

<https://digithum.uoc.edu>

## La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

**Miguel Rodríguez-Guerrero**

Departamento de Economía General. Área de Sociología. Universidad de Cádiz

**Evaristo Barrera-Algarín**

Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Pablo de Olavide

**Fecha de recepción:** marzo de 2020

**Fecha de aprobación:** marzo de 2022

**Fecha de publicación:** abril de 2022

### Citación recomendada:

RODRÍGUEZ-GUERRERO, Miguel; BARRERA-ALGARÍN, Evaristo (2021). «La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación». *Digithum*, [online], 2021, no. 28, <https://doi.org/10.7238/d.v0i28.374138> [Fecha de consulta: dd-mm-aaaa].



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. La licencia completa se puede consultar en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

### Resumen

El artículo muestra la investigación realizada sobre la proyección informativa de uno de los mayores medios de comunicación de masas de España en relación con movilizaciones sociales. La metodología, desde el enfoque sociológico estructuralista de la comunicación y las nuevas teorías de comunicación de masas, mezcla técnicas cuantitativas y cualitativas. La hipótesis inicial es que dichos medios construyen sus procesos informativos en torno a la extracción de beneficios y dentro del esquema del orden sistémico hegemónico. Los resultados tienden a confirmarla, revelando un encuadre de las noticias con alto contenido espectacularizante y la aplicación de una narrativa diferenciadora que excluye diversos temas y actores sociales.

### Palabras clave

medios de comunicación de masas; economía-política; análisis discurso; narrativas; legitimación social

<https://digthum.uoc.edu>La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales:  
un caso de estudio sobre los medios de comunicación

## Violence as a spectacle in social mobilization: a case study on the media

### Abstract

The article shows the research carried out on the information projection of one of the largest mass media channels in Spain in relation to social mobilization. The methodology, from the structuralist sociological approach to communication and the new theories of mass communication, mixes quantitative and qualitative techniques. The initial hypothesis is that these media channels build their information processes around profit extraction and within the scheme of the hegemonic systemic order. The results tend to confirm this, revealing a framing of the news with high spectacular content and the application of a differentiating narrative that excludes various themes and social actors.

### Keywords

mass media; economy-politics, discourse analysis; narratives; social legitimacy

## Introducción

En enero de 2014, las movilizaciones ciudadanas producidas en Gamonal, un barrio de la ciudad de Burgos (España), se convirtieron en tema principal de portada de los grandes medios de comunicación estatales. El análisis que desarrollamos a continuación presenta los datos obtenidos del estudio de la cobertura informativa realizada por Antena 3TV (Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S. A.) realizada del 11 al 23 de enero de 2014.

Aun asumiendo la no pasividad de las audiencias con las nuevas formas tecnológicas comunicativas, nuestras sociedades altamente mediatizadas (De-Moraes *et al.*, 2007) y del espectáculo (Debord, 1994) continúan haciendo imprescindible investigar la esfera de la opinión pública. Esto se debe, en primer lugar, al rol que ejercen el conocimiento y la información actualmente. Como sitúan los autores (Mattelart, 2002; Castells, 2005; Harvey, 2007; Moura-da-Silva, 2017), en la década de 1970, con la reformulación capitalista, se produjo un paso definitivo hacia la revolución tecnológica. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) sirvió para expandir la producción y el consumo a lo largo de todo el globo, lo que aumentó la velocidad de rotación del capital. Medio y fin en sí mismas, las NTIC permitieron la difusión de entes cognitivos donde el conocimiento se acciona sobre sí mismo para producir nuevos símbolos culturales que se distribuyen en forma de bienes y servicios (Castells, 2005). Una transformación sobre la categorización y producción del valor en el que el enclave pasa a ser la información y el conocimiento (Fumagalli, 2010).

El contexto definitorio de la sociedad industrial, dominado por la tecnología para extraer los máximos recursos de la naturaleza, se modifica por la implantación de una tecnología intelectual autosuficiente que supera su dependencia de lo natural (Bell, 2001; Salvat y Serrano, 2011). Una sociedad en forma de red cognitiva que ha promovido transformaciones sociales de gran calado: la virtualización de las actividades de la vida cotidiana y las relaciones personales (Martín, 2019; Martínez y Pecourt, 2019); las modulaciones de los roles y estatus de los actores sociales (Velásquez *et al.*, 2018); el uso del tiempo y los espacios (Castells, 2005; Moruno, 2018); la

cultura (Baricco, 2008; Lipovetsky, 2015; Bauman, 2016; Rincón, 2017); y las relaciones laborales (Bell, 2001; Cohen, 2007; Hardt y Negri, 2014; Byung-Chul, 2017). De esta forma, la comunicación se asienta como un campo transdisciplinar (Vidales, 2017) que se relaciona con la multitud de objetos y formas de un sistema donde la proyección de conocimiento e información son su núcleo central. Una comunicación transformada (y transformadora) por las exigencias de la estructura social y la creación de las NTIC que deviene en lo que diversos autores denominan una nueva ecología de medios (Scolari, 2013; Rincón, 2017; Velásquez *et al.*, 2018).

A esto se suma que las grandes agencias de comunicación permanecen en posiciones estructurales claves desde las que difundir masivamente sus narrativas. Los medios de comunicación de masas continúan siendo herramientas fundamentales de poder desde los que proyectar ideas muy predeterminadas. Ideas que terminan cristalizándose en el pensamiento de las mayorías sociales para reproducir el modelo de desarrollo hegemónico (Chomsky y Ramonet, 2004). Una modalidad altamente eficiente de promoción de un tipo muy determinado de socialización de la cultura (Mattelart, 2006; Bolz, 2006) y comprensión del entorno social de un mundo multi-polar (Schulz, 2018).

La actualidad nos deja pruebas de ello. En los últimos años, hemos asistido a la utilización de las redes sociales e internet por parte de grandes empresas tecnológicas y de la información para difundir contenidos interesados o «fake news» (Carrera, 2018) y expandir ideologías políticas concretas (Alonso y Casero, 2018; López y Vásquez, 2018) por medio del uso de bots y algoritmos (Túñez, Toural y Cacheiro, 2018). Todo ello con la finalidad de influir en la opinión pública. Muestra de que la construcción de las estructuras comunicativas a modo masivo continúa estando presente, no de modo único, pero sí importante. Estamos tratando, al fin y al cabo, de cómo la comunicación se encuentra democratizada actualmente en lo que varios autores han llamado batalla por la información (Aranda, 2018; Pleyers, 2018; Sierra, 2018).

En función de este contexto teórico y práctico, el presente artículo comienza a partir de la siguiente hipótesis referencial: los medios de comunicación de masas construyen sus procesos informativos en función de la legitimación social existente y para extraer el mayor número de beneficios mercantiles. En este sentido, partimos de la asunción de una correlación desigual de fuerzas en la estructura

<https://digithum.uoc.edu>

social (Herrera, 2007) en la que los medios de comunicación se posicionan como herramienta de reproductibilidad del poder, realizando una crítica epistemológica desde lo que en la teoría crítica se entiende como visibilizar las naturalizaciones sistémicas que determinan los modos de pensar y actuar, desenterrando lo que queda olvidado y ocultado (Adorno y Horkheimer, 1998; Horkheimer, 2000).

Para llevar a cabo su comprobación, tomaremos como objeto de estudio la cobertura informativa llevada a cabo por Antena 3TV Noticias (Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S. A.) sobre las movilizaciones ciudadanas ocurridas en el barrio de Gamonal (Burgos, España). El objetivo, en definitiva, es deconstruir y analizar críticamente los procesos de construcción de la información realizados, observando principalmente cómo el uso espectacular de la violencia sirve para la extracción de beneficios económicos y de mecanismo de deslegitimación de las protestas. En este sentido, el enfoque metodológico de economía política de medios nos permitirá analizar la red de intereses mercantiles de dicha corporación y cómo orienta la gestión informativa hacia la búsqueda de beneficios económicos (Medina y Labio, 2019). Su financiación mediante las empresas que la conforman y el uso de espacios publicitarios que realizan nos desvelará las subjetividades implícitas que constituyen sus procesos de difusión informativa. Esta línea de estudio nos conducirá al análisis de diferentes mecanismos de producción informativa y de sus contenidos y discursos (Kress y van-Leeuwen, 2001; O'Halloran, 2016; Van-Dijk, 2016). Desde las modalidades de modificación del debate público sobre las cuestiones críticas con el sistema, también llamada espiral del silencio, hasta los mecanismos de control de la opinión pública, como el «framing» (Entman, 1993 y 2007) y el «priming», encuadrados dentro de la fórmula «agenda-setting» (Lippmann, 2003; Luhmann, 2000; McCombs y Pla, 2003) y la denominada sociología de los emisores a través del «gatekeeper» y el «newsmaking» (Joye, Heinrich y Wöhlert, 2016; Martínez y Navarro, 2019).

En el siguiente apartado se realiza una descripción específica de las diferentes metodologías utilizadas. Posteriormente, desarrollamos los resultados alcanzados. Y por último establecemos una breve discusión sobre las conclusiones extraídas.

## 1. Metodología

En relación directa para cumplimentar la comprobación de la hipótesis y el objetivo, se establecieron como unidad de análisis los procesos movilizatorios ocurridos en Gamonal (Burgos, España) y la construcción informativa mediática desarrollada por Antena 3TV Noticias (Grupo Atresmedia). Su justificación se sustenta, en primer lugar, en el hecho de que se trató de un acontecimiento de difusión mediática (incluyendo portadas) a escala nacional de forma continuada, durante diez días, por parte de los principales medios de comunicación del territorio español. Esto se produjo como consecuencia de formar parte de un levantamiento masivo en una localidad contra el organigrama político-institucional establecido. Aspecto que se relacionó directamente, si atendemos al contexto español, con la reciente memoria colectiva que aún perduraba sobre las movilizaciones masivas durante el llamado 15M en el año 2011 y en el contexto internacional, con toda una ola de protestas colectivas producidas desde inicios de la segunda

La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

década del siglo XXI, como la Primavera Árabe (2010), *Occupy Wall Street* (2011), los movimientos estudiantiles chilenos (2011) o el movimiento YoSoy132 (2012), que ponían en cuestión los modelos democráticos y la crisis económica acaecida (Avalos, 2018; Pleyers, 2018).

En segundo lugar, la elección de Antena 3TV Noticias derivó de su rol protagónico como medio de comunicación de masas dentro del Estado español: líder de audiencia de informativos en el horario de sobremesa durante el mismo año de los sucesos (2014), con un 13,1 % de media sobre el total de telespectadores (Atresmedia, 2014).

En este sentido, la relación concatenada de ambos elementos nos permitió configurar una unidad de análisis de carácter notorio y altamente demostrativo que legitima la búsqueda de respuestas empíricas sobre la cobertura mediática que se produce desde los medios de comunicación de masas en relación con los fenómenos de organización y la acción colectiva ciudadana, en nuestra más reciente contemporaneidad.

Tras esta selección del objeto de estudio se aplicó una metodología de carácter cuantitativo y cualitativo, dividida en tres grandes fases:

1. **Trabajo de campo: recolección de datos.** Con una metodología de carácter mixto que gira en torno a dos grandes objetos de estudio. El primero de ellos es la investigación realizada sobre Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S. A. Desde la perspectiva de análisis estructural de medios y su economía política, se estudió el desarrollo histórico de la empresa, su estructura accionarial, las relaciones empresariales, el organigrama laboral, los conjuntos societarios filiales, el presupuesto (ingresos y gastos) y los índices de consumo (porcentaje de share). Por otro lado, se realizó un análisis observacional tanto de carácter cuantitativo como cualitativo sobre los contenidos, las imágenes y los discursos insertos en los 19 vídeos provenientes de los telediarios informativos de Antena 3TV. El criterio de selección comprendió una franja de espacio temporal de 12 días (del 11 al 23 de enero de 2014), justificado por el hecho de que abarca la totalidad de la cobertura informativa que desarrolló dicho medio sobre las protestas ocurridas en Gamonal. Se llevó a cabo una metodología observacional de función descriptiva, de carácter independiente (al ser realizada por agentes externos) y con una recogida de datos de carácter diferido y mediatizado (Postic y Ketele, 2000). La observación de los vídeos de forma individual, tomados desde su fuente primaria, conllevó un análisis exhaustivo a través de su visualización y escucha de forma repetida y segmentada. A efectos prácticos, dividimos aquí los dos subtipos:
  - a. En el **marco cuantitativo**, se registraron hechos, actitudes o comportamientos que no producían duda a la hora de verificarlos. Con el fin de ajustarnos al objetivo propuesto y realizar un análisis de datos fiable, se ejecutó una sistematización que se muestra en la siguiente fase metodológica.
  - b. El **marco cualitativo** se corresponde con un análisis del discurso multimodal (Kress y van-Leeuwen, 2001; O'halloran, 2016). Desde la perspectiva de la observación de los diferentes recursos semióticos empleados y las intersecciones que se producen entre estas, se estudió la relación entre la selección del lenguaje utilizado (unidades textuales) y el énfasis realizado (Entman, 1993), junto a otros elementos como: la entonación, la expresividad gestual, las acciones mostradas, la ubicación y vestimenta de los personajes, los sonidos y

<https://digithum.uoc.edu>

el diseño de las imágenes (efectos cinematográficos). Se analizó básicamente la relación entre las figuras, los fondos, el sonido y los textos de las imágenes, así como los valores que resaltan: objetividad informacional, seguridad, eficacia, peligrosidad, espectacularidad, etc. Es decir, el objetivo fue examinar las categorías de sentido y las intencionalidades que transmitió Antena 3TV Noticias en relación con el contexto, la situación y cognición social desde el que se situó, enlazando de esta forma con el análisis crítico del discurso propuesto por Van-Dijk (2016, p. 205) que se enfoca «en las formas en las que las estructuras discursivas representan, confirman, legitiman, reproducen o desafían las relaciones de abuso de poder (dominación) en la sociedad». Se infiere, por lo tanto, en la importancia que adquieren las correlaciones de fuerza existentes en la estructura social e interacciones que envuelven al suceso, conectando con la posición y el rol en el que se sitúa el medio (Antena 3TV Noticias) y la producción informativa difundida. Una profundización sobre el contexto que es condición indispensable para el estudio de los procesos de producción informativa en la actualidad (Joye, Heinrich y Wöhlert, 2016) y que revela sus capacidades como herramienta de reproducción social y cultural (Bourdieu, 2002 y 2011).

**2. Sistematización y análisis de resultados.** En lo referente al análisis estructural del medio y su economía política, podremos identificar los intereses económicos e ideológicos que influyen en la construcción informativa. En cuanto al análisis observacional y recogida de datos primarios de los vídeos, se establecieron cuatro categorías de análisis. Estas son producto de la proyección de contenidos que se les dedica a cada una de ellas por parte del medio televisivo Antena 3TV Noticias y hacen referencia a la temática en la que se enfoca el vídeo/noticia en ese momento, no que aparezca o actúe en él. Se construyeron tras una pormenorizada revisión previa de los vídeos a través del establecimiento como unidades básicas de exploración y registro de palabras, frases, párrafos, unidades textuales enteras y tiempo dedicado. Las categorías fueron:

- a. **Categoría «Obras»:** la construcción de un *parking* subterráneo y un bulevar es la principal causa del conflicto para Antena 3TV Noticias.
- b. **Categoría «Violencia»:** se utiliza como núcleo estructural para conformar la narrativa principal a lo largo de los 12 días de cobertura informativa. Contempla todas aquellas palabras e imágenes que tratan de mostrar los destrozos físicos, las actuaciones de la policía, etc.
- c. **Categoría «Vecinos»:** supone el primer actor/sujeto de intervención y participación en el conflicto. Su análisis se refiere a todas aquellas manifestaciones, declaraciones, asambleas y movilizaciones en general que lleven a cabo los vecinos y vecinas.
- d. **Categoría «Gobierno/Ayuntamiento»:** aquellas declaraciones institucionales, papel dentro del conflicto y actuaciones realizadas por parte de los representantes del Ayuntamiento.

La medición se realizó en términos de tiempo de aparición de las categorías en cada vídeo. Por ejemplo, en la tabla 1 mostrada en el siguiente apartado de resultados, pueden verse especificados

La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales:  
un caso de estudio sobre los medios de comunicación

con detalles todos los datos en cuanto a tiempo de aparición en cada vídeo, así como los porcentajes relativos. Además, en la figura 1 se proyectan los espacios de tiempo que tuvo cada categoría, en relación con la suma total de los 19 vídeos. En lo referente al contenido lingüístico de estas categorías, en la tabla 2 se muestran una serie de frases realizadas por los tres sujetos (vecinos, Gobierno/Ayuntamiento y Antena 3TV Noticias) que componen los vídeos. Empezando por la izquierda (categoría «Vecinos», columna «Expresiones propias»), se explicitan las locuciones desarrolladas por los vecinos de Gamonal. Seguidamente, a la derecha (columna «Expresiones de Antena 3TV Noticias»), se sitúan las descripciones que realiza el medio de comunicación con respecto a los vecinos. En el margen derecho de la tabla, la dinámica es la misma: se exponen las expresiones que realizan los propios integrantes del Gobierno/Ayuntamiento, seguida de una última columna que identifica las realizadas por Antena 3TV Noticias con respecto a esta categoría. Un cuadro global de resultados, científico y sistematizado, al que se sumó finalmente el estudio de las imágenes como parte integrante del análisis multimodal del discurso desarrollado. Todo ello nos ayudó, bajo la teoría de Entman (1993 y 2007), a configurar el soporte para discernir sobre el marco informacional-cognitivo presente en los 19 vídeos. Es decir, sobre los procesos de selección y énfasis que, unidos a una narrativa, establecen un diagnóstico sobre las causas del suceso, realizan juicios morales y ofrecen soluciones determinadas a este.

**3. Elaboración de conclusiones y discusión:** puesta en relación de los resultados con el marco teórico. Ideas claves extraídas del estudio.

En el siguiente apartado, como parte de la metodología explicada, desarrollaremos los resultados obtenidos.

## 2. Resultados

Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S. A. es una de las empresas de difusión comunicativa más importantes en el Estado español (en coliderazgo con Mediaset España Comunicación). Se encuentra compuesta por una serie de empresas filiales como Atresmedia Radio, Atresmedia Cine, Atresmedia Digital, Atresmedia Publicidad, Atresmedia Diversificación y Atresmedia Televisión. Esta última la componen seis canales, de los cuales Antena 3 Televisión ha sido históricamente y es, según los datos de su «Informe integrado 2018», el más visualizado de la compañía, con un 12,3 % de *share*, el doble que el segundo en su clasificación (La Sexta, con un 6,9 %). A su vez, y acercándonos a nuestro objeto de estudio específico, Antena 3TV Noticias se situó como líder de audiencia de informativos durante el año 2018 con una media del 14,4 %, lo que representa 1.911.000 de telespectadores. Estos datos la certifican como una de las cadenas televisivas con mayor audiencia en el territorio nacional, justificando su selección para nuestro estudio. Precisamente, es este programa televisivo el que abre el 11 de enero de 2014 su emisión de sobremesa con las protestas ocurridas la noche anterior en el barrio de Gamonal (Burgos, España). La causa principal que se establece desde dicho medio es la disconformidad de los ciudadanos por la construcción de un bulevar junto a un *parking* subterráneo en la calle Vitoria, una de las vías principales. Gamonal, el barrio más densamente poblado de Burgos, una ciudad

<https://digithum.uoc.edu>

al norte de España, tiene una historia de lucha sindical del trabajo y de las asociaciones vecinales desde hace décadas (Medina y Erro, 2017). A partir de 1960 sufrió una fuerte urbanización vinculada a la actividad industrial y construcción masiva de viviendas con falta de espacios libres públicos y servicios básicos (López, 2004). Dichos rasgos han continuado hasta la actualidad, a lo que habría que sumar un contexto nacional de crisis económica con altos niveles de desempleo y desafección hacia la política institucional. Sin embargo, es Antena 3TV Noticias, como demostraremos a lo largo del presente apartado, la que encuadra su discurso en lo meramente superficial y, por tanto, más visible, basado únicamente en la construcción de un bulevar en una de las calles principales del barrio. Mientras que las movilizaciones y las asambleas vecinales llevaban realizándose desde hace dos meses, tal y como demostraron otros medios de comunicación<sup>1</sup> y según declaraciones de los representantes del movimiento vecinal: «durante semanas hubo movilizaciones pacíficas y no se nos hizo caso alguno»<sup>2</sup> (Martín, 2019). Es tras los disturbios físicos de la noche del 10 de enero cuando Antena 3TV lo muestra en su telediario. Lo hace con imágenes de cinco personas encapuchadas alrededor de material urbano ardiendo, en mitad de una calle llena de humo, y es con el titular «Detenidas 17 personas por los disturbios registrados en Burgos contra la reforma de una calle» (Atresmedia, 2014) como abre su emisión de informativos.

Las cuestiones fundamentales que se plantean en este momento son las siguientes: ¿por qué en ese momento se decide difundir el suceso a escala nacional?, ¿es la violencia física producida un elemento determinante para que se convierta lo ocurrido en noticia mediática? El análisis cuantitativo de los datos, atendidos tras la observación metódica de los vídeos/noticias, nos muestra algunas vías de conocimiento. Si nos fijamos en la tabla 1 se demuestra que Antena 3TV Noticias dedica un alto porcentaje de tiempo total en cada uno de los tres primeros vídeos/noticias (70, 83,1 y 81 %, respectivamente) a contenidos relacionados con la violencia. Una presentación del suceso, que abarca los días 11, 12 y 13 de enero, por la que el espectador-televidente comienza a construirse una idea e imagen predeterminada de lo ocurrido en Gamonal. De hecho, no es solo el alto porcentaje de contenidos indicado, sino el marco (*frame*) en el que se encuadra desde un inicio lo sucedido en Gamonal. Cómo la construcción de las noticias, por medio de la selección y énfasis (Entman, 1993), está realizada en torno a la violencia física producida, como elemento alrededor del que gira toda la información. Se magnifica así un tipo de violencia, la física, que ocupa un tiempo breve dentro de todo el proceso conflictivo que está teniendo lugar en el barrio.

Tabla 1. Contenidos sobre violencia

Vídeos	Violencia	
	N.º	Tiempo (s)
1	56	70,00
2	59	83,10
3	64	81,01

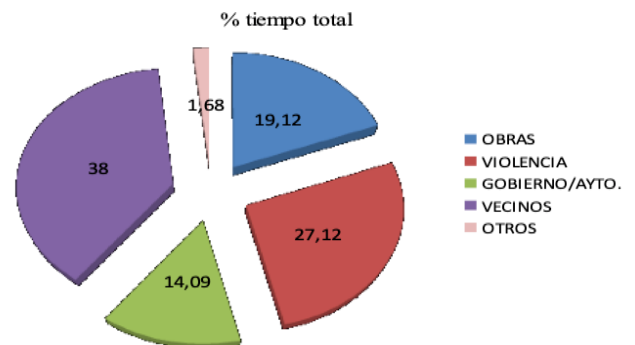
La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

4	9	9,47
5	39	26,00
6	34	25,37
7	64	67,37
8	30	15,46
9	0	0,00
10	56	73,68
11	21	17,07
12	0	0,00
13	0	0,00
14	14	17,50
15	14	9,86
16	78	100,00
17	20	27,03
18	8	5,26
19	0	0,00

Fuente: elaboración propia

Además, los datos estadísticos totales, reflejados en la figura 1, nos muestran que se trata del segundo porcentaje (%) más alto de contenidos informativos dentro de las noticias sobre las movilizaciones producidas en Gamonal, solo por detrás de la categoría/temática «Vecinos». Lo que supone un 27,12 % de contenido total, traducido en 9:26 segundos dedicados completamente a la violencia.

Figura 1. Porcentajes totales de contenidos informativos



Fuente: elaboración propia

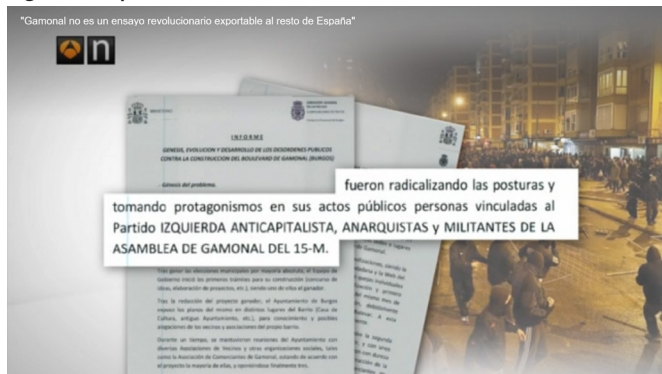
En la misma línea, la variabilidad de los datos es otro de los elementos que examinar. Posteriormente a los tres primeros vídeos mencionados, observamos un alto uso de contenidos relacionados con la violencia en momentos específicos. Los vídeos 7, 10 y 16, con un 67,37, 73,68 y 100,00 %, respectivamente, dan muestra de ello. Es destacable particularmente este último, titulado «Gamonal no es un ensayo revolucionario exportable al resto de España»

1. Como informaron otros medios de comunicación: [www.lamarea.com](http://www.lamarea.com), [www.eldiario.es](http://www.eldiario.es), [www.diariodevurgos.com](http://www.diariodevurgos.com) y [www.infolibre.es](http://www.infolibre.es).  
 2. El autor de la frase es Manolo Alonso, uno de los representantes del movimiento vecinal de Gamonal.

<https://digionum.uoc.edu>

(Atresmedia, 2014). En un contexto donde ya se habían paralizado definitivamente las obras (17 de enero) y buena parte de las movilizaciones, se publica la noticia sobre un informe policial alertando de la existencia de grupos «antisistema» y sus objetivos dentro del conflicto. Dicha noticia abre con la proyección directa del informe, con el escudo del Estado español y haciendo anteriormente énfasis en el de la Dirección General de la Policía Nacional para verificar su oficialidad. Como se observa en la figura 2, posteriormente enfoca su contenido para mostrarlo a los telespectadores, mientras se escucha la voz de una periodista diciendo que «se fueron colando grupos antisistema» y se observa de fondo a personas encapuchadas realizando destrozos físicos. Justo después aparece en primera plana uno de los máximos representantes del Gobierno nacional, declarando: «Tienen como razón de ser de su existencia, alterar la pacífica convivencia y alterarla además de manera violenta y atentando contra bienes y personas de manera sistemática». Finaliza el video con una múltiple sucesión de imágenes de violencia física y movilizaciones.

Figura 2. Captura de informativo



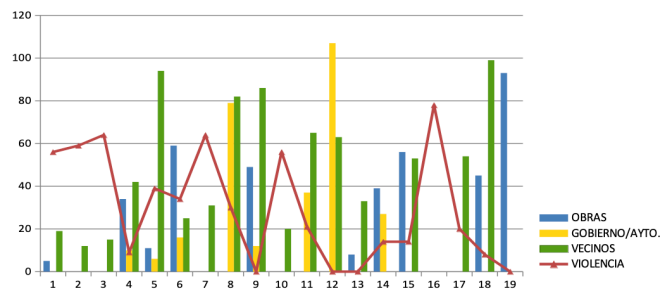
Fuente: Atresmedia

Esta identificación sobre los «grupos violentos» trata de proporcionar inseguridad y caos en el ambiente de las movilizaciones, con el objetivo de construir un miedo que sea permanente y atemorice a los telespectadores (e incluso vecinos de Gamonal) para retener la participación, reconducirlos hacia el inmovilismo y justificar las acciones policiales del Estado. Es así que este vídeo, junto con todo el sistema de repetición sobre los hechos de violencia directa y sus consecuencias a través de la muestra de los costes económicos que conllevaban, forma parte de una estrategia discursiva para conectar las protestas vecinales solo con la violencia física y generar una asociación a través de la repetición, por la que los telespectadores acaben vinculando cognoscitivamente lo ocurrido con la violencia.

Es así, como podemos ver en la figura 3, que los contenidos sobre violencia son una constante bastante elevada a lo largo de los telediarios de la cadena televisiva, a pesar de que los incidentes de violencia directa o física solo duraron cinco noches. Cuestión que supone una constante (*priming*) a lo largo de los 12 días del proceso informativo, a excepción, de los vídeos 9, 12, 13 y 19.

La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

Figura 3. Línea temporal de uso de contenidos



Fuente: elaboración propia

Confirmada la importancia que adquiere la violencia física en la cobertura informativa que realiza Antena 3TV Noticias, debemos analizar lo siguiente: ¿cuáles son las razones por las que la violencia se convierte en determinante para que un acontecimiento sea difundido mediáticamente? ¿Qué elementos giran alrededor de ella? Como consecuencia de nuestra investigación, establecemos tres explicaciones causales:

- En el año 2014, cuando se realiza la cobertura informativa sobre Gamonal, Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S. A. obtuvo unos ingresos netos totales (millones de euros) de 883,2 y 46,7 de beneficio neto (Atresmedia, 2014). Ese mismo año, Antena 3TV Noticias fue líder de audiencia a nivel nacional con un 13,1 % de share. Tales datos se hacen extensibles al año 2018, el más actualizado, donde la corporación Atresmedia, a través de su «Informe integrado 2018», plagado de un vocabulario economicista por la búsqueda de beneficios con apartados titulados «Cómo interactúa nuestro modelo de negocio con los grupos de interés» o «Modelo de negocio y estrategia», muestra una facturación total de 1.042,3 millones de euros y un beneficio neto ajustado de 125,7 millones de euros. La acción en bolsa tiene un valor de 0,45 € dividendo/acción y un 0,39 € beneficio/acción, con 500 contactos con la comunidad financiera según sus propias fuentes. Este enfoque economicista, que convierte la difusión de información en objeto mercantil, tiene sus consecuencias en los procesos productivos y organizacionales del trabajo periodístico. Es decir, para la transformación de un suceso en una noticia con la mayor probabilidad posible de consumo que se relacione con la agenda mediática actual. El periodismo de la especulación y el espectáculo pasan a ser así característica primordial del trabajo, en el que «Journalists cannot detach themselves from media markets and the media organizations in which they operate» (Joye, Heinrich y Wöhlert, 2016, p. 15). En nuestro caso de estudio, una de las pruebas más claras es el hecho de que la noticia adquiere difusión nacional solo cuando se producen protestas que conllevan violencia física. Estas acciones despiertan un interés extra en los medios de comunicación, en nuestro caso Antena 3TV, porque supone darle espectacularidad al acontecimiento, ofrecer una mayor visualidad (condición indispensable dentro del aparato televisivo) y probabilidad de consumo hacia los espectadores. La figura 4 es un claro ejemplo en este sentido. Tras un encabezado como «El alcalde de Burgos paraliza temporalmente las obras de Gamonal» (Atresmedia, 2014), se muestra en la parte inferior un titular envuelto en llamas por una imagen que muestra

<https://digthum.uoc.edu>

una serie de objetos ardiendo. Realizada la grabación desde una perspectiva frontal, amplificada la zona con llamadas de fuego con sus sonidos característicos incluidos y en contraste con fondo oscuro, nos posiciona directamente en el lugar del suceso. La narración del periodista, con una voz aparentemente neutral, informa de que «La policía vigila el barrio de Gamonal para intentar evitar disturbios como los que se han registrado la pasada noche», mientras aparecen los bomberos extinguiendo el fuego y un grupo de policías frente a una masa de manifestantes, lo que despierta la atención sobre el relato audiovisual y lo magnifica. Todo ello como parte de un proceso de producción y clasificación de la información que continúa exponiendo que los vecinos han conseguido sus demandas.

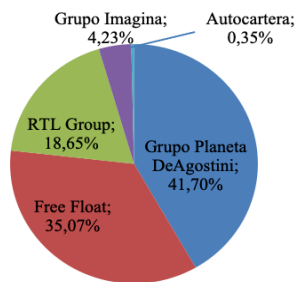
Figura 4. Captura de informativo



Fuente: Atresmedia

En esta misma dinámica, el proceso de selección de la información (*gatekeeper*) que transmitir en los noticiarios también se encuentra influido. Atresmedia contiene una estructura accionarial (ver figura 5) que nos desvela toda una actividad especulativa en la que Antena 3 TV Noticias es una empresa lucrativa más dentro de su red empresarial. Las ideologías e intereses estratégicos implícitos no deben, por tanto, ser obviados en estos procesos.

Figura 5. Estructura accionarial de Atresmedia



Fuente: Atresmedia

Como hemos descrito con anterioridad, las movilizaciones vecinales de Gamonal a razón de la construcción del bulevar representan solo una parte de la problemática dentro de un contexto urbano marcado por la gentrificación, la desigualdad y el hartazgo hacia las instituciones. Son cuestiones relevantes de contexto si tenemos en cuenta que las obras tenían un valor de

La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

8,5 millones de euros y se demandaban falta de servicios básicos para la ciudadanía. Además, la adjudicación de las obras sobre la calle Vitoria fue para MBG Ingeniería y Arquitectura S. L., regentada por Antonio-Miguel Méndez-Pozo, gerente de numerosas empresas (entre ellas Diario de Burgos) y que fue condenado a la cárcel por un caso de corrupción en el año 1997. Pero si atendemos únicamente a la cobertura informativa proyectada por Antena 3TV Noticias, ninguno de estos datos aparece. La razón atiende a la cuestión que estamos tratando: la relación de afinidad entre el poder político, económico y los medios de comunicación a la hora de legitimar un sistema beneficioso para sus intereses de acumulación económica y ejercicio del poder. Es así como, tras una rápida investigación, observamos que Méndez-Pozo tuvo y tiene relaciones muy asiduas con el Gobierno regente (Partido Popular), destacando su vinculación con José-María Aznar en la década de los noventa, además de ser quien puso en marcha la delegación autonómica castellanoleonese para Antena 3.

- b. La violencia espectacular como herramienta para favorecer el sometimiento de la información a los intereses económicos y estratégicos de poder, genera también consecuencias a la hora de representar a diversos actores sociales. Un caso certero podemos observarlo con los movimientos sociales. Frente a la lógica que prepondera en los *mass media* para difundir la personalización, liderazgo, poder, previsibilidad del acontecimiento y la sencillez de los temas tratados, los movimientos sociales suponen la conexión de una gran cantidad de voces diversas que de forma colectiva actúan cuestionando los límites del sistema establecido (Offe, 1992). Es por ello por lo que, a lo largo de sus programas, Antena 3TV Noticias recurre constantemente a fuentes institucionales frente a los participantes en el movimiento vecinal de Gamonal. Una actividad que forma parte del «falso pluralismo» (Serrano, 2010) y que muestra el poco equilibrio informativo en el acceso a las fuentes.

Figura 6. Capturas de informativo



Fuente: Atresmedia

Con la comparativa de estas dos imágenes se verifica tal dinámica. En la imagen de la izquierda se muestra la entrevista al alcalde de Burgos. El emplazamiento utilizado es verdaderamente importante, dentro de la misma sala de plenos del Ayuntamiento. Se identifican numerosos símbolos identitarios nacionales, locales e incluso religiosos que figuran tras el alcalde y que respaldan su posición institucional. En un ambiente que exento de ruidos externos transmite tranquilidad y concordia: «Estamos hablando con los vecinos y asociaciones. Y fruto de ese diálogo, determinará cuáles son los pasos a dar». Esta perspectiva contrasta con las recurrentes imágenes que se proyectan de

<https://digithum.uoc.edu>

los manifestantes. La imagen de la derecha es un ejemplo de muchos, en el que bajo un rótulo destaca el tipo de «presión» que ejercen los vecinos de la localidad: representados en primera plana por tres personas encapuchadas. De aquí la conexión de las movilizaciones con la violencia como eje productor de las noticias. Signo de la criminalización de las protestas, ya que únicamente son representadas a través de la violencia física, sin atender al resto de los procesos participativos y asamblearios.

- c. Los citados procesos productivos de la información que convierten la violencia en espectáculo llevan consigo, como estamos resaltando, diferentes marcos desde los que influyen en los telespectadores sobre cómo concebir lo que está sucediendo. Dentro de este aparataje, los discursos, las imágenes y los sonidos que se ofrecen son fundamentales para corroborar la información que se proporciona. Un ejemplo se encuentra en el primer vídeo del 11 de enero de 2014, en el que desde el segundo 12 hasta el 23 se ve toda una serie de imágenes (de fuego brillante bajo fondo oscuro) que enseñan los destrozos producidos, a la vez que el locutor nos dice entre diversos ruidos de lanzamiento de cristales y piedras: «Deciden cortar el tráfico, hacer barricadas, incendiar contenedores (se silencia y se escucha la voz de alguien por la calle “todo hay que quemar...”) y destrozar lunas de escaparates, marquesinas y cabinas de teléfono», para terminar con otro grito de alguna persona de la calle: «Esto es Burgos, cabrones» (Atresmedia, 2014).

Figura 7. Captura de informativo



Fuente: Atresmedia

Efectivamente, este sentido y uso que se realiza del lenguaje sirve también para establecer diferencias entre las acciones de los diferentes actores sociales. Por ello, mientras que para describir las actuaciones que realiza el Gobierno Antena 3TV Noticias utiliza expresiones como (ver tabla 2): «quiere seguir negociando» o «paréntesis y reflexión», para referirse a las actuaciones realizadas por los vecinos declara: «exigir, pese a la mano tendida del Ayuntamiento», «innegociable» o «conflictos entre vecinos». Esto ofrece un sentido distinto a cada actor, a pesar de las diferencias de discurso, sin obviar que todas están atravesadas por el filtro de Antena 3TV Noticias que podemos ver por parte de cada uno de ellos en «Expresiones Propias». Se trata de una parte estratégica de lo que intentan hacer las noticias de Antena 3TV, pero siempre proyectado de forma sutil, de modo que aparente transmitir información veraz y objetiva directa del acontecimiento cuando en realidad está posicionán-

La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

dose e implicándose en el conflicto. Como escribe Entman (1993), «frames, which are manifested by the presence or absence of certain keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information, and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgments» (p. 52). El uso del lenguaje y de lo audiovisual se vuelve fundamental, pues con él también destierran conceptos y teorías que no les interesan (por ejemplo, el caso Gamonal puede ser interpretado como una lucha de clases). El nuevo lenguaje audiovisual es el identitario (los vecinos) y usa etiquetas con estereotipos, nos crean connotaciones negativas asignadas a un sustantivo o adjetivo: de aquí lo de grupos antisistema o la dicotomía establecida entre vecinos/movilizaciones violentas y vecinos/movilizaciones pacíficas.

Tabla 2. Expresiones de los actores sociales y de Antena 3TV Noticias

Vecinos		Gobierno/Ayuntamiento	
Expresiones		Expresiones	
Propias	Antena 3TV Noticias	Propias	Antena 3TV Noticias
<i>va a ocasionar molestias, caos</i>	<i>no están de acuerdo con este plan</i>	<i>grupos violentos itinerantes</i>	<i>paréntesis, reflexión</i>
<i>aparcar más lejos</i>	<i>vecinos no de acuerdo con la violencia</i>	<i>grupos extremistas</i>	<i>quiere seguir negociando</i>
<i>pagar más dinero</i>	<i>los organizadores no se conforman con eso, quieren más</i>	<i>alterar nuestro sistema de convivencia</i>	<i>contrarios a las obras</i>
<i>estamos contentos, esta es la respuesta del barrio</i>	<i>hasta paralización de obras</i>	<i>más importante convivencia de vecinos que 50 obras</i>	<i>decisión sorprendente</i>
<i>crisis no hay dinero</i>	<i>conflictos entre vecinos</i>	<i>Fruto del diálogo</i>	<i>las circunstancias sociales han obligado utilización de las obras para otros fines</i>
<i>nos dejen vivir, representarnos y luchar</i>	<i>exigir, pese a la mano tendida del Ayuntamiento</i>	<i>imposibilidad material de ejecutar esta reforma</i>	<i>da marcha atrás y suspendía definitivamente</i>
<i>no es cierto que la mayoría no quiere el bulevar</i>	<i>innegociable</i>	<i>hemos decidido paralización definitiva</i>	<i>el Ayuntamiento se oponía</i>
<i>esto no va a parar, estamos seguros de que no va a seguir con las obras</i>	<i>celebran lo que consideran una gran victoria</i>	<i>el bulevar no ha sido el problema, ha sido la excusa</i>	



<https://digithum.uoc.edu>

Vecinos		Gobierno/Ayuntamiento	
Expresiones		Expresiones	
Propias	Antena 3TV Noticias	Propias	Antena 3TV Noticias
<i>estoy muy contento, hemos ganado</i>	<i>los vecinos ganan el pulso en la calle</i>	<i>alterar de manera violenta</i>	

Fuente: elaboración propia

## Conclusiones

En nuestras sociedades de la información y el conocimiento (Mattelart, 2002; Castells, 2005; Salvat y Serrano 2011), la difusión global de mensajes cognitivo-(in)materiales (Fumagalli, 2010) se ha vuelto elemento fundamental para el dominio y control sobre el poder. En la misma dirección, atendemos a la conversión de la información en producto mercantil (Moura da Silva, 2017), en unidades de consumo (Lahaye, 2014) que atraiga al máximo número de espectadores, es decir, de beneficios. Esto nos ofrece dos ideas claves, donde la información y la comunicación tienden a ejercer como:

1. herramienta de poder, y
2. mercancía.

Efectivamente, como puede deducirse, ambos están concatenados, unidos, en un circuito retroalimentativo. El trato de la información como mercancía conlleva tras de sí unos intereses vinculados a la obtención de beneficios, intereses que, en síntesis, son aquellos tendentes al mantenimiento y la legitimación del conjunto de normas organizacionales y de pensamiento que posibilitan su posición social en la estructura jerárquica de la que se compone la sociedad, que permite la acumulación de esos beneficios mediante normas y leyes formales e informales. De igual modo, el ejercicio del dominio del poder está estrechamente vinculado en nuestras sociedades capitalistas al control de la esfera de lo económico.

Partiendo de esta hipótesis y como medio para su comprobación, hemos analizado la cobertura informativa que realizó una de las mayores empresas de comunicación en España (Antena 3TV Noticias, Grupo Atresmedia) sobre las protestas sociales desarrolladas en el barrio de Gamonal (Burgos, España). Y la investigación realizada, a través de los mecanismos metodológicos cuantitativos y cualitativos (análisis económico-político, del contenido y discurso) empleados, tienden a reafirmar dicha hipótesis, si bien, con algunas variantes.

1. El uso de contenidos de la violencia se torna en elemento imprescindible sobre el que se articula la construcción y difusión de la información realizada por Antena 3TV Noticias. Su aplicación ejerce diversas funciones, que sintetizamos a continuación:
  - a. **El uso de la violencia como espectáculo.** En relación directa con el objetivo de extracción de beneficios, la proyección de la violencia es utilizada como principal objeto de atracción para los espectadores. Un recurso que ofrece mayor visibilidad y acción, y que se adapta a las condiciones del moderno aparato televisivo (Chomsky y Ramonet, 2004). Por ello, a pesar del tiempo mínimo que representa la violencia física

La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

(cinco noches) dentro de todo el proceso real de Gamonal (meses de reivindicaciones), este no apareció como «noticia» hasta que no se produjeron incidentes físicos entre los ciudadanos y la policía. Además, es un recurso que se aplica de forma repetitiva (*priming*) usando contenidos visuales y narrativos a lo largo de la cobertura informativa (doce días), como nos confirma la línea de temporalidad de la figura 2 y el porcentaje total que representa de contenidos (el segundo más alto, 27,12 %) mostrado en la figura 1. Podemos decir, por tanto, que el primer interés de Atresmedia surge como consecuencia de la puesta en práctica del circuito mediático que contiene su estructura de producción de la información (*newsmaking*), en su búsqueda constante de audiencias.

- b. **El uso de la violencia externa para legitimar el sistema.** Atresmedia parte de la premisa de un orden preconfigurado, en el que traspasar sus límites hacia el cambio es algo inconveniente y penalizado. Como hemos descrito con anterioridad, las protestas de Gamonal que se estaban llevando a cabo son consecuencia del cuestionamiento del *statu quo* y el modelo político de participación ciudadana. En oposición a ello, Antena 3TV Noticias activa una serie de mecanismos informativos para deslegitimar el movimiento vecinal. El primero es precisamente la exclusión de los problemas estructurales existentes (espiral del silencio), encuadrando su discurso (*framing*) en lo meramente superficial y, por tanto, más visible: la construcción del bulevar junto a la violencia generada en las movilizaciones. Siguiendo, en este sentido, la teoría de Entman (1993 y 2007), la selección y el énfasis desarrollados en las noticias generan una definición del problema, tomando como agentes causales la ciudadanía y los grupos «extremistas» que se salen del marco cultural hegemónico: «The culture is the stock of commonly invoked frames» (Entman, 1993, p. 53). El marco de entendimiento cultural que se evoca es el de una democracia parlamentaria de tipo pasivo que rehúye de la preeminencia de la participación ciudadana, criminaliza las movilizaciones en la calle y resalta la peligrosidad de un tipo de violencia física. De esta forma, construye el argumento alrededor de tal problema, realizando una evaluación causal y aportando las mejores soluciones, desde su perspectiva. El resultado es considerar que tras la no suficiente justificación de las movilizaciones lo más beneficioso es terminar las obras de construcción. Así lo demuestra, en términos cuantitativos, ser una de las cuatro categorías principales en torno a las que gira la cobertura periodística, donde representa un 19,12 % sobre el total de contenidos informativos difundidos. Además, existen 4 noticias dedicadas exclusivamente al proyecto de las obras y hasta 10 en total que hacen referencia a estas. Su atribución como causa principal de las protestas también se ha corroborado en el análisis cualitativo, donde los discursos y las noticias se proyectan atendiendo a este parámetro (Atresmedia, 2014): «Detenidas 17 personas por los disturbios registrados en Burgos *contra la reforma de una calle*», o «Así es el proyecto que ha causado las protestas en el

<https://digithum.uoc.edu>

barrio burgalés de Gamonal»<sup>3</sup>. En segundo lugar, establece una narrativa diferenciadora entre los diferentes actores sociales en juego. En este sentido, realizamos un análisis multimodal de contenidos y discurso (Kress y van Leeuwen, 2001; O'Halloran, 2016; Van Dijk, 2016) que nos mostró la proyección de una dialéctica fundamentada en la violencia. Se crearon categorías que diferenciaban entre vecinos/movilizaciónes violentas y vecinos/movilizaciónes pacíficas, entre las acciones racionales del Gobierno/Ayuntamiento y las irracionales de los vecinos. La etiqueta de «antisistemas» es el mayor ejemplo. Todo ello, en un medio donde las definiciones de dignidad se relacionan con el sistema hegemónico. Además, la violencia solo se observa desde el lado de los vecinos hacia el Estado, nunca al revés. Por último, el enmarcado (*framing*) también se ejecuta por medio de la visualidad espectacular que contiene la violencia, lo que genera una «relación social entre personas mediatizada por imágenes» (Debord, 1994, p. 9) con una mirada engañosa y de falsa conciencia. Durante los vídeos/noticias de Antena 3TV podemos observar una gran multitud de utilización de imágenes que, en consonancia con la información de los periodistas y los sonidos y ruidos del ambiente externo, nos proporcionan un sentido sobre lo que estamos viendo: en nuestro caso, la peligrosidad de las movilizaciónes. Un ejercicio que evidencia la capacidad transformadora de nuestros modos lingüísticos y cognitivos que realizan las pantallas audiovisuales.

- El estudio de la economía política de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S. A. nos desvela las redes comerciales que determinan la construcción y difusión de la información. Si los medios de comunicación, y específicamente en el caso español (Medina y Labio, 2019), atienden a procesos de concentración material para la obtención de beneficios, es inevitable la imprimación de subjetividades para el alcance de dicho fin, lo que fundará cada vez de forma más permanente una estructura comunicacional mediática. En este sentido, la teoría crítica aplicada al análisis comunicacional (Adorno y Horkheimer, 1998; Horkheimer, 2000) nos ayuda a romper los moldes de aparente neutralidad insertos en la construcción de la información, para destapar todo ese proceso de mediaciones en el que es más importante la contextualización que el propio mensaje que se manda. Un análisis que, en nuestro caso, ha demostrado que lo expresado proviene de una situación comunicativa desde la que el medio se posiciona, proyectando las relaciones de efecto ejercidas por las correlaciones de poder existentes entre lo político institucional, el sector privado económico y los medios de comunicación, hacia el entendimiento propuesto sobre el significado del acontecimiento social y el ejercicio de lo público. Además, como hemos comprobado, este objetivo está estrechamente vinculado con los intereses puestos en el mantenimiento del sistema a través del control de la esfera pública y con ello parte de la legitimidad del poder (Vera, 2018). Los medios de comunicación, sus periodistas y la información que difunden no están exentos de las influencias del contexto: normas, ideologías

3. La cursiva es propia.

La violencia como espectáculo en las movilizaciónes sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación

y discursos políticos y morales predominantes (Joye, Heinrich y Wöhlert, 2016). Nos trasladamos así, como dictaba Bourdieu (2002), hacia estrategias de eficacia simbólica de transmisión de los marcos e imaginarios culturales por medio de discursos, narrativas e imágenes que representan su identidad. Aplicando su teoría, el medio de comunicación estaría utilizando las posibilidades que ofrecen sus capitales informacionales, simbólicos y culturales para adentrarse en el campo de lo mediático, establecer la agenda y modificar las percepciones sociales o «habitus» de posible carácter crítico hacia lo hegemónico. En nuestro caso específico de estudio, Atresmedia se encuentra formada por una red de empresas cuyo objetivo prioritario son maximizar las ganancias (ver Informe anual integrado de 2018) y mantener su status dentro de la estructura social. Desde esta perspectiva se realiza la cobertura informativa realizada sobre Gamonal: haciendo las noticias lo más espectaculares posible (violencia) y deslegitimando el movimiento vecinal porque sus acciones intentan transformar los procesos políticos y económicos establecidos.

En definitiva, la utilización de la violencia como aparato discursivo del espectáculo por parte de Antena 3TV Noticias nos clarifica su uso como elemento clave dentro de un entramado en el que la información y la comunicación se han convertido en un producto mercantil y legitimador del sistema social hegemónico. Información como mercancía, por la construcción y difusión espectacular de noticias para atraer el máximo de audiencias posibles y, con ello, beneficios económicos. E información como herramienta para la legitimación y reproducción de una estructura social, política y económica que beneficia sus intereses y mantiene su estatus de poder dominante.

En nuestras sociedades, continúa siendo imprescindible preguntarnos sobre quiénes tienen acceso al poder comunicacional y las formas de ese ejercicio de poder. En el presente trabajo de investigación hemos estudiado esta cuestión. Justificado por el derecho humano al conocimiento sobre los procesos de gestión de la información que se realizan y las formas de acceso/exclusión a esta: en una crítica por el alcance y la búsqueda de una comunicación democratizada e intercultural.

## Bibliografía

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- ALONSO, L.; CASERO, A. (2018). «Communication of European populist leaders on Twitter: agenda setting and the 'more is less' effect». En: *El profesional de la información*, vol. 27, no. 6, pp. 1193-1202. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.03>
- ATRESMEDIA (2014, enero). «Detenidas 17 personas por los disturbios registrados en Burgos contra la reforma de una calle». En: *Antena 3TV Noticias* [en línea]. Disponible en: [https://www.antena3.com/noticias/sociedad/importantes-destrozos-burgos-incidentes-reforma-calle\\_2014011157456aac6584a8f86266005b.html](https://www.antena3.com/noticias/sociedad/importantes-destrozos-burgos-incidentes-reforma-calle_2014011157456aac6584a8f86266005b.html). [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2020].

<https://digithum.uoc.edu>

- ATRESMEDIA (2014, enero). «El alcalde de Burgos paraliza temporalmente las obras de Gamonal». En: *Antena 3TV Noticias* [en línea]. Disponible en: [https://www.antena3.com/noticias/sociedad/lacalle-mas-importante-convivencia-que-cincuenta-obras-juntas\\_2014011457456a9e6584a8f862660048.html](https://www.antena3.com/noticias/sociedad/lacalle-mas-importante-convivencia-que-cincuenta-obras-juntas_2014011457456a9e6584a8f862660048.html). [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2020].
- ATRESMEDIA (2014, enero). «Gamonal no es un ensayo revolucionario exportable al resto de España». En: *Antena 3TV Noticias* [en línea]. Disponible en: [https://www.antena3.com/noticias/sociedad/%E2%80%9Cgamonal-ensayo-revolucionario-exportable-resto-espana%E2%80%9D\\_20140120572350014beb28d446ffc291.html](https://www.antena3.com/noticias/sociedad/%E2%80%9Cgamonal-ensayo-revolucionario-exportable-resto-espana%E2%80%9D_20140120572350014beb28d446ffc291.html). [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2020].
- ATRESMEDIA (2014). «Informe anual y de responsabilidad corporativa, 2014» [en línea]. Disponible en: <https://www.atresmediacorporacion.com/responsabilidad-corporativa/informes/>. [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2020].
- ATRESMEDIA (2018). «Informe anual y de responsabilidad corporativa, 2018» [en línea]. Disponible en: <https://www.atresmediacorporacion.com/responsabilidad-corporativa/informes/>. [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2020].
- ARANDA, M. (2018). «Internet, neozapatismo y movimientos sociales en Europa: dinámicas organizacionales e infraestructuras comunicacionales para la resistencia». En: RAMÍREZ M.A (ed.) *Movimientos sociales en México: apuntes teóricos y estudios de caso*, pp. 225-244. Ciudad de México: UAM.
- AVALOS, J.M. (2018). *Activismos políticos contemporáneos: Juventudes, movilizaciones y comunicación en Guadalajara*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Secretaría de Desarrollo Social.
- BARICCO, A. (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación* (trad. X. GONZÁLEZ). Barcelona: Editorial Anagrama.
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2014). *El comportamiento de la audiencia televisiva: Agosto 2014* [en línea]. Disponible en: <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-televisivo-2014-2/> [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2020].
- BAUMAN, Z. (2016). *Vida líquida* (trad. A. SANTOS). 6ª edición. Barcelona: Austral.
- BELL, D. (2001). *El advenimiento de la sociedad post-industrial* (R. GARCÍA y E. GALLEGÓ). 5ª edición. Madrid: Alianza editorial.
- BOLZ, N. (2006). *Comunicación mundial* (trad. M.A GREGOR y A. OBERMEIER). Buenos Aires: Katz.
- BOURDIEU, P. (2002). *Pensamiento y acción*. Buenos Aires: Libros del zorzal.
- BOURDIEU, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- BYUNG-CHUL, H. (2017). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder Ed.
- CARRERA, P. (2018). «Estrategias de la posverdad». En: *Revista Latina de Comunicación Social*, no. 73, pp. 1469-1482. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1317>
- CASTELLS, M. (2005). *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHOMSKY, N.; RAMONET, I. (2004). *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios* (trans. J. SOLER y M. MÉNDEZ). 15ª edición. Barcelona: Icaria.
- COHEN, D. (2007). *Tres lecciones sobre la sociedad postindustrial* (trad. V. GOLDSTEIN). Buenos Aires: Katz. <https://doi.org/10.2307/j.ctvndv5n3>.
- La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación
- DEBORD, G. (1994). *La sociedad del espectáculo* (trad. R. VICUÑA). Ciudad de México: Ediciones Naufragio.
- DE MORAES, D. (coord.). (2007). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- ENTMAN, R. (1993) «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm». En: *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, pp. 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- ENTMAN, R. (2007): «Framing Bias: Media in the Distribution of Power». En: *Journal of Communication*, vol. 57, no. 1, pp. 163-173. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>.
- ERRO, M.; MEDINA, J. (2017). *Gamonal. la historia desde abajo*. Burgos: Ediciones El perdigón.
- FUMAGALLI, A. (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de acumulación* (trad. A. ANTÓN, J.M GUAL y E. RODRÍGUEZ). Madrid: Traficantes de sueños.
- HARDT, M.; NEGRI, A. (2014). *Imperio* (trad. A. BIXIO). 2ª edición, Barcelona: Paidós.
- HARVEY, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo* (trad. OXFORD UNIVERSITY PRESS). Barcelona: Akal.
- HERRERA, J. (2007). *La reinención de los derechos humanos*. Andalucía: Atrapasueños. Colección Ensayando.
- HORKHEIMER, M. (2000). *Teoría tradicional y teoría crítica*. Barcelona: Paidós.
- JOYE, S; HEINRICH, A; WÖHLERT, R. (2016). «50 years of Galtung and Ruge: Reflections on their model of news values and its relevance for the study of journalism and communication today». En: *CM: Communication and Media*, vol. 11, no. 36, pp. 5-28. <https://doi.org/10.5937/comman11-9514>.
- KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. (2001). *Multimodal Discourse: The modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.
- LAHAYE, R.M (2014). «Montaje y desmontaje de un espectáculo. Apuntes sobre la guerra mediática contra Cuba». En: SEL, A (ed.) *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías*, pp. 97-114. Buenos Aires, CLACSO.
- LIPPMANN, W. (2003). *Opinión Pública*. Madrid, Cuadernos de Langre.
- LIPOVETSKY, G. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico* (trad. A.P MOYA). Barcelona: Anagrama.
- LÓPEZ, G.A. (2004). *La estructura urbana de Burgos en los siglos XIX y XX. El crecimiento y la forma de la ciudad*. Burgos: Editorial Cajacirculo.
- LÓPEZ, P.C.; VÁSQUEZ, J. (2018). «Agenda temática y Twitter: elecciones presidenciales en América Latina durante el período 2015-2017». En: *El profesional de la información*, vol. 2, no. 6, pp. 1204-1214. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.04>.
- LUHMANN, N. (2000) *La realidad de los medios de masas*. México: Antrhopos.
- MARTÍN, M. (2019). «La comunicación y la información en un mundo que se virtualiza. Desarrollos y funciones previsibles». En: *Comunicación y Sociedad*, vol. 16, pp. 1-29. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7478>.
- MARTÍN, V. (2019) «Gamonal, cinco años después». En: *El correo de Burgos* [en línea]. Disponible en: [http://www.elcorreodeburgos.com/noticias/burgos/gamonal-cinco-anos-despues\\_185722.html](http://www.elcorreodeburgos.com/noticias/burgos/gamonal-cinco-anos-despues_185722.html). [Fecha de consulta: 10 de junio de 2019].

<https://digithum.uoc.edu>

- MARTÍNEZ, L.; NAVARRO, C. (2019). «Características de los periodistas online españoles: consolidación de una profesión en un contexto de crisis económica». En: *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 74, pp. 1014-1030. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1369>.
- MARTÍNEZ, C.; PECOURT, J. (2019). «La comunicación móvil ritualizada: una aproximación desde la microsociología». En: *Sociológica*, vol. 34, no. 96, pp. 107-136. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/sm/2019v34n96/Martinez>.
- MATTELART, A. (2006). *Diversidad cultural y mundialización* (trad. G. MULTIGNER). Barcelona: Paidós Comunicación.
- MATTELART, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información* (trad. G. MULTIGNER). Barcelona: Paidós Ibérica.
- MCCOMBS, M.; LUNA PLA, I. (2003). *Agenda-Setting de los Medios de Comunicación* (trad. V. MARTÍNEZ). Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- MEDINA, M.; LABIO, A. (2019). «Concentración en productoras televisivas y capital internacional en la televisión privada española: Antena 3 y TeleCinco». En: *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 74, pp. 857-872. [10.4185/RLCS-2019-1361-44](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1361-44).
- MORUNO, J. (2018). *No tengo tiempo. Geografías de la precariedad*. Madrid: Akal.
- MOURA DA SILVA, D. M. (2017). «Communication and culture in the business core». En: *Teknokultura*, vol. 14, no. 2, pp. 323-338. <https://doi.org/10.5209/TEKN.56493>.
- OFFE, C. (1992) *Partidos Políticos y nuevos movimientos sociales* (trad. J. GUTIÉRREZ). Madrid: Editorial Sistema.
- O'HALLORAN, K. L. (2016). «Análisis del discurso multimodal». En: *Revista latinoamericana de estudios del discurso*, vol. 12, no. 1, pp. 75-97. <https://doi.org/10.35956/v.12.n1.2012.p.75-97>.
- PLEYERS, G. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvnp0kds>.
- POSTIC, M.; KETLE, J.M. (2000). *Observar las situaciones educativas* (trad. J. GARCÍA). 3.ª edición. Madrid: Narcea Ediciones
- RINCÓN, O. (2017). «Periodismo mutante y bastardo». En: *Revista CS*, vol. 22, pp. 15-31. <https://doi.org/10.18046/recs.i22.2394>.
- La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales: un caso de estudio sobre los medios de comunicación
- SALVAT, G.; SERRANO, V. (2011). *La revolución digital y la Sociedad de la Información*. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- SCOLARI, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SCHULZ, J. S. (2018). «Aproximaciones al estado de situación geopolítica actual. Nuevos actores, conflictos y escenarios para la construcción de un orden mundial multipolar». En: *Cuestiones de Sociología*, vol. 19, pp. e065. <https://doi.org/10.24215/23468904e065>
- SIERRA, F. (2018). «Ciberactivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea». En: *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 73, pp. 980-990. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1292>.
- TÚÑEZ, J.M.; TOURAL, C.; CACHEIRO, S. (2018). «Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España». En: *El profesional de la información*, vol. 27, no. 4, pp. 750-758. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04>.
- VAN-DIJK, T. A. (2016). «Análisis crítico del discurso». En: *Revista Austral de Ciencias Sociales*, no. 30, pp. 203-222. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>.
- VELÁSQUEZ, A. et al. (2018). «De los mass media a los medios sociales: reflexiones sobre la nueva ecología de los medios». En: *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 73, pp. 583-594. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1270>.
- VERA, M.A. (2018). «Esfera pública y legitimidad del poder». En: *Comuni@cción*, vol. 9, no. 2, pp. 110-119.
- VIDALES, C. (2017). «De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento». En: *Comunicación y sociedad*, vol. 30, pp. 45-68. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i30.6840>

<https://digithum.uoc.edu>La violencia como espectáculo en las movilizaciones sociales:  
un caso de estudio sobre los medios de comunicación**Miguel Rodríguez-Guerrero**Departamento de Economía General. Área de Sociología. Universidad de Cádiz  
miguel.guerrero@uca.es

Profesor en el Departamento de Economía General, Área de Sociología, de la Universidad de Cádiz (España). Doctor en Ciencias Jurídicas y Políticas por la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla, España). Maestría en Derechos Humanos, Interculturalidad y Desarrollo por la misma universidad. Licenciado en Sociología por la Universidad del País Vasco (Bilbao, España) y con doble diplomatura en Trabajo Social y Educación Social por la Universidad Pablo de Olavide. Especializado en el estudio de movimientos sociales, comunicación y derechos humanos. Ha ejercido como docente en varias universidades de México y realizó una estancia de investigación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

**Evaristo Barrera-Algarín**Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Pablo de Olavide  
ebaralg@upo.es

Profesor universitario titular en el Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, y profesor tutor de la UNED de Sevilla. Trabajador social. Licenciado en Antropología Social y Cultural. Coordinador del Aula Abierta de Mayores de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla durante sus primeros años y Premio de Investigación 2002 de la Diputación Provincial de Sevilla. Director académico del máster en Dirección de Centros Sociales de Personas Mayores. Especializado en metodología del trabajo social. Ha colaborado en la formación de profesionales sociales en los ámbitos públicos y privados. Cuenta con numerosas publicaciones e investigaciones en el terreno de lo social. Cuenta con tres sexenios de investigación.

