
¿Cómo localizar y contactar con fuentes virtuales?

PID_00250298

Ana Isabel Bernal Triviño

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 3 horas



Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

Índice

1. Un nuevo rumbo informativo.....	5
2. Cómo llegar hasta la fuente... virtual.....	6
3. Cómo filtrar fuentes o temas.....	11
3.1. Facebook.....	11
3.1.1. Buscar a una persona.....	12
3.1.2. Buscar un caso concreto.....	13
3.1.3. Buscar por <i>hashtag</i>	16
3.2. Twitter.....	17
3.2.1. Buscar tema o fuente.....	17
3.2.2. Buscar por listas.....	22
3.3. Instagram.....	29
4. Puntos para recordar en el acceso virtual a fuentes.....	31
5. Periodismo ciudadano y redes sociales: ¿herramienta democrática o intrusismo?.....	32
5.1. El papel de Twitter en el empoderamiento ciudadano.....	33
Bibliografía.....	37

1. Un nuevo rumbo informativo

Un periodista vale, en parte, lo que valgan sus fuentes y su agenda. De ellas dependerá su credibilidad. Siguiendo esta premisa, sobra decir que ahora se suma un nuevo espacio. Si las redes sociales han cambiado las rutinas de participación de los medios de comunicación y sus lectores, no es menor su impacto en el contacto de fuentes. Los canales de llegada de temas y noticias han cambiado. La red social nos permite buscar lo que necesitemos como punto de partida para nuestro trabajo, documentarse, contactar con fuentes, recibir o enviar información y verificarla.

Antes el periodista siempre tenía que salir a buscar. Ahora es probable que pueda llegarle una historia entre tendencias o propuestas personales de ciudadanos. Antes era más complicada y restringida la localización de expertos. Ahora, con una sencilla búsqueda en cualquier red social, se puede contactar con varios, buscar sus participaciones en otros medios y ajustar si se corresponde con lo que necesitamos.

Se puede decir que las redes sociales son el edén, el paraíso de las fuentes informativas. Y ya sabemos que sin fuentes, no tenemos información que contar y que contrastar. Pero como en cualquier paraíso, también podemos encontrar «malezas». Nuestra labor, como periodistas, es ejercer de filtro para saber seleccionar solo fuentes de calidad. En un mundo virtual, donde se pueden falsificar identidades, hemos de cuestionar y chequear las fuentes virtuales con las que queramos trabajar. Lo que nos diferencia como periodista es precisamente la contextualización y la verificación de la información. Un buen profesional que se maneje en las redes sociales debe controlar aspectos como el rigor, el monitoreo, la calidad, la creatividad, conocer su audiencia y la innovación de su sector, además de introducirse en técnicas de análisis y alcance.

Testigos oculares hay muchos. Periodistas que lo cuenten, contextualicen y sepan elegir las fuentes adecuadas, no.

2. Cómo llegar hasta la fuente... virtual

Antes de llegar a la fuente virtual, haremos un repaso por la llegada a una fuente real de forma tradicional, para que comprobemos que el sistema no dista demasiado, salvo por el entorno en el que se produce.

La actualidad informativa se refleja en la *agenda setting*, en la que se incluyen los temas que, a juicio del periodista (conocido como *gatekeeper*), son noticia o no. En función de su importancia, en esta agenda adquiere un papel especial cada una de las informaciones. Ese conjunto de noticias seleccionadas se conoce como agenda informativa, y es de vital importancia porque con ella indicamos a los ciudadanos sobre qué deben de pensar, qué deben cuestionar y qué no. Hacemos a partir de ella una construcción de la realidad.

Para cada una de estas noticias es imprescindible el acceso a fuentes informativas, los protagonistas de la noticia: los que la sufren, padecen, disfrutan o celebran. Las fuentes pueden ser **personas** o **empresas/entidades** o **documentos**, pueden ser individuales o colectivas. Las fuentes también pueden ser compartidas o exclusivas, y es aquí donde las redes, como espacio virtual, modifican esta relación. Con la llegada de las redes, en distintas ocasiones, son ellas mismas las generadoras de contenidos, de fuentes propias y, en definitiva, terminan por generar una noticia completa. Por lo tanto, fuentes virtuales se convierten en generadoras de noticias.

Otro apunte es diferenciar entre fuente directa (a las que accedemos como periodistas de manera directa para obtener la declaración) y fuente indirecta, donde se inscriben las redes sociales. A través de ellas podemos localizar temas, exclusivas, expertos y testigos, tendencias futuras o previsión de temas o incluso perfiles de víctimas o culpables.

Ejemplo de fuente indirecta

Este es el caso, por ejemplo, de esta crónica de Noemí Trujillo sobre un maltratador que acababa de matar a su pareja. La periodista detalla cómo en las redes sociales él ofrecía una visión muy diferente a lo que finalmente realizó:

EL ESPAÑOL

"El amor es amar, cuidar y respetar"

El agresor confeso no tenía denuncias previas por malos tratos. Tampoco pesaban sobre él órdenes de alejamiento. De hecho, en sus redes sociales compartía mensajes como "El amor no es tener novia, ni besar, ni tener sexo. El amor es amar, cuidar, respetar y dedicar tiempo a alguien".

Bibliografía

Noemí Trujillo (2017, 18 de enero): «Blanca Esther, la luchadora contra la violencia machista que fue estrangulada por su pareja». *El Español*. <http://www.elespanol.com/reportajes/20170117/186732260_0.html>

Francisco Javier Nieto acudió el pasado lunes 16 de enero a la comisaría de la Policía Nacional de Burlada. Allí confesó que el sábado había estrangulado a Blanca y, después, la había arrojado al río Ultama. En su declaración sostuvo que el detonante de lo sucedido había sido una discusión acerca de un viaje el sábado, cuando fue asesinada. No fue hasta el domingo por la mañana, según su declaración, cuando arrojó al río el cuerpo envuelto en una alfombra.



Las fuentes 2.0 son definidas por Canavilhas e Ivars-Nicolás (2012) como «suministradores de información que lo hacen por libre y espontánea voluntad del autor, sea un individuo o un grupo, utilizando herramientas colaborativas», en este caso, las redes sociales; pero también pueden serlo blogs, wikis o repositorios digitales. Los mismos autores diferencian entre fuentes *push* y *pull*.

Fuentes *push* y *pull*

Fuentes *push* (el usuario es «empujado» por la información): se acercan a las propiedades de las fuentes tradicionales. El rol del periodista es más pasivo porque se limita a recibir informaciones de organizaciones, grupos o personas. Esa información puede ser recibida mediante una inscripción previa en un grupo/*feed*, o porque las relaciones públicas de esa organización añadieron su contacto al grupo. En este caso, hablamos de aplicaciones como el correo electrónico, los grupos de usuarios, o los lectores de *feeds*.

Fuentes *pull* (el usuario «tira» de la información): el profesional toma la iniciativa de buscar la información porque sabe lo que pretende y realiza búsquedas por temas o palabras clave. Las aplicaciones típicas de este tipo de investigación son motores de búsqueda, webs, foros, chats, wikis, blogs o redes sociales.

Ahora las fuentes se multiplican, pero como subraya Herrero (2015), se trata de una etapa donde es más necesaria la labor del periodista:

«Esta situación parece haber aumentado con la aparición de las redes sociales, dado que cada vez son más numerosos los canales de los que disponen los usuarios y las organizaciones para emitir sus mensajes. La labor del periodista a la hora de filtrar, jerarquizar y simplificar esa ingente cantidad de datos que circula por la red es más importante que nunca. En palabras de Lippman (1922, pág. 38) “no puede haber libertad en una comunidad que carece de la información necesaria para detectar la mentira”. Por tanto, el futuro de la profesión dependerá, en gran medida, de la fortaleza que muestren las instituciones periodísticas y su rapidez de respuesta a la hora de distinguir cuál es la información valiosa para el público, aquella que precisamente permite detectar mentiras.»

No obstante, Varona-Aramburu y Sánchez-Muñoz (2016) puntualizan que los periodistas han trasladado a las redes sociales su red de contactos habitual, y en mayor medida a fuentes oficiales. También señalan que, en sus estudios, se apunta una falta de formación de los periodistas en el manejo y conocimiento de redes, lo que nos lleva a plantear esta pregunta: ¿hasta qué punto el hecho o no de considerar una red social un espacio de fuente informativa depende de la red o del propio periodista? Sin duda, como apuntan estos autores, es de esperar que la mejora de la formación potencie este uso informativo.

Pero **¿qué cambia en el acceso a fuentes virtuales** a través de redes sociales?

- El método es lo más parecido a buscar en un repositorio o guía de expertos, pero en un acceso abierto.
- Depende de estar dado de alta en la red social y conocer su manejo.
- El éxito del acceso depende de la interactividad de la fuente. Si es una fuente virtual poco activa, será difícil contactar.
- El acceso depende de que la notificación sea respondida y leída. Un experto muy solicitado puede recibir cientos de notificaciones en abierto o privado.
- La fuente no es solo de acceso exclusivo o restringido para el periodista, también puede acceder el ciudadano.
- La fuente puede limitarse a narrar un hecho en directo, pero no es obligatorio que proporcione contextualización.

Cabe resaltar que estas fuentes virtuales no son excluyentes, sino complementarias al acceso tradicional.

Aunque casi el 100 % de los periodistas usan las redes sociales como fuentes de información e investigación (Puromarketing, 2011), según Herrero (2015) los periodistas dudan de la credibilidad de las redes. Los principales usos que los periodistas españoles hacen de las redes sociales son difundir información del

medio en el que trabajan, conocer la opinión de los usuarios, detectar nuevos temas, buscar información y contactar con fuentes. Además de promocionar sus propios trabajos o el de los compañeros.

Pero ¿realmente las redes sociales son las únicas que albergan peligros en el acceso a fuentes y a información? ¿Es el único espacio donde surge la infoxicación?

Ejemplo de infoxicación 1

En este caso, el diario *El País* publicó por error una fotografía falsa sobre Hugo Chávez. Una foto que el propio periódico incluso no había podido verificar, pero que sin embargo fue publicada. Esta imagen no les llegó a través de cauces tradicionales, sino a través de una filtración en una agencia de fotografía con la que trabajaban de manera habitual. Y su procedencia se podía localizar en un vídeo de YouTube de 2008, de la operación de un paciente. Los ejemplares se retiraron de la venta y durante toda la jornada no hubo diario *El País* a la venta en toda España, lo que provocó pérdidas para el periódico.

POLÉMICA | En la web también la publicaron

'El País' retira de los quioscos el periódico tras publicar una foto falsa de Chávez



La fotografía publicada en la edición impresa de 'El País'. | Twitter

Compartir

Efe | Madrid

Actualizado jueves 24/01/2013 13:32 horas

Comentarios 134

a a'

El diario El País retiró esta madrugada de su página web y de su edición impresa una foto que mostraba a un hombre entubado en una cama de hospital y que una agencia informativa, señala, había suministrado al periódico afirmando que se trataba del presidente de Venezuela, Hugo

Lectura complementaria

Léase *ElMundo.es* (2013): «*El País* retira de los quioscos el periódico tras publicar una foto falsa de Hugo Chávez», *ElMundo.es*. <<http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/24/comunicacion/1359010453.html>>

Lectura complementaria

Os aconsejamos leer este artículo para ver cómo el acceso a fuentes determinadas consigue poner en cuestión la información. Ángela Bernardo (2016, noviembre). «El “cuento chino” de Nadia Nehrea, una niña enferma estafada en busca de una cura». *Hipertextual*. <<https://goo.gl/zbZ48Z>>

También destaca el caso Nadia, una niña cuyo padre solicitó en varias ocasiones ayudas económicas en medios de comunicación, con la justificación de una delicada enfermedad. Tras recorrer varios plató de televisión, el diario *El Mundo* le dedicó uno de sus reportajes principales. Días más tarde, el diario digital *Hipertextual* demostraba que la enfermedad de la pequeña no era tan grave como sus padres indicaban y que, en realidad, se trataba de una estafa.

En muchas ocasiones, además, se cuestiona que las redes y el periodismo ciudadano solo han venido a «contaminar» las fuentes informativas, pero...

¿Acaso una sencilla nota de prensa no es también un espacio cargado de fuentes interesadas?

3. Cómo filtrar fuentes o temas

Según la red social podemos filtrar de diferente manera, aunque todas tienen unas pautas comunes. Partimos de la idea de que en cada una de ellas podemos localizar fuentes informativas (personas o empresas) o contenido que nos sirva como fuente (documentación, principalmente en prensa). En el primer caso, está claro que las búsquedas deben centrarse en el nombre de la persona, pero en el segundo caso nuestros aliados serán las palabras clave o *hashtag* (palabras o temas que etiquetan un suceso en la red social con una #).

Esta opción de filtrar contenidos o fuentes se denomina monitorizar, y es una de las cualidades más destacadas del periodista, ya que requiere rigor y control sobre la materia.

Podemos definir la monitorización como la capacidad del periodista, a través de herramientas digitales, de seleccionar contenido y realizar un filtrado de información y fuentes, con el fin de garantizar la veracidad de la información.

No obstante, que esta palabra no os asuste porque se basa en algo que forma parte desde siempre de la esencia del trabajo del periodista, como recuerda Noguera (2012, pág. 51):

«En realidad, no es nada nuevo en el periodismo. Buscar las historias que protagonizan las conversaciones de la gente, estar atento al murmullo de la calle, siempre ha sido una tarea periodística. Tan solo han cambiado las plataformas y los espacios donde esas conversaciones están teniendo lugar y, con ello, también las herramientas necesarias para rastreárlas. Lógicamente, la multiplicación de escenarios ha hecho que el número de mensajes se haya multiplicado de forma exponencial con lo que, en lugar de una amenaza periodística como tantas veces se ha comentado, lo que tenemos es una gran oportunidad periodística. Nunca como ahora ha existido tanta necesidad de un filtro profesional de la información que sea garante de las fuentes de calidad.»

Aunque ahora veremos peculiaridades de redes sociales, una investigación de Cerviño (2013, pág. 81) concretó que existían redes específicas para determinados tipos de fuentes informativas. Sus resultados concretaron que Twitter era acceso principal para fuentes de personalidades políticas o partidos políticos; Twitter e Instagram, para la comunicación de personalidad artística y el deporte, y Facebook y Twitter, como centro de información de eventos.

3.1. Facebook

En el caso de Facebook, estamos de enhorabuena porque recientemente han modificado su buscador con nuevos filtros, que nos permitirán refinar nuestro objetivo.

3.1.1. Buscar a una persona

Imaginad que estamos haciendo un reportaje sobre recetas anticáncer, o que nuestra empresa o institución tiene que realizar una cobertura de este contenido. Necesitamos buscar a especialistas y conocemos a dos personas: Odile Fernández, paciente y médica; y Paula Jiménez, oncóloga.

En el primer caso, nada más situarnos en el buscador, aparecen unas predicciones donde se contempla el nombre junto al contenido, lo que nos asegura que estamos tras la pista correcta.

The screenshot shows a Facebook search results page for the query "odile fernandez". The search bar at the top contains "odile fernandez". Below the search bar, there are several search suggestions: "odile fernandez recetas anticancer", "odile fernandez anticancer", "Filtr odile fernandez recetas", "odile fernandez", "odile fernandez labayen", "fotos de odile fernandez labayen", "fotos de odile fernandez", "odile fernandez fotos", and "Ver todos los resultados para "odile fernada"". On the right side of the search bar, there is a profile picture of Ana Isabel and her name. Below the search bar, there are three tabs: "Tienda", "Páginas", and "Lugares". The main content area displays a post by "PAULA JIMÉNEZ" (Oncóloga y experta en nutrición HUCA) about a conference on nutrition and cancer. The post includes a photo of Paula Jiménez and a link to Eventbrite. At the bottom of the post, there are options to "Me gusta", "Comentar", and "Compartir". Below the post, there is a comment from "Eva Bernal Triviño" (Paula J Fonseca) dated "3 de febrero". The comment discusses a cancer awareness day and links to a website.

Una vez introducido el término tenemos la oportunidad de acotar con los filtros: publicaciones, personas, fotos, vídeos, tienda, páginas, lugares, grupos. De manera intuitiva podemos pensar en localizarla en «Personas» o en «Página», pero nos indica que no se ha podido encontrar nada.

La solución es recurrir a «Publicaciones», por si ella misma ha generado alguna de ellas... *Et voilá!* Encontramos una publicación con las palabras clave que habíamos localizado y nos sale la página «Mis recetas anticáncer». Si la visitamos, comprobamos que se trata de su página personal y que podemos contactar con ella por mensaje privado si lo necesitamos.

3.1.2. Buscar un caso concreto

En una redacción nos piden informarnos sobre el caso de una madre, víctima de violencia de género, que había huido con sus hijos porque un juez exigía que los entregase a su maltratador. Sabemos que ella se llama Juana y no tenemos más referencias. En este caso, la búsqueda por nombre carece de sentido y lo mejor es buscar por esos conceptos clave de los que tenemos detalle. Inmediatamente tenemos enlaces y publicaciones que nos servirán para documentarnos. Pero además, a la izquierda, tenemos la oportunidad de añadir

más filtros a la búsqueda. Imaginad que recordamos que hace unos años un amigo publicó algo de este tema. Podríamos buscarlo a través de la opción «Publicadas por > Tus amigos».

Filtrar resultados

PUBLICADAS POR

- Cualquiera
- Tú
- Tus amigos
- Tus amigos y grupos
- + Elige un origen...

PUBLICADO EN EL GRUPO

- Cualquier grupo
- Tus grupos
- + Elige un grupo...

FECHA DE PUBLICACIÓN

- En cualquier momento
- 2017
- 2016
- 2015
- + Elige una fecha...

Enlaces

El padre de los hijos de Juana Rivas la denunciará por «secuestro»
La mujer y los niños están desde este miércoles en paradero...
sevilla.abc.es
hace 2 horas · 203 veces compartido

El padre de los hijos de Juana Rivas la denunciará por "secuestro"
El abogado de Adolfo Alonso ha opinado además que se est...
www.ideal.es
hace 2 horas · 537 veces compartido

Juana Rivas huye con sus hijos para eludir entregarlos al padre maltratador
El juez ordenó a la madre llevarlos ayer a su expareja, conde...
www.abc.es
hace 13 horas · 2518 veces compartido

[Ver todo](#)

Vídeos

Juana Rivas no entrega sus hijos al padre
Juana Rivas no entrega sus hijos al padre | Así s...
Granada Digital
hace 20 horas · 5054 reproducciones

[Ver todos](#)

O, en otro caso, queremos saber si hay documentación anterior a la información actual. Para ello, marcaremos la opción «fecha de publicación». En el año 2015 no encontramos nada, pero si pulsamos en 2016 localizamos esta publicación, de una campaña de Change.org. Aquí tendríamos ya dos fuentes de contacto: la persona que lo ha compartido, que es de Granada y que puede conocer el tema, o quien inicia la petición de firmas en Change.org abriendo el enlace de la publicación. A partir de aquí nuestra labor, como fuentes informativas, sería acudir a ellas y contrastar. Pero Facebook nos ha proporcionado unos «hilos» de los que poder tirar.

juana hijos padre  Ana Isabel

Todos **Publicaciones** Personas Fotos Vídeos Tienda Páginas Lugares

Filtrar resultados

Publicaciones de tus grupos

Rafael Muñoz Garcia te ha invitado a unirte a este grupo.

Maria Martin Romero ha compartido un enlace en el grupo Grupo de Apoyo por la UNIDAD de la IZQUIERDA.

17 de diciembre de 2016 · Granada, Andalucía · 

FIRMAD POR FAVOR
TENEMOS SÓLO 3 DIAS!!!
No hay justicia para las mujeres maltratadas y sus hijos e hijas
LA TITULAR DEL JUZGADO DE PRIMERA INSTANCIA N° TRES DE GRANADA, ACUERDA MEDIANTE SENTENCIA DE 14 DE DICIEMBRE DE 2016, LA INMEDIATA RESTITUCIÓN DE DOS MENORES (DE 2 Y 10 AÑOS DE EDAD), A ITALIA CON SU PADRE MALTRATADOR.
Juana Rivas Gómez, 35 años, de nacionalidad española, vecina de Maracena (Granada), tuvo que escapar en el mes de mayo del ... Ver más

change.org

ABOGACIA DEL ESTADO: Juana necesita tu apoyo para impedir que sus dos hijos pequeños vuelvan con el maltratador

CHANGE.ORG

 1

3.1.3. Buscar por *hashtag*

Durante la intervención del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, en la Audiencia Nacional, las redes convirtieron en tendencia el *hashtag* #RajoyGurtel. Es probable que vuestro editor os pida una pieza sobre la repercusión en redes sociales y, entre estas, se debe buscar en Facebook. Introduciendo el *hashtag* aparecerán primero las publicaciones realizadas por amigos, pero más abajo aparecerán las publicaciones públicas. De ahí será de donde podremos seleccionar nuestro contenido.

3.2. Twitter

Twitter es el reino de la localización de la información y de las fuentes. Por aquí se comunican la gran mayoría de los sucesos en directo, y es donde existe una interacción más formal con otras fuentes, como políticos. Para muchos periodistas es cotidiano seguir las redes sociales de los políticos con más actividad para estar al corriente de las coberturas de sus agendas, reflexiones y comunicados personales que deseen transmitir, además de seguir interacciones que se producen entre ellos.

Como en todas las redes sociales, debemos estar dados de alta para poder acceder a su sistema de búsqueda con total eficacia.

3.2.1. Buscar tema o fuente

Imaginad que tenemos que hacer un reportaje sobre refugiados y debemos hablar con alguna ONG que esté especializada en este tema. Si vamos al buscador de Twitter, solo con incluir las palabras clave de nuestro tema ya obtenemos algunas previsiones sobre ello. Pero por el momento, esa predicción no resulta útil.

The screenshot shows a Twitter search interface with the query "ong refugiados". The results include tweets from several accounts, such as "Rescate Animal ONG" (@RescateA...), "Red Deporte" (@RedDeporteONG), and "ONG RESCATE CHILE" (@RESCATE...). The interface includes a sidebar with trending topics like "#HolaAgosto" and a sidebar menu with links to help center, privacy policy, and more.

Una vez cerramos la búsqueda, este es el primer resultado. Vemos dos menús, uno en la parte superior, donde podemos localizar por los más recientes (si estamos interesados en buscar por tuits de última hora), personas, fotos, videos, noticias o transmisiones.

This screenshot shows a search results page for "ong refugiados". It features a sidebar with filters for "Destacados", "Más reciente", "Personas", "Fotos", "Videos", "Noticias", and "Transmisiones". The main area displays a list of profiles under the heading "Personas". One profile, "Oscar Camps" (@camposcarr), is highlighted with a "Siguendo" button. Another profile, "ACoffeeForRefugees" (@ShareACoffeeFor), has a "Seguir" button. A quote from "Médicos Sin Fronteras" (@MSF_España) is also visible.

En principio, si pulsamos en «Personas» es donde localizaremos más fuentes informativas especializadas en este tema, como podemos comprobar. La búsqueda nos devuelve los perfiles más adecuados.

The screenshot shows a search results page for "ong refugiados". The top navigation bar includes links for Destacados, Más reciente, Personas, Fotos, Videos, Noticias, and Transmisiones. The main content area displays several profiles in a grid format:

- A quién seguir:** Includes profiles for ACNUR Comité Español, ONG Rescate, and ACoffeeForRefugees.
- Tendencias: España:** Includes profiles for ACNUR España, ACNUR Comité Español, ONG Rescate, and Refugia2org.
- Encuentra a personas que conoces:** Includes profiles for Oscar Camps, ACoffeeForRefugees, and Médecins Sin Fronteras.
- Leopoldo López:** Shows a profile for Leopoldo López.
- Hazte Oir:** Shows a profile for Hazte Oir.
- Bienvenido Agosto:** Shows a profile for Bienvenido Agosto.
- #Pdv1A:** Shows a profile for #Pdv1A.
- Ignacio Escolar:** Shows a profile for Ignacio Escolar.
- SEBIN:** Shows a profile for SEBIN.
- Garofía:** Shows a profile for Garofía.
- Dubai:** Shows a profile for Dubai.

Pero después de esta búsqueda, nuestro redactor jefe nos pide localizar una organización que se dedica a recoger refugiados en el Mediterráneo y cuyas oficinas están en Barcelona. En este caso, tendremos que ir a la búsqueda avanzada, que aparece en el menú de la izquierda.

Búsqueda avanzada

Palabras

Todas estas palabras

Esta frase exacta

Cualquiera de estas palabras

Ninguna de estas palabras

Estos #hashtags

Escrito en

Personas

Desde estas cuentas

Para estas cuentas

Mencionando estas cuentas

Lugares

Cerca de este lugar

Fechas

De esta fecha

a

Buscar

La búsqueda avanzada nos permite concretar por palabras, y además, por personas, lugares o fechas. Añadiendo las palabras clave, he precisado que la sede de lo que busco está en Badalona. De este modo, me da con la ONG que buscaba, Proactiva Open Arms. Así hemos comprobado que este nombre de la ONG coincide con el que citaba en el perfil uno de nuestros anteriores resultados «Óscar Camps», que es el fundador de la ONG. Por lo tanto, tendremos ya dos fuentes de posible acceso: la asociación y su fundador.

refugiados mediterráneo near:"Badalona, España" within:15mi

Destacados Más reciente Personas Fotos Videos Noticias Transmisiones

Filtros de búsqueda - Ocultar

De cualquier En cualquier lugar Todos los idiomas

Búsqueda avanzada

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

Sergio Rodrigo @SRodri... Seguir

Sergio Rodrigo @SRodri... Seguir

Seguido por Mariluz Congosto Averías del Metro @metr... Seguir

Encuentra a personas que conoces

Tendencias: España · Cambiar

#HolaAgosto
¡Que comience la guerra para conseguir una hamaca! 😊

#FelizMartes
@europapress, @Elkokopamilla y 5 más están twitteando sobre esto

Leopoldo López

Personas

PROACTIVA OPEN ARMS @openarms_fund

Organización sin ánimo de lucro creada para realizar tareas de salvamento y socorrismo a refugiados en las...

Seguido por Flor de Torres y 199 más

Misiones Salesianas @MSalesianas · 11 min

Para muchos el #Mediterráneo no es el lugar idílico de #vacaciones. Para #refugiados #migrantes y #voluntarios es una pesadilla diaria...

Para documentarnos sobre el trabajo que realizan, lo más adecuado es ver sus tuits y, sobre todo, vídeos o imágenes. Si realizamos la búsqueda por el nombre de la ONG y marcamos en el resultado «Fotos», nos sale este resultado.

proactiva open arms

Destacados Más reciente Personas Fotos Videos Noticias Transmisiones

Filtros de búsqueda - Ocultar

De cualquier lugar

En cualquier lugar

Todos los idiomas

Búsqueda avanzada

A quién seguir - Actualizar - Ver todos

- Kepa Fuentes @kepfue... [Seguir](#)
- Anna Hernandez @Annu... [Seguir](#)
- Proactiva Open Arms @... [Seguir](#)

Encuentra a personas que conoces

Tendencias: España - Cambiar

#HolaAgosto
¡Qué comienza la guerra para conseguir una hamaca! 🌈

#FelizMartes
@europapress, @Elkokoparrilla y 5 más están twitteando sobre esto

Garofía

n/search?f=imágenes&vertical=default&o=proactiva+open+arms&src=tvod

Si pulsamos en una de las fotografías, podemos obtener más fuentes de consulta, como en este caso, donde podemos contactar con @SantiPalacios, fotógrafo que va en el barco de Open Arms.

proactiva open arms

Destacados

Javier Bauluz @javierbauluz · 27 jul.

44 #Mujeres en la patera. En shock, violadas #Libia 8 muertas 4 huérfanos play.cadenaser.com/audio/001RD01... Entrevista @SantiPalacios n @openarms_fund

Mujeres Juezas, CEAR, Raquel González y 7 más

© Santi Palacios

También podemos realizar búsquedas por *hashtag* con el símbolo almohadilla. Por ejemplo, si nos piden hacer una información con la repercusión en redes de *Juegos de Tronos*, simplemente buscando #JuegodeTronos podremos localizar actividad sobre este tema.

#JuegodeTronos

Destacados Más reciente Personas Fotos Videos Noticias Transmisiones

#gameofthrones

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

Juego de Tronos™ @Ju...  Seguir

Juego de Tronos enM+ @...  Seguir

Series en Movistar+ @...  Seguir

Encuentra a personas que conoces

Tendencias: España · Cambiar

Hazte Oír
Hazte Oír presenta su avioneta contra 'Ley Mordaza LGBT'

Garoña
El Gobierno no reabrirá la central nuclear de Garoña

#HolaAgosto
¡Que comience la guerra para conseguir una hamaca! 😊

#PDG42

#VueltaBurgos

#zapeando925

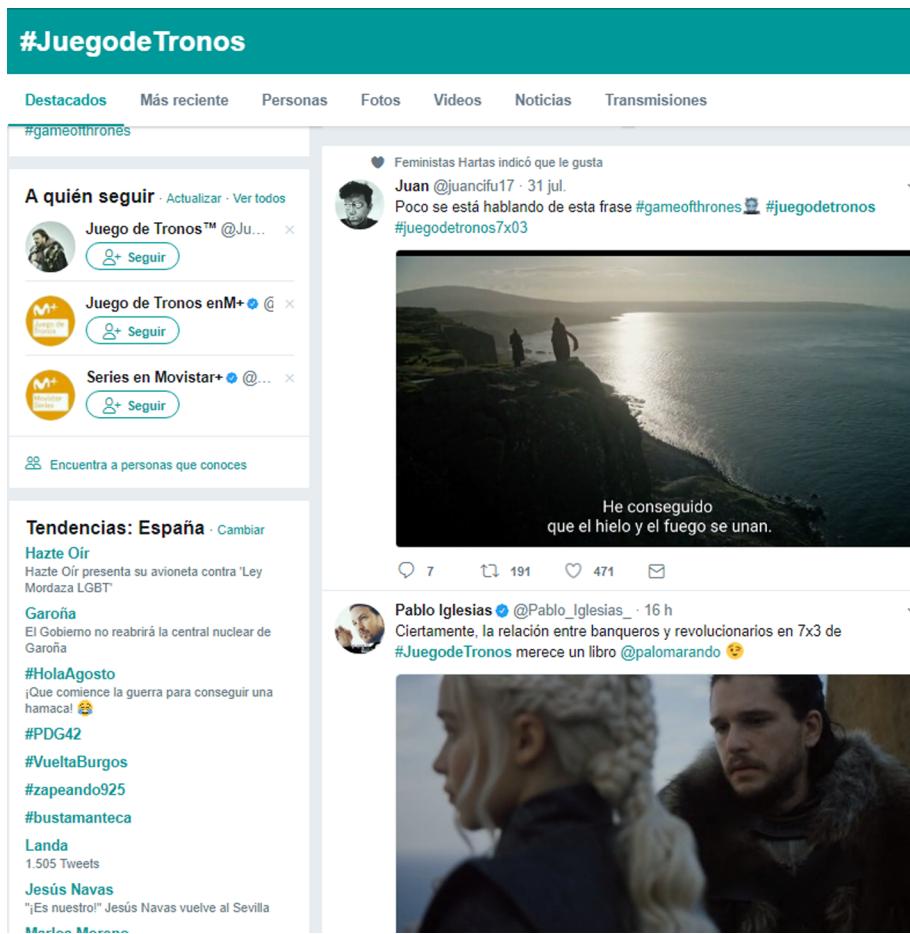
#bustamanteca

Landa
1.505 Tweeps

Jesús Navas
"¡Es nuestro!" Jesús Navas vuelve al Sevilla

Marcos Moreno

Feministas Hartas indicó que le gusta
Juan @juancifu17 · 31 jul.
Poco se está hablando de esta frase #gameofthrones  #juegodetronos  #juegodetronos7x03



3.2.2. Buscar por listas

Twitter permite realizar filtrados a través de listas. Son realmente útiles, sobre todo, cuando se quiere agrupar a especialistas de referencia y, por lo tanto, controlar sus publicaciones o la evolución de un tema determinado. Son muy recurrentes en casos especiales, como ocurrió con el atentado de *Charlie Hebdo*, o con cualquier elección o campaña electoral. Son una fuente de información muy valiosa para el periodista y con rapidez de acceso, un manual de referencia de fuentes que, además, puede obtener de otros compañeros (si estos las dejan abiertas). Frente a la gran cantidad de fuentes, elaborar una lista supone ya un trabajo de filtrado propio que nos elimina mucha información que no nos aporta nada y que impide centrarnos en lo que realmente necesitamos. Es un espacio de acceso a fuentes y, a la vez, de documentación. A través de ellas podemos localizar contactos a los que escribir por MD (mensaje directo, y privado, de Twitter).

Perfiles como los de la periodista Carmela Ríos (@CarmelaRios) son un referente en cuanto a la creación y uso de listas.

Carmela Ríos [@CarmelaRios](#)

Tweets 43,3 K Siguendo 2.525 Seguidores 32,6 K Me gusta 12 K Listas 46 Momentos 9

[Siguendo](#)

Servicios emergencia por Carmela Ríos	
15 miembros	
Periodistas Cataluña por Carmela Ríos	
Periodistas con fundamento en Barcelona	
10 miembros	
Ceuta y Melilla por Carmela Ríos	
25 miembros	
Periodistas en Turquía por Carmela Ríos	
11 miembros	
Medios Cataluña por Carmela Ríos	
38 miembros	
Period. política francesa por Carmela Ríos	
23 miembros	
Partidos políticos por Carmela Ríos	
35 miembros	
Periodismo móvil por Carmela Ríos	
52 miembros	
Aviación por Carmela Ríos	
20 miembros	
Periodistas OPROX por Carmela Ríos	
Periodistas en Irak y región.	
78 miembros	

Pero también podemos controlar los contenidos o las fuentes a través de otras herramientas, como Tweetdeck, con la que podemos gestionar varias cuentas a la vez. Imaginemos que nos encargan controlar en una sesión de control al Gobierno las cuentas de diputados del PP y de Podemos. Desde la opción «Añadir columna» podemos agregar todo tipo de elementos para controlar: nuestro usuario, nuestras notificaciones, búsquedas específicas, listas, por *likes*, mensajes privados, menciones, seguidores o temas que sean *trending topic*.

Choose a column type to add X



Home



User



Notifications



Search



List



Collection



Activity



Likes



Messages



Mentions



Followers



Scheduled

Messages
(all accounts)Mentions
(all accounts)

Trending

En el caso que habíamos propuesto, pulsaríamos «User» y buscaríamos a un diputado del Partido Popular. En concreto, al diputado Rafael Hernando. Una vez localizado, pulsamos en «Add Column». Y lo mismo hacemos con el diputado de Podemos, Rafael Mayoral. Una vez añadidos, podremos ver en columnas (las dos últimas de la derecha) cada uno de los perfiles y ver al momento sus actualizaciones.

Add a User column

SEARCH RESULTS

-  **Rafael Hernando** @Rafa_Hernando
-  **Rafa Hernando** @RafaHernando
-  **Hernando Rafael** @RafaelRafa02
-  **rafa hernando** @tuertodelpuerto

YOUR ACCOUNTS

-  **Ana I.Bernal Triviño** @anaisbernal

User @anaisbernal

 **Ana I.Bernal Triviño** @anaisbernal 7h
La Fundación Franco hará apología de la dictadura con las visitas al Pazo de Meirás [publico.es/politica/funda...](#)
@publico_es

 **Ana I.Bernal Triviño Retweeted**
Feminicidio.net @feminicidio 8h
Asesinado de una mujer de 66 años a puñaladas en Boiro, #Galicia relacionado con un caso de drogas.
[elpais.com/ccaa/2017/07/3...](#)

 **Ana I.Bernal Triviño** @anaisbernal 14h
Maltratador, por @luixo80 🙌



[← Back](#) [Add Column](#)



También podemos filtrar por contenidos.

En Twitter, las noticias virales y que generan mayor actividad se denominan *trending topic*.

Como concreta Cobo (2012, pág. 135), la creación de un tema como *trending topic* tiene que ver con el volumen de distintos usuarios que usan una palabra clave, su cantidad de RT y la competencia que pueda existir en esos momentos. También depende de su ubicación geográfica.

Estas noticias son foco de interés y muchas veces se generan noticias a través de ellas.

Por ejemplo, es frecuente leer noticias sobre la actividad o las respuestas que los políticos mantienen entre sí en la red social, como en los siguientes ejemplos.



El 'tuit-trampa' de Eduardo Garzón en el que ha caído Toni Cantó

- | El asesor del Ayuntamiento de Madrid cita, sin decirlo, un boletín del BCE que sostiene que los países con moneda propia atajan mejor sus problemas de deuda
- | El diputado de Ciudadanos critica la idea como propia del 'Monopoly' y Garzón le responde, ahora sí, que es un informe publicado por el BCE

eldiario.es Política

35 comentarios

06/07/2017 - 17:55h



PUBLICIDAD

An advertisement for ILUNION Hotels. It features four smaller images of hotel exteriors and pools, each with a '-15%' discount offer. To the right, there is a larger box for 'Hotel ILUNION Islantilla' with the text 'desde 75,73 €/noche'. A black button labeled 'OCULTAR PUBLI X' with a white 'X' is located in the top right corner of this box.

El asesor del concejal de Hacienda del Ayuntamiento de Madrid, Eduardo Garzón, ha aprovechado un extracto de uno de los boletines del Banco Central Europeo para tender una trampa en Twitter a quienes suelen criticar sus ideas políticas y económicas. Garzón ha logrado que cayera el diputado de Ciudadanos Toni Cantó.

Rifirafe en Twitter entre José Blanco y Pablo Iglesias a cuenta del vestuario para ir a Zarzuela

El eurodiputado del PSOE ha tachado de "postureo" la decisión de Iglesias de acudir a la audiencia real sin chaqueta

El secretario general de Podemos la ha respondido: "A la reunión con Dorribo en la gasolinera de Guitiriz ¿Fuiste con traje o en mangas de camisa?"

eldiario.es [Seguir a @eldiarioes](#)

62 comentarios

28/07/2016 - 14:34h



[OCULTAR PUBLI X](#)

PUBLICIDAD



Máster
Secundaria Ui1

Formación de
Calidad a Distancia.
¡Abierto el Plazo de
Matrícula!



José Blanco @pepeblancoEP

Jul 28, 2016

Cuento postureo. @Pablo_Iglesias_ va a los premios Goya de esmoquin y pajarita y a la audiencia con el Rey en mangas camisa . Jbl

[Follow](#)



Pablo Iglesias

@Pablo_Iglesias_

A la reunión con Dorribo en la gasolinera de Guitiriz ¿Fuiste con traje o en mangas de camisa @pepeblancoEP 😊?
es.m.wikipedia.org/wiki/Caso_Camp...

Tweetdeck tiene la opción de controlarlas en columnas también. Si pulsamos la opción «Trending» con el símbolo del juego, se comprueba que hoy «Leopoldo López» es uno de los temas del día. Procedemos a aceptar y añadir a columna, con lo que recibimos todas las noticias y tuits que contengan su nombre. De esta forma, controlamos todas las actualizaciones.

Pero a la derecha tenemos opción de concretar bastante más la búsqueda mediante otros campos: contenido, localización, usuarios, *engagement* y preferencias. Las más usadas son las cuatro primeras.

Siguiendo con el ejemplo, en el campo «Contenido» podemos marcar si queremos ver todos los tuits o solo aquellos que contengan imágenes, vídeos, GIF, emisiones en directo, solo de medios o aquellos que contengan enlace; además de añadir palabras excluyentes (por ejemplo, que no contengan el apellido «Maduro»), concretar fechas de búsqueda, lenguaje y si incluimos los RT que se hayan producido.

En nuestro caso, hemos limitado también la localización a aquellos tuits procedentes solo de Caracas. Luego hemos realizado otro cambio, ya que queríamos saber qué han opinado como fuentes los diputados del Partido Popular.

Así que hemos cambiado la localización de Caracas a Madrid, y en usuarios hemos elegido una lista creada por el propio partido, que reúne a todos sus diputados. Y hemos localizado solo a una diputada que se ha manifestado al respecto.

La opción *engagement* también nos resulta útil, por ejemplo, cuando queremos controlar el impacto en la comunidad de usuarios, como los RT o los *likes*.

The screenshot shows a social media application's interface. On the left, there is a sidebar with various icons for notifications, users, and search. The main area has several tweet cards:

- Miguel Angel liked a Tweet you were tagged in** by Emily Kanjo (@emilykanjo) 6h ago. The tweet discusses the grandeur of the figure of Franco.
- User @User** (Rafa Mayoral) 1d ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "La concepción de justicia fiscal que tiene el PP es la de amnistía para los fraudeadores". It includes a video thumbnail of a press conference.
- User @User** (Rafael Hernando) 1d ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "La paz, la democracia y la libertad de los presos políticos han de ser inquebrantables. España, con el pueblo venezolano, MR". It includes a video thumbnail of a press conference.
- User @User** (Lilian Tintori) 7h ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "12/27 de la madrugada: Momento en el que la dictadura secuestra a Leopoldo en mi casa. No lo van a doblegar!". It includes a video thumbnail of a car interior.
- Rafa Mayoral Retweeted** by Rafael Hernando 3d ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "Demandó a @Deliveroo_ES por despido nulo de Víctor en Valencia. Esto no se para. #DenunciaDeliveroo". It includes a photo of three people holding blue signs.
- J. F MARTINEZ Retweeted** by Emily Kanjo (@emilykanjo) 9m ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "Cuándo acabará que los Partidos y la Justicia permitan esta vergüenza". It includes a photo of a document.
- User @User** (Veronica Davalos) 1d ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "Y derecho de retracto a afectad@s#BSCH negocia con fondo Blackstone la venta de activos inmobiliarios del Popular elperiodico.com/es/economia/20...". It includes a photo of Mariano Rajoy Brey speaking at a podium.
- Rafa Mayoral Retweeted** by Rafael Hernando 4d ago. The tweet quotes Mariano Rajoy Brey: "Hemos llegado a importantes".

On the right, there is a search results page for "Leopoldo López". The search filters are set to "Content Matching 'Leopoldo López'" and "Location Within 200km of Caracas, Venezuela". The results show several tweets from users like jose rondon (@joserondon173), LA JUSTICIA DIVINA (@fc240...), Manuel Malaver (@MMalaverM), and Guillermo Call (@Guillermo_Call). The interface includes standard social media controls like share, clear, and remove.

This screenshot shows the same social media interface as the previous one, but with a different search filter applied to the search results page for "Leopoldo López". The filter dropdown is now set to "all Tweets". The search results page shows a different set of tweets from users like Lacia Merida D (@laciamerid) and Mariel Gosen (@marielgosen). The rest of the interface and timeline are identical to the first screenshot.

3.3. Instagram

Instagram es conocida como la red social con mayor *engagement*, pero su sistema de buscador resulta muy básico. Si se realiza por palabras clave, el sistema ofrece usuarios afines disponibles. Y luego el sistema de búsqueda se centra en *hashtags*. En este caso, hemos buscado «refugiado», pero comprobamos que no permite una búsqueda más avanzada que filtre mejor los contenidos. El acceso a esta búsqueda puede realizarse desde el ordenador o desde la app para móviles, donde también las búsquedas pueden centrarse en localización. El formato de Instagram Stories también puede etiquetarse bajo *hashtags*.

| Instagram

Buscar



C



#refugiados

39.106 publicaciones

Publicaciones Destacadas



4. Puntos para recordar en el acceso virtual a fuentes

A la hora de acceder virtualmente a diferentes fuentes debemos recordar los puntos siguientes:

- Manejar el vocabulario básico, como: *engagement*, palabras clave, *hashtag*, *trending topic*.
- Que sean fuentes de acceso virtual no indica que esas fuentes sean virtuales. Son personas y, como tales, debes dirigirte a ellas sin subestimar y como se realizaría en cualquier entorno profesional.
- Ese acceso profesional debe conservarse tanto cuando realizas un contacto en redes de expertos como con fuentes sociales. Sé siempre consciente que dependiendo del trato que ofrezcas, la fuente estará más o menos cómoda contigo para ofrecerte información. Indica tu nombre, medio, motivo, cómo lo has contactado y qué deseas. Proporciona otras formas de contacto alternativas, como correo electrónico o teléfono.
- Controla siempre que estás hablando con personas reales, que no sean identidades falsas. Detecta si es una cuenta *fake*, es decir, falsa o con identidad suplantada.
- Para saber la garantía de una fuente, puedes controlar aspectos como cuándo publica, los contenidos, las interacciones con otros usuarios...
- Comprueba (sobre todo en el caso de políticos) si la información viene firmada por él o por su equipo de gabinete.
- La creación de listas de fuentes por parte de los medios que se comparten con su comunidad (como hizo la BBC durante las coberturas de Oriente Medio en 2011) añade un plus de transparencia informativa.

5. Periodismo ciudadano y redes sociales: ¿herramienta democrática o intrusismo?

Medios, política y ciudadanos forman un núcleo sólido. Durante años se ha criticado la función de los medios de comunicación como creadores de consumidores pasivos, una excesiva mercantilización, una dependencia de medios e instituciones, un descenso del pluralismo informativo y una marginación de voces alternativas, alejándose de su propósito social.

Una de las consecuencias más notables de esta tendencia es la «espiral del silencio» presentada por Noelle-Neumann, donde el sujeto se suma a la opinión mayoritaria sin cuestionarla, lo que contribuye a su crecimiento y consolidación. De esta forma, como sostenía Cohen (1963, pág. 13), la prensa en lugar de fomentar el «qué pensar» se centra en el «qué pesar», delimitando los temas de agenda y configurando una construcción de la realidad enfocada a sus intereses.

En estas circunstancias, la veracidad de la información depende de las perspectivas de negocio e ideológicas de la empresa periodística (De Pablos, 2008). La prensa ha creado unas tendencias informativas débiles, como el «infotainment» o las *softnews*, como respuesta a la necesidad de ocio de la audiencia en detrimento de asuntos informativos y propuestas sociales en las agendas mediáticas.

La llegada de internet y de nuevas herramientas de comunicación ha alterado la unidireccionalidad del mensaje. Se camina hacia una «comunicación socializada», donde se pasa de una «comunicación de masas a una auto-comunicación de masas» con autonomía cuyo movimiento horizontal crea solidaridad y confianza entre los usuarios (Castells, 2011). En esa esfera pública es donde la sociedad civil debe ejercer su capacidad participativa en el espacio de debate.

La ciudadanía, con su participación, puede determinar la agenda pública mediática, lo que evidencia un nuevo empoderamiento de los ciudadanos. No obstante, aunque las nuevas tecnologías abaratan la emisión del mensaje y su acceso, algunos autores tienen reservas en cuanto a su alcance y efectividad para transformar la sociedad.

Hay quien mantiene que la red ha servido de plataforma para movimientos como el 15-M, donde el factor de la edad y el perfil fueron determinantes. Un estudio de Sampedro, Sánchez Duarte y Poletti (2013) mostraba que los jóvenes votantes de izquierda y ciberactivistas sociales tenían una mejor conside-

ración de las nuevas tecnologías como cauces de participación; mientras que los mayores de tendencia conservadora y más partidistas consideraban menor su repercusión.

Es evidente que la democratización de los procesos de acceso, producción y difusión de información en la red ha propiciado un nuevo escenario. Con estos factores podemos considerar que la red es una herramienta democrática en la medida en que permite a nuevos grupos virtuales crear discursos alternativos, con un cuestionamiento abierto. Pero, entre todos, debemos asumir que en este caso, más allá de lo acertado o desacertado del término, el periodismo ciudadano debe considerarse principalmente como una fuente ciudadana, ya que la labor de documentar y contextualizar (dos pilares básicos de la profesión) es tarea del periodista.

Cervino (2013, pág. 47) reflexiona sobre esta disyuntiva:

«Rechazamos la expresión “periodismo ciudadano” porque su denominación convierte el contenido que producen los ciudadanos automáticamente en periodismo. Un vídeo, una imagen, una información, una opinión son partes de un reportaje periodístico pero no constituyen el periodismo. La participación de los ciudadanos en la aportación de contenido no sustituye el rol del periodismo fiscalizador, seleccionador y gestionador de la información de manera responsable y ética.»

5.1. El papel de Twitter en el empoderamiento ciudadano

Los medios sociales cuestionan la ideología individualista del periodismo tradicional. Entre ellas, Twitter es una de las redes más eficaces. Para Castells (2011), los movimientos nacen en la red, en redes o blogs, y dispersan sus mensajes en redes como Twitter, un «instrumento de activación y mantenimiento del movimiento y de distribución viral de imágenes». Para Kwak, Lee, Park y Moon (2010), Twitter proporciona una información en «cascada» continua.

Las razones del consumo de Twitter se definen en dos bloques. Primero, las características de contenido (actualización de actividad e información a tiempo real). Segundo, las características tecnológicas (brevedad, movilidad, percepción personal e integración). Twitter permite la desintermediación de las noticias y socava el concepto de *gatekeeping* de los periodistas. Twitter aporta, ante todo, un cambio en las formas de distribución, compartiendo el mismo espacio periodistas y ciudadanos.

Esa distribución depende de momentos de «mayor trauma colectivo», según Pérez Díaz, Berná y Arroyas (2013), donde Twitter actúa como un mecanismo efectivo de «sensibilización ciudadana y de movilización». De este modo, los usuarios de Twitter se convierten en «sensores sociales de noticias» (Sakaki y otros, 2010). Precisamente, en esos momentos de mayor intensidad es cuando los personajes que ironizan sobre los hechos (*fakes*) tienen menor repercusión, lo que para Congosto y Aragón (2013) «rebate la fama de “frivolidad” de los usuarios de Twitter». Pero, además, la mayoría de los usuarios de redes sociales como Twitter suele mostrar interés por una agenda más social y vinculada a

derechos humanos que los que entran directamente a la página de inicio de un medio, que suelen visitar temas más banales (Bernal, 2013). No obstante, a pesar de que se defina en determinadas ocasiones una tendencia más progresista en los comentarios de Twitter, la red no evita la espiral del silencio defendida por Noelle-Neumann, sino que la perpetúa (Hampton y otros, 2014). Pero sí que provoca cambios en la agenda informativa, de modo que, como puntualiza Cerviño (2013, pág. 79), «mientras la agenda de los medios sigue orientando la agenda pública, la agenda pública constituida por el capital social de la web 2.0 también orienta la agenda de los medios». Se conforma, entonces, lo que se denomina una *intermedia agenda-setting*.

Sobre este proceso debemos destacar varios puntos:

- El emisor de contenidos no es un periodista, pero eso no implica que no deba existir constancia de su participación. Como cualquier otra fuente, debe ser citado si el contenido creado se publica en un medio de comunicación.
- Para no caer en la infoxicación, la emisión y recepción de contenidos deben estar sujetas a la verificación de la información, que debe ser desarrollada por un profesional, principalmente.
- Existen noticias donde la presencia del periodismo ciudadano es mayor, como el desarrollo de manifestaciones o la cobertura de sucesos como accidentes o atentados.
- Este tipo de participación fomenta incluso el desarrollo de noticias en redacciones que se nutren únicamente de la informaciones de los usuarios.
- Algunos de los aspectos que son de más fácil falsificación son las fotografías, vídeos y perfiles no reales o suplantación de identidad en redes sociales. No obstante, existen herramientas digitales, como en el caso de fotografías y vídeos (sobre todo con el móvil mediante el sistema de geolocalización), que permiten controlar la fiabilidad de los contenidos. Este proceso, como se indicaba, requiere a un profesional que conozca las fuentes y el proceso comunicativo.
- No devaluar el aporte del periodismo ciudadano. Esta participación nace de la necesidad de que la audiencia se integre en los canales de comunicación para no sentirse ausente en el proceso.
- Como aspecto positivo, el denominado como periodismo ciudadano permite integrar otras perspectivas, e incluso contenidos de sucesos a los que, por inmediatez, no se tiene acceso. El cuestionamiento de su veracidad debe guiarse por el mismo criterio que el contraste de las noticias tradicionales. Pero debe quedar claro que su naturaleza ciudadana no debe ser motivo para ser devaluado o rechazado como fuente de no garantía. Cada

día, en las redacciones, recibimos cientos de notas de prensa de políticos o empresas que se consideran fuentes fiables, cuando son fuentes interesadas. Asimismo, en los últimos años se han producido errores de publicación en los que no han tenido implicación los ciudadanos.

- Sí debe contemplarse el papel del móvil y de las redes en el desarrollo de un periodismo comunitario o de asociacionismo, que tiene en estas herramientas los soportes necesarios para convertirse, por sí solo, en emisor de información. Por un lado, el periodismo móvil necesita un espacio de difusión inmediata que canalice y distribuya los contenidos: he aquí la fortaleza de las redes sociales. Y, por otro lado, las redes sociales necesitan generadores de contenidos rápidos y de calidad, valor que es aportado por los contenidos móviles.

Un buen ejemplo del impacto que pueden ocasionar el periodismo ciudadano móvil y las redes es el del golpe de estado en Turquía en el año 2016 (imágenes 1 y 2). Las informaciones que los ciudadanos transmitían por Periscope o Facebook Live fueron imprescindibles para comprender el desarrollo del golpe. Actualmente, ese acontecimiento se conoce como «la noche de los móviles» o «la noche del *streaming*», a pesar de que los golpistas bloquearon el acceso a plataformas como Twitter, Facebook o YouTube. Pero incluso el presidente del Gobierno turco hizo un comunicado oficial por medio de Facebook Live para los ciudadanos.

Así lo narraba Martín (2016) para el medio CTXT:

«Muchos usuarios habituales consiguieron evitar el bloqueo gracias a conexiones con servidores VPN (red privada virtual) que permiten el uso de todo tipo de aplicaciones gracias a una conexión anónima y confidencial, como es el caso de TunnelBear. Además, sitios como Reddit fueron una buena fuente de información adicional al contenido multimedia. La población turca, entre el asombro y la incredulidad sobre lo que estaba pasando, se dedicó a documentarlo todo con sus teléfonos móviles.

De la ignorancia de los hechos, se pasó a la sobreinformación colectiva que las redes sociales vertían en los receptores digitales; un plano totalmente detallado de lo que sucedía en las ciudades afectadas por el golpe: la situación de los militares, la posición de los tanques, los cortes en las carreteras...

La noche avanzaba y las informaciones que llegaban desde la capital atestiguan un éxito aún no confirmado del golpe de Estado perpetrado por los militares. El país, sin su presidente en territorio nacional, se sumía en la confusión con la ida y venida de testimonios por toda Turquía, y el Gobierno, que había denunciado unas horas antes el intento golpista, estaba a la expectativa. Fue entonces cuando Erdogan compareció por FaceTime desde su móvil con una llamada a una presentadora local en directo. Alentaba a la población a salir a la calle, a acabar con el alzamiento militar.»

Bibliografía

- Bernal Triviño, A. I.** (2013). «Audiencias y temas de noticias en medios online y Twitter El caso de elpais.com». *V Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. Audiencias Activas y Periodismo*. Bilbao.
- Canavilhas, J.; Ivars-Nicolás, B.** (2012). «Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España». *El profesional de la información* (enero-febrero, vol. 21, núm. 1, págs. 63-69).
- Castells, M.** (2011). «Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de Internet» [prefacio]. *Anuari del conflicte social 2011* (págs. 11-19). Barcelona: Observatori del Conflicte Social. <<http://revistes.ub.edu/index.php/ACS/article/view/6235/7980>>
- Cerviño, B.** (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas*. [trabajo final de máster dirigido por Lorenzo Vilches]. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cobo, S.** (2012). *Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- Congosto, M.; Aragón, P.** (2013). «Twitter, una sonda permanente de opinión y una vía para canalizar acciones ciudadanas». *IV Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas GIGAPP-IUIOG*. Instituto Nacional de Administración Pública, 23 y 24 de septiembre.
- Cohen, B.** (1963). *The press, the public and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- De Pablos, J.** (2008). «Propuesta de metodología para duelos mediáticos en periodismo político. Aplicación al tratamiento informativo de El País a la crisis entre Uribe y Chávez por los rehenes de las FARC (2007-2008)». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (vol. 14).
- Haptom, K.; Rainie, L.; Lu, W.; Dwyer, M.; Shin, I.; Purcell, K.** (2014). *Social media and the spiral of silence*. Washington, D. C.: Pew Research. <<http://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/>>
- Herrero, E.** (2015). «La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico». *TransInformação, Campinas* (vol. 27, núm. 2, págs. 165-171). <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/viewFile/2927/1965>>
- Kwak, H.; Lee, C.; Park, H.; Moon, S.** (2010). *What is Twitter, a Social Network or a News Media?* Raleigh, NC: International World Wide Web Conference Committee. <<http://an.kaist.ac.kr/~haeoon/papers/2010-www-twitter.pdf>>
- Martín, J.** (2016). «La noche del streaming». *Ctxt.es*. <<http://ctxt.es/es/20160713/Politica/7232/turquia-redes-sociales-golpe-de-estado.htm>>
- Noguera, J. M.** (2012). *Redes y periodismo: cuando las noticias se socializan*. Barcelona: Editorial UOC.
- Pérez, P.; Berná, C.; Arroyas, E.** (2013). «La interpretación simbólica de los desahucios en España a través del frame: Un análisis semántico de la conversación en Twitter». *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*. Universidad Internacional de La Rioja. <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247767>>
- Puromarketing.com** (2011, 11 de agosto). «El 97 % de los periodistas usa las redes sociales como fuente de información e investigación». *Puromarketing.com*. <<http://www.puromarketing.com/16/10569/periodistas-redes-sociales-como-fuente-de-informacion.html>>
- Sampedro, V.; Sánchez Duarte, J.; Poletti, M.** (2013). «Ciudadanía y tecnopolítica electoral. Ideales y límites burocráticos a la participación digital». *Co-herencia* (núm. 18, págs. 105-136). <<http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/co-herencia/article/view/2135>>
- Sakaki, T.; Okazaki, M.; Matsuo, Y.** (2010). «Earthquake Shakes Twitter Users: Real-time Event Detection by Social Sensors». *Proceedings of the 19th international conference on World Wide Web, ACM* (págs. 851-860). Nueva York, NY: Association for Computing Machinery (ACM). <<http://www.ymatsuo.com/papers/www2010.pdf>>

Varona-Aramburu, D.; Sánchez-Muñoz, G. (2016). «Las redes sociales como fuentes de información periodística: motivos para la desconfianza entre los periodistas españoles». *El profesional de la información* (vol. 25, núm. 5, págs. 795-802).