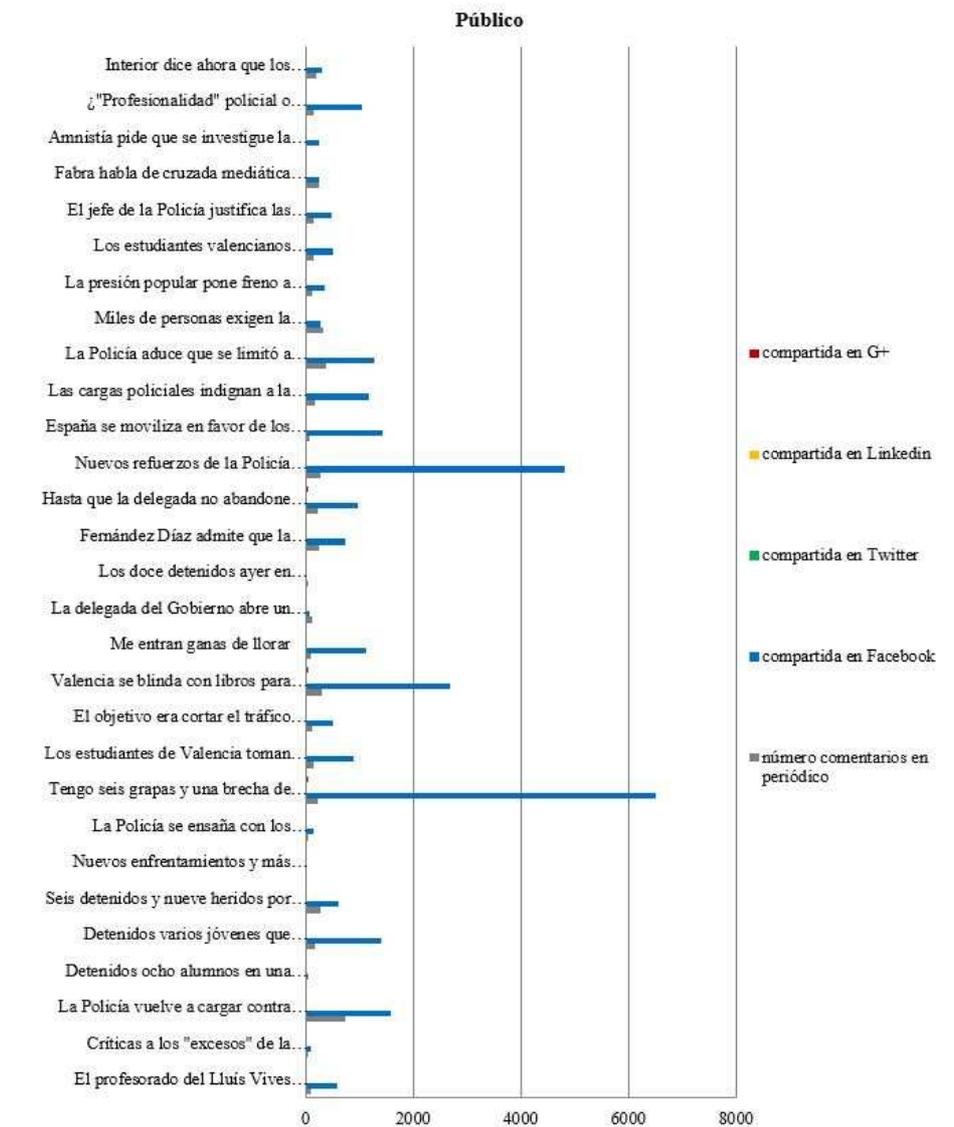
Gráfica 5: Interacción social de las noticias de *El Mundo*.



¹⁵ Noticia consultada por última vez el 10 de mayo de 2018 en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/02/17/valencia/1329497253.html>.

El periódico *Público* tuvo 9 noticias que contenían vídeo, de un total de 29, de las cuales 4 contienen vídeo espontáneo. La noticia más comentada por sus lectores tiene un vídeo insertado, aunque no es espontáneo, pero la noticia más compartida en Facebook contiene un vídeo espontáneo y trata sobre las grapas que le pusieron a una manifestante en una herida de la cabeza hecha por el golpe de la porra de un policía: “*Tengo seis grapas y una brecha de siete centímetros por defender mis derechos*”¹⁶. El vídeo espontáneo captura el momento en que la agredida es trasladada a un hospital escoltada por un policía. Según los resultados, se observa de nuevo que las noticias que tiene vídeo insertado cuentan con una mayor interacción social.

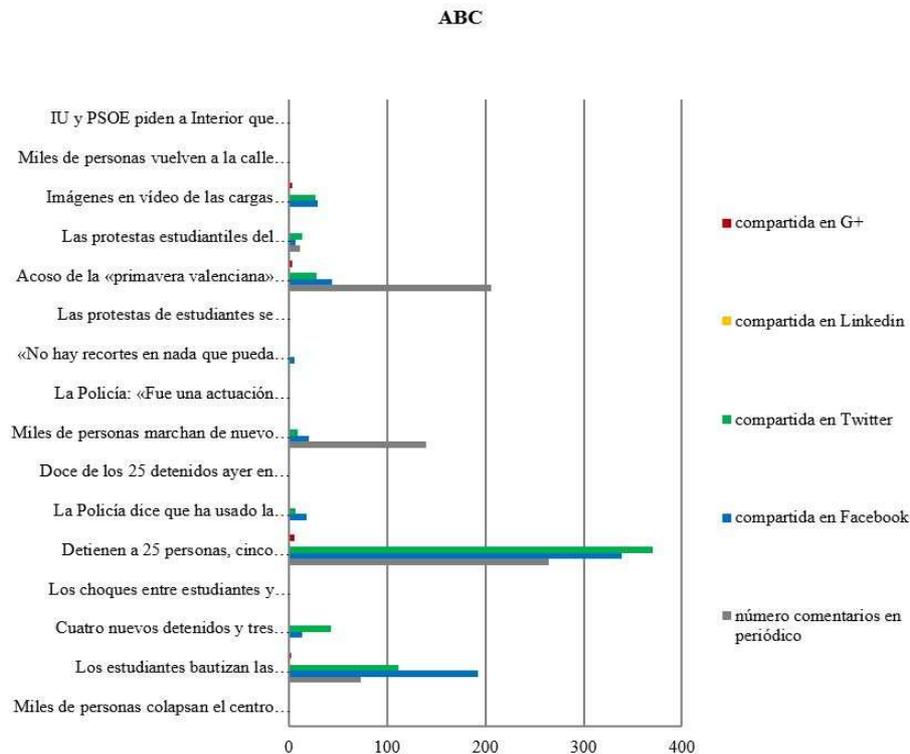
Gráfica 6. Interacción social de las noticias de *Público*.



¹⁶ Noticia consultada por última vez el 10 de mayo de 2018 en: <http://www.publico.es/espana/422938/tengo-seis-grapas-y-una-brecha-de-siete-centimetros-por-defender-mis-derechos>.

En *ABC*, las 3 noticias más comentadas contienen vídeo, aunque son realizadas por periodistas desplazados al lugar del suceso, por lo que no son espontáneos. Las noticias en este periódico, al igual que en *La Razón*, son poco comentadas y compartidas en las redes sociales, muy por debajo de *El Mundo*, *El País* y *Público*.

Gráfica 7: Interacción social de las noticias de *ABC*.



2.3.3. Descripción de los vídeos espontáneos insertados en noticias

La policía carga contra los estudiantes del instituto Luis Vives 20-2-2012 15h

<http://www.youtube.com/watch?v=xoMQqr65344&feature=colike>

Este vídeo está realizado con una cámara de vídeo doméstica desde el balcón de una vivienda cercana al suceso. El realizador únicamente tiene la intención de grabar lo que sucede en la calle donde se encuentra la vivienda. El vídeo se centra en la actuación de la policía y tiene contenido violento.

La cámara graba en mano del realizador que transmite un continuo movimiento a la imagen. Utiliza el zoom óptico para centrarse en la acción de la escena. La imagen es de buena calidad, en YouTube se encuentra a resolución 720p.

La policía lanza a dos chicas contra un coche en Valencia

http://www.youtube.com/watch?v=A6G_4eIaDyY&feature=youtu.be

Vídeo realizado por un ciudadano que se encontraba en el momento de la carga policial y que, a través de una cámara portátil, grabó la actuación policial sobre dos jóvenes manifestantes. El vídeo capturó una dura escena donde dos jóvenes son empujados por un policía de antidisturbios contra un coche estacionado cerca del suceso. El vídeo se centra en la actuación policial y después en las víctimas.

La imagen está en continuo movimiento debido a que la cámara se sostiene con la mano. La calidad no es buena (resolución 240p según YouTube) pero muestra con claridad los hechos.

Policía cargando contra manifestación estudiantil

<http://www.youtube.com/watch?v=ABWWXLXwt2o>

Vídeo realizado por un ciudadano con una cámara de vídeo doméstica desde la ventana de una vivienda cercana al suceso. El realizador graba el despliegue policial por la calle en donde se encuentra. El vídeo capta las carreras de manifestantes y policías, y los gritos. La imagen tiene mucho movimiento debido a que fue grabada con cámara en mano y el realizador no para de moverla para no perder detalle de lo que está sucediendo a lo largo de la calle. La imagen está bastante pixelada (720p de resolución) pero se percibe con claridad los hechos.

Detenida en San Agustín a las 16h (aprox.) del día 20 de febrero #PrimaveraValenciana

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=gMIOmdVrzqQ

Vídeo realizado por un ciudadano, con una cámara de vídeo doméstica, desde la ventana de una vivienda cercana al suceso. El vídeo se centra en la actuación policial. El realizador graba a un grupo de manifestantes donde se hace una detención de una mujer por parte de la policía de antidisturbios. Aparentemente, el propósito de quién subió el vídeo a YouTube fue denunciar públicamente esa actuación policial.

La imagen es de buena calidad (480p de resolución) y tiene un ligero movimiento. En las imágenes se puede ver a varios ciudadanos sujetando una cámara para grabar la escena, en algunos casos parece la cámara del teléfono móvil.

Cargas Policiales Lluís Vives Valencia 20F #PrimaveraValenciana

<http://www.youtube.com/watch?v=sSb5vT8Xd7Q>

Vídeo realizado por un ciudadano, con una cámara de vídeo portátil, aparentemente el teléfono móvil, grabado desde un punto elevado en medio de una calle, posiblemente subido a mobiliario urbano, como una farola. El vídeo se centra en la violenta actuación policial y cómo los policías cargan sobre los ciudadanos golpeando con las porras. La imagen está en continuo movimiento (480p de resolución) y se centra en el movimiento de la policía y los ciudadanos.

Càrrega policial d'alumnes de l'IES Lluís Vives de València

<http://www.youtube.com/watch?v=ceF6zSjhhm4>

Vídeo realizado por un manifestante de las protestas del IES Lluís Vives, con una cámara de vídeo portátil, aparentemente el teléfono móvil. El realizador se encuentra en la manifestación cuando son desalojados por la fuerza por parte de la Policía Nacional que además realiza algunas detenciones. El vídeo se centra en la actuación policial y en cómo desalojan a los manifestantes. Este vídeo captura el primer momento del desalojo policial donde hubo detenciones de jóvenes, entre ellos un joven de 17 años. Este vídeo fue utilizado por los periódicos El País, El Mundo y Público, en sus ediciones digitales, para dar la noticia al día siguiente del desalojo y las detenciones como único documento audiovisual disponible sobre el suceso.

La imagen, de mala calidad (240p de resolución), está en continuo movimiento debido a que se graba con la cámara en la mano. El realizador, al estar metido en medio del suceso y al grabar en primera persona, como si la cámara fuera sus ojos, consigue transmitir realismo.

Protesta estudiantils IES Lluís Vives de València

<http://www.youtube.com/watch?v=NMLd4kxNQqQ>

Vídeo realizado por un manifestante de las protestas del IES Lluís Vives, con una cámara de vídeo portátil, aparentemente el teléfono móvil. Vídeo realizado en condiciones similares al vídeo anterior: *Càrrega policial d'alumnes de l'IES Lluís Vives de València*. El realizador se encuentra en la manifestación cuando son desalojados por la fuerza por parte de la Policía Nacional que además realiza algunas detenciones.

Al igual que el vídeo anterior, el realizador está en medio del suceso, participa en la manifestación y graba con la cámara de vídeo en la mano. El vídeo consigue transmitir con realismo la vivencia de un manifestante en el desalojo policial y la violencia con la que se produjo. La imagen no es de buena calidad y está bastante pixelada (240p de resolución).

Primavera Valenciana. Agresión policial Instituto Luis Vives 20-2-2012

<https://www.youtube.com/watch?v=D-JVWoDz6Q4>

Vídeo realizado por un manifestante de las protestas del IES Lluís Vives, con una cámara de vídeo portátil, aparentemente el teléfono móvil. El realizador se centra en la actuación policial del desalojo de manifestantes y consigue capturar el momento en el que un policía abofetea a un joven que se encontraba parado en la calle, un golpe que provoca la caída de sus gafas al suelo. La imagen está en continuo movimiento debido a que se ha grabado con cámara en mano (360p de resolución).

Policía Carga contra estudiantes que se manifiestan en contra de los recortes

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=U9WDG2EwES4#!

Vídeo realizado por un participante de las protestas del IES Lluís Vives, formado por varios vídeos grabados en distintos momentos de la manifestación, con una cámara de vídeo portátil. El realizador se centra en grabar la actuación policial sobre los manifestantes y presta especial atención a la fuerza empleada. Apparentemente, la finalidad de la grabación es de videoactivismo social, para denunciar los malos tratos que recibieron los manifestantes por parte de la policía.

Al ser un vídeo editado pierde espontaneidad en su conjunto, aunque las piezas que lo compongan sean vídeos espontáneos.

3. Conclusiones

La llegada de la espontaneidad a la realización y distribución del audiovisual convierte al vídeo en una forma de comunicación alternativa a la comunicación oral. Este trabajo trata la comunicación audiovisual actual desde la perspectiva de su espontaneidad para reflexionar sobre algunas de sus aplicaciones comunicativas, como el videoactivismo y el periodismo ciudadano.

Los vídeos espontáneos analizados en este trabajo se expandieron por Internet debido a la actividad de usuarios de redes sociales, por el apoyo de plataformas de protesta social, como 15M Valencia, y por ser publicados en ediciones digitales de periódicos nacionales con gran repercusión mediática.

Los periodistas participan en las redes sociales para informarse y obtener material audiovisual que enriquezca la noticia, como vídeos espontáneos, de forma rápida y sin ningún coste. Insertar vídeos en noticias es bien aceptado por los lectores ya que potencia su interacción y difusión, sobre todo cuando el vídeo es tan novedoso como la noticia y explica claramente los hechos. Esta conclusión coincide con el estudio realizado por Alberto-Gabriel (2014) sobre el papel de Twitter en la Primavera Valenciana: las noticias con contenido audiovisual tienen mayor posibilidad de redifusión a través de las redes sociales. Los vídeos espontáneos que son insertados en periódicos son más reproducidos y sufren mayor interacción social digital.

El vídeo espontáneo, en cuanto a su función videoactivista o de periodismo ciudadano, se beneficia del impacto mediático que generan los periódicos digitales y de la veracidad que

estos le pueden transmitir. A su vez, los periódicos se benefician de los vídeos realizados por ciudadanos que muestran los hechos, ya que también aporta veracidad a la noticia y realismo a la narración. El periodismo ciudadano nutre las noticias de los medios de comunicación convencionales.

Las noticias de la edición digital de un periódico que utilizan vídeo tienen más interacción digital con sus lectores. El uso de las nuevas tecnologías de comunicación por parte de los periódicos digitales está relacionado con un mayor uso del vídeo en la redacción de sus noticias, y YouTube se convierte en la principal plataforma de vídeo *streaming* utilizada, externa al periódico.

El vídeo espontáneo adquiere mayor protagonismo en la noticia cuando no hay periodistas en el lugar de los hechos que lo puedan cubrir. Es más probable que un ciudadano cualquiera se encuentre en el lugar y momento del suceso que un periodista.

Posteriormente a la publicación de los vídeos y noticias sobre el caso analizado, se generaron nuevas protestas en contra de la actuación policial, que se multiplicaron por diferentes ciudades españolas, y fueron numerosos los políticos que alzaron la voz en contra del suceso registrado por los vídeos espontáneos. El vídeo espontáneo funciona como herramienta de videoactivismo 2.0 y de periodismo ciudadano, puede provocar un impacto mediático e influir en la política y en la sociedad.

La gran cantidad de material audiovisual generado por periodistas y ciudadanos, el número de noticias que insertaron vídeo y su interacción en las redes sociales a través de este formato confirma el uso del audiovisual como una de las principales formas de comunicación para registrar un suceso y denunciarlo a través de la Web 2.0.

El vídeo espontáneo puede ser un elemento comunicativo fehaciente de un suceso y utilizado por los medios de comunicación convencionales en ediciones digitales de periódicos y/o televisión, al alcance del público que lo puede comentar y compartir. Los vídeos espontáneos insertados en las noticias pueden funcionar como un aporte informativo más o pueden llegar a ser los protagonistas de la noticia al convertirse en elemento vertebrador de la misma.

Son muchos los vídeos espontáneos insertados en noticias que han conseguido capturar el suceso y que transmiten realismo al retener expresiones y acciones espontáneas, como los vídeos que retratan el terremoto devastador que sufrió Japón en marzo de 2011¹⁷ o los vídeos que difundieron ciudadanos sobre los atentados de París de noviembre de 2015¹⁸. Incluso, un vídeo espontáneo puede llegar a ser una prueba válida para un juez, como el vídeo grabado por un vecino del lugar donde se produjo una carga policial en las protestas del IES Lluís Vives de Valencia, que demuestra contradicciones en las declaraciones de dos agentes de policía sobre las detenciones¹⁹.

Son numerosas las redes sociales basadas en la comunicación audiovisual y habitualmente surgen nuevos dispositivos portátiles que incorporan cámara de vídeo para registrar y compartir la experiencia del vivir, quizás, camino a la ciudad panóptica (Foucault, 1975), donde somos vigilantes y vigilados, y a no saber distinguir entre la realidad vista a través de los ojos y la vista a través del vídeo, donde lo espontáneo se convierte en artificioso y lo cotidiano en insólito.

¹⁷ Vídeo de RTVE sobre el terremoto de Japón de 2011, visto por última vez el 10 de mayo de 2018: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/television/informe-semanal-tsunami-japon/1043671/>.

¹⁸ Noticia de *El País*, "Hollande responsabiliza al Estado Islámico de la matanza de París", vista por última vez el 6 de junio de 2018: https://elpais.com/internacional/2015/11/14/actualidad/1447488228_812104.html.

¹⁹ Noticia de *El País*, "La absolución de dos estudiantes revela irregularidades en atestados", vista por última vez el 10 de mayo de 2018: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/07/28/valencia/1343497633_472047.html.

Referencias

- Aguado, J. M. & Martínez, I. J. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *Zer*, 20, 319-343.
- Albero-Gabriel, J. (2014). Twitter, #primaveravalenciana y generación de noticias. *Cuadernos de información y comunicación*, 19, 253-268. http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43914
- Álvarez, J. M., Casetti, F. & Guardiola, J. (1995). *Historia general del cine. Volumen XII. El cine en la era del audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- Anuario SGAE 2016. Retrieved from http://www.anuarioosgae.com/anuario2016/RESUMEN_EJECUTIVO_2016.pdf
- Anuario SGAE 2017. Retrieved from http://www.anuarioosgae.com/anuario2017/RESUMEN_EJECUTIVO_2017.pdf
- Ardèvol, E. & Muntañola, A. (2004). *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ardèvol, E. & San Cornelio, G. (2007). “Si quieres vernos en acción: YouTube.com” Prácticas mediáticas y auto producción en Internet. *Revista Chilena de Antropología Visual*, 10, 1-29.
- Askanius, T. (2013). Online Video Activism and Political Mash-up Genres. *JOMEC Journal Journalism Media and Cultural Studies*. 4. Retrieved from [http://portal.research.lu.se/portal/en/publications/online-video-activism-and-political-mashup-genres\(5f59233f-2d95-4bob-863e-a0d3ebfd7e9\)/export.html](http://portal.research.lu.se/portal/en/publications/online-video-activism-and-political-mashup-genres(5f59233f-2d95-4bob-863e-a0d3ebfd7e9)/export.html)
- Bajo, C. (2014). Ciberactivista: una nueva identidad en las ciudades africanas. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 0(9), 47-68.
- Bartolomé, A., Grané, M. & Mercader, A. (2007). La web Audiovisual. *Tecnología y Comunicación Educativas*, 45, 20-41.
- Baudrillard, J (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos.
- Bazin, A. (1971) *What is cinema? Vol. 2*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- Bitkom, *Consumer Technology 2017*. Retrieved from <https://www.bitkom.org/noindex/Publikationen/2017/Studien/2017/CT-Studie/170901-CT-Studie-online.pdf>
- Caldevilla, D. (2009). Democracia 2.0: la política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad*, 3(2), 31-48.
- Cameron, D. (2011). Mobile journalism: A snapshot of current research and practice. *The End of Journalism: News in the Twenty-First Century*. London: Peter Lang.
- Capdevila, P. & Fabra, P. (2015). El documental de objetivación: realismo, estética y temporalidad, *Communication & Society*, 28(4), 67-85. <http://dx.doi.org/10.15581/003.28.4.sp.67-85>
- Cartier-Bresson, H. (2003). *Fotografiar del natural*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cebrián, M. (2008). La web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 345-361.
- Cisco (2017). *State of Mobile Video 2020 Infographic*. Retrieved from https://www.cisco.com/c/m/en_us/network-intelligence/service-provider/digital-transformation/state-mobile-video-2020.html
- Consumer barometer with Google*. Retrieved from <https://www.consumerbarometer.com/en/trending/?countryCode=ES&category=TRN-NOFILTER-ALL>, <https://www.consumerbarometer.com/en/graph-builder/?question=M7b1&filter=country:spain>, <https://www.consumerbarometer.com/en/graph-builder/?question=V2&filter=country:spain>
- EMarketer (2016, April). Smartphone Users and Penetration Worldwide, 2014-2020. Retrieved from <https://www.emarketer.com/Chart/Smartphone-Users-Penetration-Worldwide-2014-2020-billions-of-mobile-phone-users-change/188679>

- Espiritusanto, N. (2013). Periodismo ciudadano. El fenómeno Mojo. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 83, 1-4.
- Febrer, N. (2010). El cine documental se inventa a sí mismo. *Área abierta*, 26, julio, 1-13.
- Fernández, J. S. (2012). Ciberactivismo: conceptualización hipótesis y media. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188-756, julio-agosto, 631-639.
- Ferreras, E. (2011). El movimiento 15-M y su evolución en Twitter. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 89(4), 61-73.
- Ferrés, J. (1996). *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: notas sobre la posfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Francés i Domènec, M., (2003). *La producción de documentales en la era digital*. Madrid: Cátedra.
- García, S. (2013) *Spain is us. La Guerra Civil española en el cine del Popular Front (1936-1939)*. València: Universitat de València.
- Informe Sociedad Digital en España 2017*, Fundación Telefónica. Retrieved from https://www.fundacionTelefónica.com/arte_cultura/sociedad-de-la-informacion/sdie-2017/
- Jordaan, M. (2013). Poke me, I'm a journalist: The impact of Facebook and Twitter on newsroom routines and cultures at two South African weeklies. *African Journalism Studies*, 34(1), 21-35.
- Karlsson, M. (2010). Rituals of Transparency: evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden'. *Journalism Studies*, 11(4), 535-545. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>
- La sociedad en red 2016*, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y por la Sociedad de la Información (ONTSI). Retrieved from <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/content/informe-anual-la-sociedad-en-red-2016-edici%C3%B3n-2017>
- Lasorsa, D., Lewis, S. & Holton, A. (2011). Normalizing twitter. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>
- Lee, N. Y. & Kim, Y. (2014). The spiral of silence and journalists' outspokenness on Twitter. *Asian Journal of Communication*, 24(3), 262-278. <http://dx.doi.org/10.1080/01292986.2014.885536>
- Lipovetsky, G. & Serroy, J., (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- López, G. (2014). Las protestas de la #primavera valenciana de 2012 y la #Intifalla: medios, redes y ciudadanos. *Trípodos*, 34, 99-114.
- Marcos, J. C., Edo, C. & Parra, D. (2018). Remaining challenges for digital newspapers regarding informative updates: case studies in the Spanish media. *Communication & Society*, 31(2), 51-70.
- Mateos, C. & Gaona, C. (2015). Video Activism: A Descriptive Typology. *Global Media Journal*. Special Issue 2015, 1-25.
- Mateos, C. & Rajas, M. (2014). Videoactivismo: concepto y rasgos. In G. Bustos *et al.* (Eds.), *Videoactivismo. Acción política, cámara en mano. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 71, 15-57. <http://doi.org/10.4185/cac71>
- Mayoral, J. & Edo, C. (2015). Hacia una nueva narrativa audiovisual: análisis de cinco cibermedios españoles. *Communication & Society*, 28(1), 145-164. <http://doi.org/10.15581/003.28.1.sp.145-164>

- Meso, K., Larrondo, A. & Larrañaga, J. (2010). La participación de la audiencia en los sitios web de televisión: un estudio de caso de las emisoras públicas autonómicas en España. *Revista Prisma*, 12, Especial Ciberjornalismo. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/277054021_La_participacion_de_la_audiencia_en_los_sitios_web_de_television_un_estudio_de_caso_de_las_emisoras_publicas_autonomicas_en_Espana
- Miller, G. (2012). The Smartphone Psychology Manifesto. *Perspect Psychol Sci.*, 7(3), 221-37.
- Nichols, B. (1997) *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós.
- Nunes de Sousa, A. L. (2017). Video Activism: digital practices to narrate social movements during the FIFA World Cup (2014). *Brazilian Journalism Research*, 13(1), 38-63.
- Ooyala's Q2 2017 Global Video Index. Retrieved from <http://go.ooyala.com/wf-video-index-q2-2017>
- Paulussen, S. & Harder, R.A. (2014). Social Media References in Newspapers. *Journalism Practice*, 8(5), 542-551. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>
- Peña, P., Rodríguez, R. & Sáez, C. (2015). Student Online Video Activism and the Education Movement in Chile. *International Journal of Communication*, 9, 3761-3781.
- Piñeiro-Otero, T. & Sánchez, C. (2012). Ciberactivismo y redes sociales DRY. *Observatorio (OBS*) Journal*, 6(3), 89-104.
- Plantinga, C. R. (1997). *Rhetoric and Representation in Non-Fiction Film*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Polo, D. (2009). La filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en internet. *Razón y Palabra*, 70, 1-17.
- Postmes, T. & Brunsting, S. (2002). Collective Action in the Age of the Internet. *Social Science Computer Review*, 20(3), 290-301.
- Rovira, G. (2012). Movimientos sociales y comunicación: la red como paradigma. *Anàlisi*, 45, 91-104.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns: La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Sivitanides, M. & Shah, V. (2011). *The Era of Digital Activism*. Conference for Information Systems Applied Research Proceedings Wilmington North Carolina, USA. CONISAR, 4(1842).
- Tognazzi, A. (2012). Las transformaciones de los contenidos audiovisuales y la influencia de los dispositivos móviles en el nuevo escenario transmedia. *Anàlisi Monogràfic*, 81-95. Retrieved from <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/252606/339175>
- Vila, N. (2012). Videoactivismo 2.0. *Revista Toma Uno*, 1, 167-176.
- Westlund, O. (2013). Mobile news. *Digital Journalism*, 1(1), 6-26. <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2012.740273>
- Wilson, D. & Tanya S. (2010). Activism and the Ambiguities of Counter-Surveillance. *Surveillance & Society*, Kingston, 8(2), 166-180.
- Youmans, W. & York, J. (2012). Social Media and the Activist Toolkit. *Journal of Communication*, 62, 315-329.