
Com localitzar i contactar amb fonts virtuals?

PID_00250297

Ana Isabel Bernal Triviño

Temps mínim de dedicació recomanat: 3 hores



Índex

1. Un nou rumb informatiu.....	5
2. Com arribar fins a la font... virtual.....	6
3. Com filtrar fonts o temes.....	11
3.1. Facebook.....	11
3.1.1. Buscar una persona.....	12
3.1.2. Buscar un cas concret.....	13
3.1.3. Buscar per <i>hashtag</i>	16
3.2. Twitter.....	17
3.2.1. Buscar tema o font.....	17
3.2.2. Buscar per llistes.....	22
3.3. Instagram.....	29
4. Punts per a recordar en l'accés virtual a fonts.....	31
5. Periodisme ciutadà i xarxes socials: eina democràtica o intrusisme?.....	32
5.1. El paper de Twitter en l'empoderament ciutadà.....	33
Bibliografia.....	37

1. Un nou rumb informatiu

Un periodista val, en part, pel que valen les seves fonts i la seva agenda. D'elles en dependrà la credibilitat. Si seguim aquesta premissa, no cal dir que ara s'hi suma un nou espai. Si les xarxes socials han canviat les rutines de participació dels mitjans de comunicació i els seus lectors, no és menor l'impacte en el contacte de fonts. Els canals d'arribada de temes i de notícies han canviat. La xarxa social ens permet buscar el que necessitem com a punt de partida per al nostre treball, documentar-nos, contactar amb fonts, rebre o enviar informació i verificar-la.

Abans el periodista sempre havia de sortir a buscar. Ara és probable que li arribi una història entre tendències o propostes personals de ciutadans. Abans la localització d'experts era més complicada i restringida. Ara, amb una senzilla cerca en qualsevol xarxa social, es pot contactar amb diversos, buscar-ne les participacions en d'altres mitjans i ajustar si es correspon amb el que necessitem.

Es pot dir que les xarxes socials són l'edèn, el paradís de les fonts informatives. Ja sabem que sense fonts no tenim informació per a explicar i contrastar, però com en qualsevol paradís, també podem trobar «brossa». La nostra tasca, com a periodistes, és exercir de filtre per a seleccionar només fonts de qualitat. En un món virtual, on es poden falsificar identitats, hem de qüestionar i comprovar les fonts virtuals amb què volem treballar. El que ens diferencia com a periodista és precisament la contextualització i la verificació de la informació. Un bon professional que es mogui per les xarxes socials ha de controlar aspectes com el rigor, el monitoratge, la qualitat, la creativitat, i conèixer l'audiència i la innovació del sector, a més d'introduir-se en tècniques d'anàlisi i d'abast.

De testimonis oculars n'hi ha molts. De periodistes que ho expliquin, contextualitzin i sàpiguen triar les fonts adequades, no.

2. Com arribar fins a la font... virtual

Abans d'arribar a la font virtual, farem un repàs per l'arribada a una font real de forma tradicional, i comprovarem que el sistema no dista massa, tret de l'entorn en què es produeix.

L'actualitat informativa es reflecteix en l'establiment d'agenda (*agenda-setting*), en la qual s'inclouen els temes que, segons el parer del periodista o del prescriptor (*gatekeeper*), són notícia o no ho són. En funció de la importància, en aquesta agenda adquireix un paper especial cadascuna de les informacions. Aquest conjunt de notícies seleccionades es coneix com a agenda informativa, i és de vital importància perquè amb ella indiquem als ciutadans què han de pensar, què han de qüestionar i què no. A partir d'ella fem una construcció de la realitat.

Per a cadascuna d'aquestes notícies és imprescindible l'accés a fonts informatives, els protagonistes de la notícia: els que la sofreixen, la pateixen, en gaudeixen o la celebren. Les fonts poden ser **persones** o **empreses/entitats** o **documents**, poden ser individuals o col·lectives. Les fonts també poden ser compartides o exclusives, i és aquí on les xarxes, com a espai virtual, modifiquen aquesta relació. Amb l'arribada de les xarxes, de vegades, són elles les generadores de continguts, de fonts pròpies i, en definitiva, acaben per generar una notícia completa. Per tant, les fonts virtuals es converteixen en generadores de notícies.

Un altre apunt és diferenciar entre font directa (a la qual accedim com a periodistes de manera directa per a obtenir la declaració) i font indirecta, on s'inscriuen les xarxes socials. Per mitjà d'elles podem localitzar temes, exclusives, experts i testimonis, tendències futures o previsió de temes, o fins i tot perfils de víctimes o de culpables.

Exemple de font indirecta

Aquest és el cas, per exemple, de la següent crònica de Noemí Trujillo sobre un maltractador que acabava de matar la seva parella. La periodista detalla com ell, en les xarxes socials, oferia una visió molt diferent del que finalment va fer:

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".

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.



Les fonts 2.0 són definides per Canavilhas i Ivars Nicolás (2012) com «proveïdors d'informació que ho fan per lliure i espontània voluntat de l'autor, sigui un individu o un grup, que utilitzen eines col·laboratives», en aquest cas, les xarxes socials; però també poden ser-ho blogs, wikis o repositoris digitals. Els mateixos autors diferencien entre fonts *push* i *pull*.

Fonts push i pull

Fonts *push* (l'usuari és «empès» per la informació): s'acosten a les propietats de les fonts tradicionals. El rol del periodista és més passiu perquè es limita a rebre informacions d'organitzacions, de grups o de persones. Aquesta informació pot rebre's mitjançant una inscripció prèvia en un grup (*feed*), o perquè les relacions públiques d'aquesta organització han afegit el contacte al grup. En aquest cas, parlem d'aplicacions com el correu electrònic, els grups d'usuaris o els lectors de *feeds*.

Fonts *pull* (l'usuari «estira» la informació): el professional pren la iniciativa de buscar la informació perquè sap el que pretén i fa cerques per temes o per paraules clau. Les aplicacions típiques d'aquest tipus d'investigacions són motors de cerca, webs, fòrums, xats, wikis, blogs o xarxes socials.

Bibliografia

Noemí Trujillo (2017, 18 de gener): «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>

Ara les fonts es multipliquen, però com subratlla Herrero (2015), es tracta d'una etapa en la qual és més necessària la labor del periodista:

«Aquesta situació ha augmentat amb l'aparició de les xarxes socials, atès que cada vegada són més nombrosos els canals de què disposen els usuaris i les organitzacions per a emetre els missatges. La tasca del periodista a l'hora de filtrar, jerarquitzar i simplificar aquesta ingent quantitat de dades que circula per la xarxa és més important que mai. En paraules de Lippman (1922, pàg. 38) "no pot haver-hi llibertat en una comunitat que no té la informació que cal per a detectar la mentida". Per tant, el futur de la professió dependrà, en gran manera, de la fortalesa que mostrin les institucions periodístiques i la rapidesa de resposta a l'hora de distingir quina és la informació valuosa per al públic, precisament aquella que permet detectar mentides.»

No obstant això, Varona Aramburu i Sánchez Muñoz (2016) puntualitzen que els periodistes han traslladat a les xarxes socials la seva xarxa de contactes habitual, i en major mesura a fonts oficials. També assenyalen que, en els seus estudis, s'apunta una falta de formació dels periodistes en el funcionament i el coneixement de xarxes, la qual cosa ens porta a plantejar aquesta pregunta: fins a quin punt el fet o no de considerar una xarxa social un espai de font informativa depèn de la xarxa o del periodista? Sens dubte, com apunten aquests autors, cal esperar que la millora de la formació potenciï aquest ús informatiu.

Però **què canvia en l'accés a fonts virtuals** per mitjà de les xarxes socials?

- El mètode és més semblant a buscar en un repositori o guia d'experts, però en un accés obert.
- Depèn d'estar donat d'alta a la xarxa social i conèixer-ne el funcionament.
- L'èxit de l'accés depèn de la interactivitat de la font. Si és una font virtual poc activa, serà difícil contactar.
- L'accés depèn que la notificació sigui contestada i llegida. Un expert molt sol·licitat pot rebre centenars de notificacions en obert o en privat.
- La font no és només d'accés exclusiu o restringit per al periodista, també pot accedir-hi el ciutadà.
- La font pot limitar-se a narrar un fet en directe, però no és obligatori que proporcioni contextualització.

Cal ressaltar que aquestes fonts virtuals no són excloents, sinó complementàries a l'accés tradicional.

Tot i que gairebé el 100% dels periodistes utilitzen les xarxes socials com a fonts d'informació i d'investigació (*puromarketing.com*, 2011), segons Herrero (2015) els periodistes dubten de la credibilitat de les xarxes. Els principals usos que els periodistes espanyols fan de les xarxes socials són difondre informació

del mitjà en què treballen, conèixer l'opinió dels usuaris, detectar nous temes, buscar informació i contactar amb fonts, a més de promocionar els seus treballs o els dels companys.

Però realment les xarxes socials són les úniques que alberguen perills en l'accés a fonts i a informació? És l'únic espai on sorgeix la infoxicació?

Exemple d'infoxicació 1

En aquest cas, el diari *El País* va publicar per error una fotografia falsa d'Hugo Chávez. Una foto que el diari mateix assumia que no havia pogut verificar, però que tot i així va publicar. Aquesta imatge no els va arribar per mitjans tradicionals, sinó per mitjà d'una filtració en una agència de fotografia amb què treballaven habitualment. La seva procedència es podia trobar en un vídeo de YouTube de l'any 2008, i era de l'operació d'un pacient. Tots els exemplars es van retirar de la venda i aquell dia no va haver-hi *El País* a la venda en tota Espanya, la qual cosa va provocar pèrdues econòmiques importants.

POLÉMICA | En la web també la publicaran

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



Compartir

Recomendar 2163

Twitter

Tuenti

Efe | Madrid

Comentarios 134

Actualizado jueves 24/01/2013 13:32 horas

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

També és destacable el cas de la Nadia, el pare de la qual va sol·licitar diverses vegades ajudes econòmiques en mitjans de comunicació amb la justificació d'una delicada malaltia. Després de recórrer diversos platós de televisió, el diari *El Mundo* va dedicar-li un dels seus reportatges principals. Uns dies després, el diari digital *Hipertextual* demostrava que la malaltia de la petita no era tan greu com els pares deien i que, en realitat, es tractava d'una estafa.

Lectura complementària

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

Lectura complementària

Us aconsellem que llegiu aquest article per a veure com l'accés a fonts determinades aconsegueix posar en qüestió la informació. Ángela Bernardo (2016, novembre). «El "cuento chino" de Nadia Nerea, una niña enferma estafada en busca de una cura». *Hipertextual*. <<https://goo.gl/zbz48z>>

Sovint, a més, es qüestiona que les xarxes i el periodisme ciutadà només han vingut a «contaminar» les fonts informatives, però...

Una senzilla nota de premsa no és també un espai carregat de fonts interessades?

3. Com filtrar fonts o temes

Segons la xarxa social es pot filtrar de diferent manera, encara que totes tenen unes pautes comunes. Partim de la idea que en cadascuna podem localitzar-hi fonts informatives (persones o empreses) o continguts que ens serveixin com a font (documentació, principalment en premsa). En el primer cas, és clar que les cerques han de centrar-se en el nom de la persona, però en el segon cas els nostres aliats seran les paraules clau o etiquetes (*hashtags*, paraules o temes que etiqueten un succés a la xarxa social amb #).

Aquesta opció de filtrar continguts o fonts s'anomena monitorar, i és una de les qualitats més destacades del periodista, ja que requereix rigor i control sobre la matèria.

Podem definir el monitoratge com la capacitat del periodista, mitjançant eines digitals, de seleccionar contingut i dur a terme un filtrat d'informació i de fonts amb la finalitat de garantir-ne la veracitat.

No obstant això, que aquesta paraula no us espanti perquè es basa en quelcom que forma part des de sempre de l'essència de la feina del periodista, com recorda Noguera (2012, pàg. 51):

«En realitat, no és gens nou en el periodisme. Buscar les històries que protagonitzen les converses de la gent i estar atent al murmur del carrer sempre ha estat una tasca periodística. Tan sol han canviat les plataformes i els espais on tenen lloc aquestes converses i, per tant, també les eines que cal per a rastrejar-les. Lògicament, la multiplicació d'escenaris ha fet que el nombre de missatges hagi crescut de forma exponencial, amb la qual cosa, en lloc d'una amenaça periodística com tantes vegades s'ha comentat, el que tenim és una gran oportunitat periodística. Mai no hi ha hagut com ara tanta necessitat d'un filtre professional de la informació que sigui garant de les fonts de qualitat.»

Encara que ara veurem peculiaritats de xarxes socials, una investigació de Cerviño (2013, pàg. 81) va concretar que hi havia xarxes específiques per a determinats tipus de fonts informatives. Els seus resultats van concretar que Twitter era l'accés principal per a fonts de personalitats polítiques o de partits polítics, Twitter i Instagram, per a la comunicació de la personalitat artística i de l'esport, i Facebook i Twitter, centres d'informació d'esdeveniments.

3.1. Facebook

En el cas de Facebook, estem de sort perquè recentment han modificat el seu cercador amb nous filtres, la qual cosa ens permetrà refinar el nostre objectiu.

3.1.1. Buscar una persona

Imagineu-vos que estem fent un reportatge sobre receptes «anticàncer», o que la nostra empresa o institució ha de dur a terme una cobertura d'aquest contingut. Necessitem buscar especialistes i coneixem dues persones: Odile Fernández, pacient i metgessa; i Paula Jiménez, oncòloga.

En el primer cas, només situar-nos en el cercador, trobem unes prediccions on apareix el nom al costat del contingut, la qual cosa ens assegura que som darrere la pista correcta.



The screenshot shows a Facebook search interface. The search bar contains the text 'odile ferna'. A dropdown menu displays search suggestions: 'odile fernandez recetas anticancer', 'odile fernandez anticancer', 'odile fernandez recetas', 'odile fernandez', 'odile fernandez labayen', 'fotos de odile fernandez labayen', 'fotos de odile fernandez', and 'odile fernandez fotos'. Below the suggestions is a link: 'Ver todos los resultados para "odile ferna"'. The left sidebar shows filters for 'PUBLICACIONES' (Publications) and 'FECHA DE PUBLICACIÓN' (Publication Date). The main content area shows a post by Paula Jiménez, an oncologist and nutrition expert at HUCA. The post title is 'El papel de la alimentación en la batalla contra el cáncer: conferencia de la doctora Paula Jiménez'. The post text mentions a conference on the role of food in fighting cancer, part of the 'Movimiento Equilibria' program in Gijón, scheduled for Wednesday, July 19th. Below the post, there is a comment by Eva Bernal Triviño and a post by Paula J Fonseca from February 3rd, mentioning World Cancer Day and sharing two related articles.

Una vegada introduït el terme, tenim l'oportunitat d'acotar amb els filtres: publicacions, persones, fotos, vídeos, botigues, pàgines, llocs, grups. De manera intuïtiva podem pensar a localitzar-la a «Persones» o a «Pàgina», però ens indica que no s'ha trobat res.



La solució és recórrer a «Publicacions», per si ella n'ha generat alguna... *et voilà!* Trobem una publicació amb les paraules clau que havíem localitzat i ens surt la pàgina «Les meves receptes anticàncer». Si la visitem, comprovarem que es tracta de la pàgina personal i que podem contactar-hi per missatge privat, si ens cal.



3.1.2. Buscar un cas concret

En una redacció ens demanen informar-nos sobre el cas d'una mare, víctima de violència de gènere, que havia fugit amb els fills perquè un jutge exigia que els lliurés al seu maltractador. Sabem que ella es diu Juana i no tenim més referències. En aquest cas, la cerca per nom no té sentit, i el millor és buscar pels conceptes clau dels quals tenim detall. Immediatament aconseguim enllaços i publicacions que ens serviran per a documentar-nos. Però a més, a l'esquerra, hi ha l'oportunitat d'afegir més filtres a la cerca. Imagineu-vos que recordem que fa uns anys un amic va publicar alguna cosa d'aquest tema. Podríem buscar-ho per l'opció «Publicades per > Els teus amics».

Facebook search results for "juana hijos padre".

Search bar: juana hijos padre

Navigation: Todos, Publicaciones, Personas, Fotos, Vídeos, Tienda, Páginas, Lugar

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](#)

Videos

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](#)

En un altre cas, volem saber si hi ha documentació anterior a la informació actual, i per a això marcarem l'opció «data de publicació». L'any 2015 no trobem res, però si premem «2016», localitzem aquesta publicació d'una campanya de *Change.org*. Per tant, ja tindríem dues fonts de contacte: la persona que l'ha compartit, que és de Granada i que pot conèixer el tema, o qui inicia la petició de signatures a *Change.org* obrint l'enllaç de la publicació. A partir d'aquí la nostra tasca, com a fonts informatives, seria adreçar-nos-hi i contrastar la informació. Però Facebook ens proporciona més «fils» que podem estirar.

Facebook search bar: juana hijos padre. User: Ana Isabel.

Navigation: Todos, **Publicaciones**, Personas, Fotos, Vídeos, Tienda, Páginas, Lugar

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



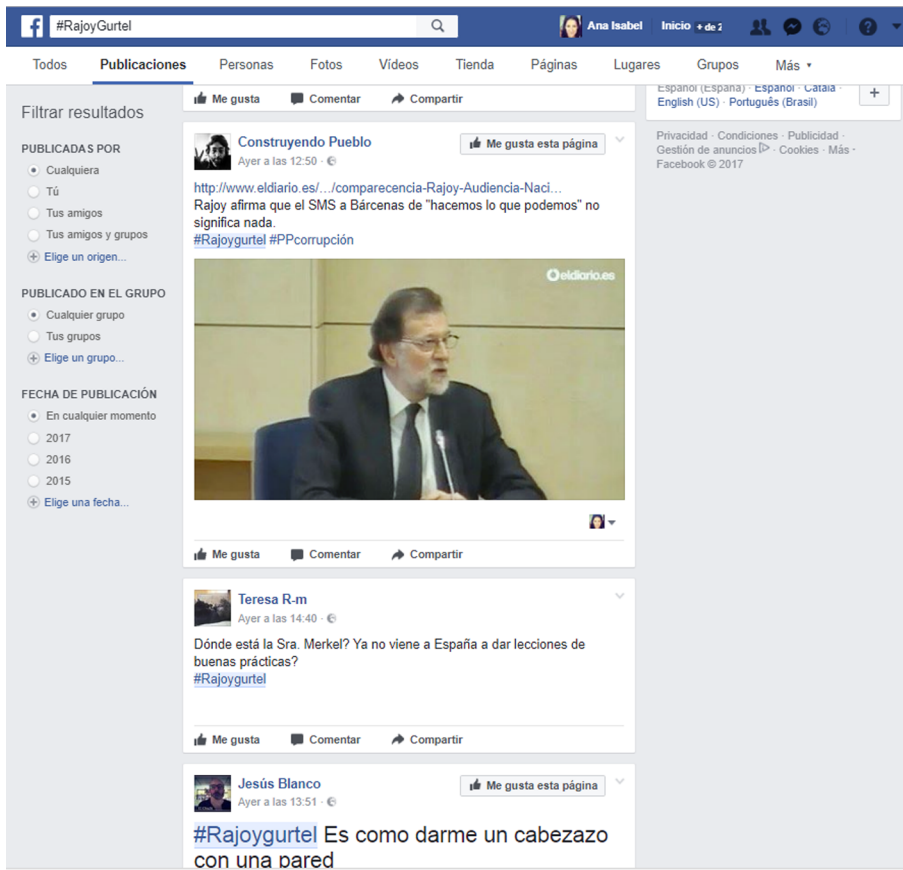
ABOGACIA DEL ESTADO: Juana necesita tu apoyo para impedir que sus dos hijos pequeños vuelvan con el maltratador

CHANGE.ORG

1

3.1.3. Buscar per hashtag

Durant la intervenció del president del Govern, Mariano Rajoy, a l'Audiència Nacional, les xarxes van convertir en tendència l'etiqueta (*hashtag*) #Rajoy-Gurtel. És probable que el vostre editor us demani un informe sobre la repercussió en les xarxes socials i, entre aquestes, cal buscar a Facebook. Introduint l'etiqueta primer apareixeran les publicacions fetes per amics, però més avall apareixeran les publicacions públiques. D'aquí serà d'on podrem seleccionar el nostre contingut.



3.2. Twitter

Twitter és el regne de la localització de la informació i de les fonts. Per aquí es comuniquen la gran majoria dels successos en directe, i és on hi ha una interacció més formal amb altres fonts, com ara polítics. Per a molts periodistes és quotidià seguir les xarxes socials dels polítics amb més activitat per a estar al corrent de les cobertures de les agendes, les reflexions i els comunicats personals que desitgin transmetre, a més de seguir les interaccions que es produeixen entre ells.

Com en totes les xarxes socials, hem d'estar donats d'alta per a accedir al seu sistema de cerca amb total eficàcia.

3.2.1. Buscar tema o font

Imagineu-vos que cal fer un reportatge sobre els refugiats i hem de parlar amb alguna ONG que estigui especialitzada en el tema. Si anem al cercador de Twitter, només d'incloure les paraules clau del nostre tema ja obtenim algunes previsions, però de moment aquesta predicció no ens és útil.

The screenshot shows a Twitter search interface for the query "ong refugiados". The main feed displays several tweets, including one from Juanma Vidal (@VidalJuanma) discussing chocolate and another from Javier Ruiz (@sevennorth) about Granadinas. A dropdown menu on the right lists related accounts such as Rescate Animal ONG, Red Deporte, ONG RESCATE CHILE, ONG Rescate, InteRed, and Asociación RESPONDE. The interface also shows navigation options like Inicio, Momentos, and Mensajes.

Una vegada tanquem la cerca, aquest és el primer resultat. Veiem dos menús, un a la part superior, on podem localitzar pels més recents (si estem interessats a buscar per piulades d'última hora) persones, fotos, vídeos, notícies o transmissions.

This screenshot shows the search results for "ong refugiados" filtered by "Personas". The interface includes a search filter section on the left with options like "A quién seguir" and "Encuentra a personas que conoces". The main content area displays profiles of individuals and organizations, such as Oscar Camps (@camposcar) and ACoffeeForRefugees (@RefugeesCoffee). A tweet from Médicos Sin Fronteras (@MSF_Espana) is also visible, discussing respect for NGOs and mentioning a rescue operation in Italy. The search results are categorized by "Destacados", "Más reciente", "Personas", "Fotos", "Videos", "Noticias", and "Transmisiones".

En principi, si premem «Persones» és on localitzarem més fonts informatives especialitzades en el tema, com podem comprovar. La cerca ens retorna els perfils més adequats.

The screenshot shows a Twitter search results page for the query "ong refugiados". The page has a teal header with the search term. Below the header, there are navigation tabs: Destacados, Más reciente, Personas, Fotos, Videos, Noticias, and Transmisiones. The "Personas" tab is selected. On the left side, there is a sidebar with "A quién seguir" (Who to follow) and "Tendencias: España" (Trends: Spain). The main content area displays a grid of profiles, each with a profile picture, name, handle, and a brief bio. Profiles include Oscar Camps, ACoffeeForRefugees, MédicosSinFronteras, UNHCR ACNUR, ACNUR España, ACNUR Comité Español, ONG Rescate, Refugiados ZGZ, William Gil D'Avolio, and Refugia2org. Each profile has a "Seguir" (Follow) button.

Però després d'aquesta cerca, el nostre redactor en cap ens demana que localitzem una organització que es dedica a recollir refugiats a la Mediterrània i té les oficines a Barcelona. En aquest cas, haurem d'anar a la cerca avançada que apareix en el menú de l'esquerra.

Búsqueda avanzada

Palabras

Todas estas palabras

Esta frase exacta

Cualquiera de estas palabras

Ninguna de estas palabras

Estos #hashtags

Escrito en

Todos los idiomas ▼

Personas

Desde estas cuentas

Para estas cuentas

Mencionando estas cuentas

Lugares

Cerca de este lugar

📍 Badalona, España

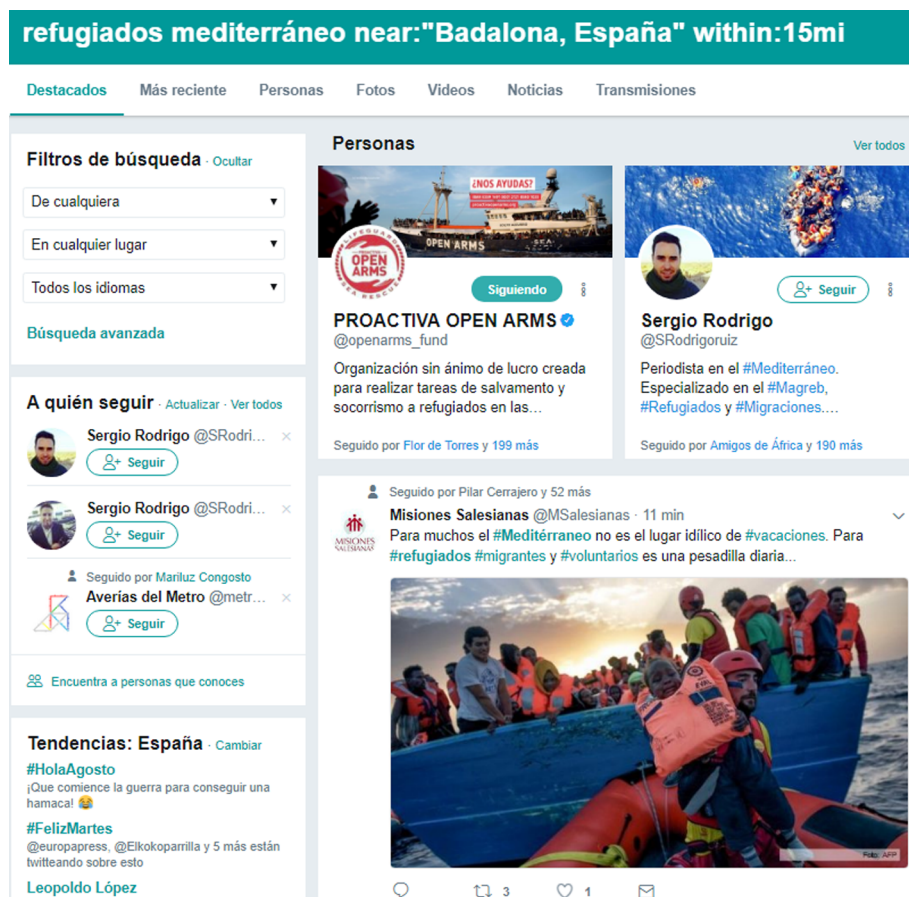
Fechas

De esta fecha

a

Buscar

La cerca avançada ens permet concretar per paraules i, a més, per persones, llocs o dates. Afegint-hi les paraules clau, preciso que la seu que busco és a Badalona, i em troba l'ONG que buscava, Proactiva Open Arms. D'aquesta manera hem comprovat que el nom de l'ONG coincideix amb el citat en el perfil d'un dels nostres anteriors resultats, «Òscar Camps», que és el fundador de l'ONG. Per tant, ja tenim dues fonts de possible accés: l'associació i el fundador.



The screenshot shows a Twitter search interface with the following elements:

- Search Header:** "refugiados mediterráneo near: "Badalona, España" within:15mi".
- Navigation:** Destacados, Más reciente, Personas, Fotos, Vídeos, Noticias, Transmisiones.
- Filtros de búsqueda:**
 - De cualquiera
 - En cualquier lugar
 - Todos los idiomas
 - Búsqueda avanzada
- A quién seguir:**
 - Sergio Rodrigo @SRodri... (Seguir)
 - Sergio Rodrigo @SRodri... (Seguir)
 - Seguido por Mariluz Congosto
 - Averías del Metro @metr... (Seguir)
 - Encuentra a personas que conoces
- Tendencias: España:**
 - #HolaAgosto: ¡Que comience la guerra para conseguir una hamaca! 🛖
 - #FelizMartes: @europapress, @Elkokoparrilla 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... (Siguiendo)
 - Sergio Rodrigo** (@SRodrigoruz): Periodista en el #Mediterráneo. Especializado en el #Magreb, #Refugiados y #Migraciones... (Seguir)
- Search Results:**
 - Seguido por Pilar Cerrajero y 52 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... (Image of a rescue boat)

Per a documentar-nos sobre el treball que duen a terme, el més adequat és veure les piulades i, sobretot, els vídeos o les imatges. Si fem la cerca pel nom de l'ONG i marquem en el resultat «Fotos», ens surt això:

The screenshot shows the 'proactiva open arms' website. At the top, there are navigation tabs: Destacados, Más reciente, Personas, Fotos, Videos, Noticias, and Transmisiones. Below this is a search section with filters for 'De cualquiera', 'En cualquier lugar', and 'Todos los idiomas'. A 'Búsqueda avanzada' link is also present. The main content area displays a grid of images: a rescue boat, a woman with binoculars, a map of the Mediterranean with 'UE' and 'NZA' labels, a group of people in orange life jackets, and a yellow inflatable boat with people inside. On the left side, there is a section 'A quién seguir' with accounts like 'Kepa Fuentes @kepfue...', 'Anna Hernandez @Annu...', and 'Proactiva Open Arms @...'. Below that is a 'Tendencias: España' section with hashtags like #HolaAgosto, #FelizMartes, and Garofia.

Si premem una de les fotografies, podem obtenir més fonts de consulta, com en aquest cas, on podem contactar amb @SantiPalacios, fotògraf que va amb el vaixell d'Open Arms.

The screenshot shows a social media post on the 'proactiva open arms' website. The post features a large image of a yellow inflatable boat with people inside. The text of the post reads: 'Javier Bauluz @javierbauluz · 27 jul. 44 #Mujeres en la patera. En shock, violadas #Libia 8 muertas 4 huérfanos play.cadenaser.com/audio/001RD010... Entrevista @SantiPalacios n @openarms_fund Mujeres Juezas, CEAR, Raquel González y 7 más'. The post has 25 comments, 355 shares, and 93 likes.

També podem fer cerques per etiqueta amb el símbol coixinet. Per exemple, si ens demanen informació sobre la repercussió en les xarxes de *Jocs de Trons*, simplement buscant #JuegodeTronos podrem localitzar activitat sobre aquest 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 Tweets

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

Feministas Hartas indicó que le gusta

Juan @juancifu17 · 31 jul.
Poco se está hablando de esta frase #gameofthrones #juegodetronos #juegodetronos7x03

He conseguido que el hielo y el fuego se unan.

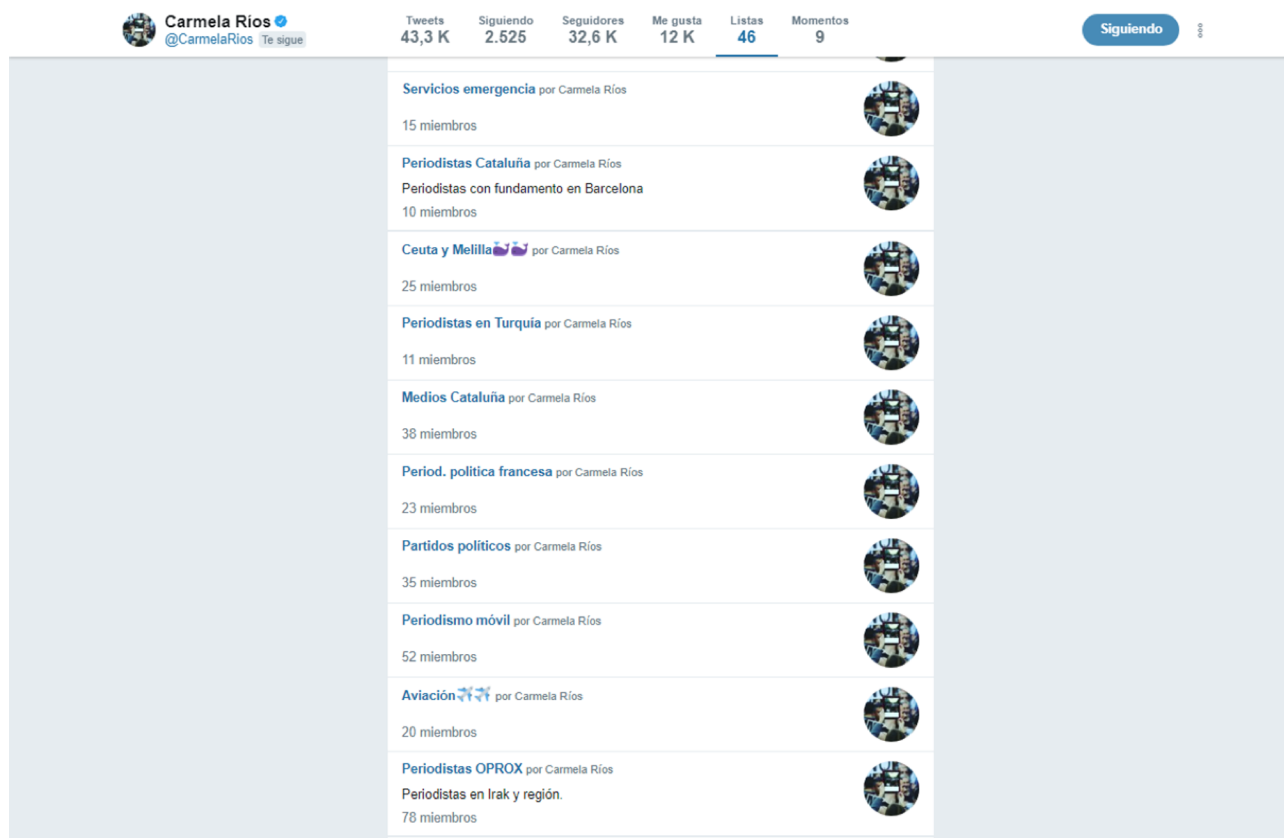
7 191 471

Pablo Iglesias @Pablo_Iglesias_ · 16 h
Ciertamente, la relación entre banqueros y revolucionarios en 7x3 de #JuegoDeTronos merece un libro @palomarando 📖

3.2.2. Buscar per llistes

Twitter permet dur a terme filtrats per llistes, que són realment útils, sobretot, quan es vol aglutinar especialistes de referència i, per tant, controlar-ne les publicacions o seguir l'evolució d'un tema determinat. En casos especials són molt recurrents, com va passar amb l'atemptat de *Charlie Hebdo*, o amb qual-sevol elecció o campanya electoral. També són una font d'informació molt valuosa per al periodista i de ràpid accés, un manual de referència de fonts que, a més, pot obtenir d'altres companys (si aquests les deixen obertes). Enfront de la gran quantitat de fonts, elaborar una llista ja comporta un treball de filtrat que ens elimina molta informació que no ens aporta res, i que impedeix centrar-nos en allò que realment ens cal. També és un espai d'accés a fonts i, alhora, de documentació. Per mitjà d'una llista podem localitzar contactes als quals escriure per missatge directe, o privat, a Twitter).

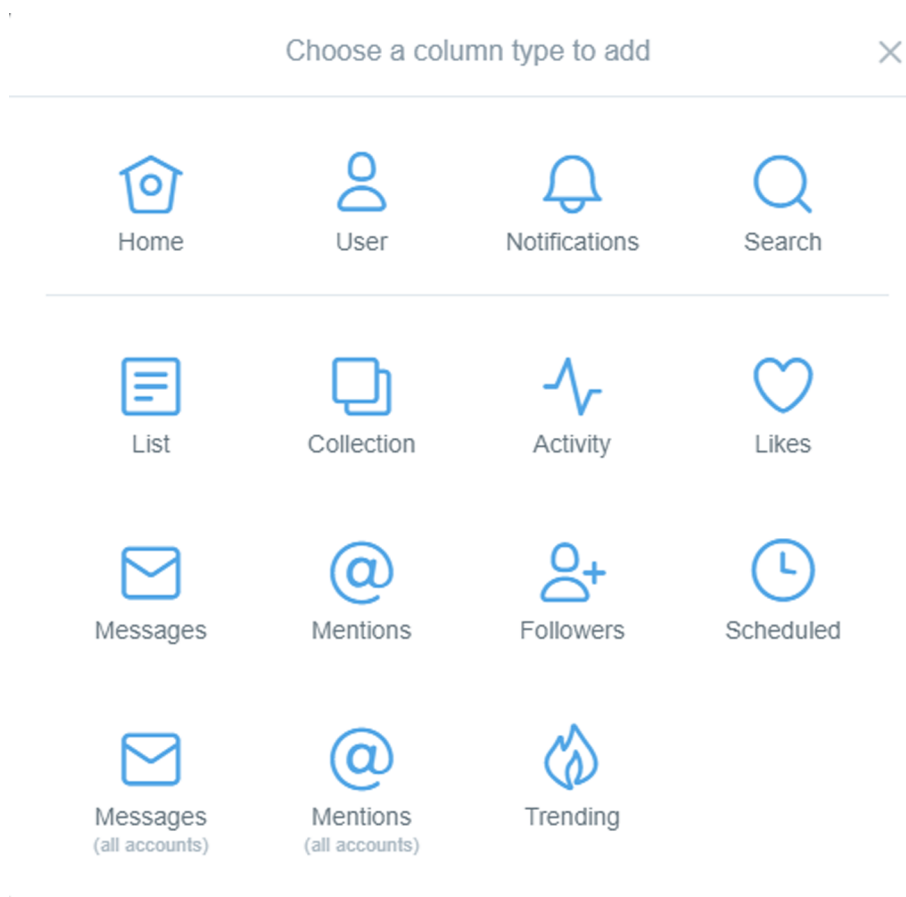
Perfils com els de la periodista Carmela Ríos (@CarmelaRios) són un referent quant a la creació i l'ús de llistes.



The screenshot shows the Twitter profile of Carmela Ríos (@CarmelaRios). The profile header includes her name, a verified badge, and a 'Te sigue' button. Below the header are statistics: Tweets (43,3 K), Siguiendo (2.525), Seguidores (32,6 K), Me gusta (12 K), Listas (46), and Momentos (9). A 'Siguiendo' button is visible in the top right corner. The main content area displays a list of lists created by Carmela Ríos, each with a title, a description, and the number of members. Each list item is accompanied by a small circular profile picture of Carmela Ríos.

Nombre de la lista	Descripción	Miembros
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

Però també podem controlar els continguts o les fonts amb altres eines, com ara Tweetdeck, amb la qual podem gestionar diversos comptes alhora. Imaginem-nos que ens encarreguen controlar, en una sessió de control al Govern, els comptes de diputats del PP i de Podem. Des de l'opció «Afegeix columna» podem agregar tot tipus d'elements per a controlar: el nostre usuari, les nostres notificacions, cerques específiques, llistes, per «m'agrada» (*likes*), missatges privats, mencions, seguidors o temes que siguin tema del moment (*trending topic*).







En el cas que havíem proposat, premeríem «User» i buscaríem un diputat del Partit Popular, en concret, el diputat Rafael Hernando. Una vegada localitzat, premem «Add Column». Fem el mateix amb el diputat de Podem, Rafael Mayoral. Un cop afegits, podrem visualitzar en columnes (les dues últimes de la dreta) cadascun dels perfils i veure al moment les seves actualitzacions.


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](https://twitter.com/publico_es)
-  Ana I. Bernal Triviño Retweeted
-  **Femicidio-net** @femicidio 8h
Asesinato 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



The screenshot displays a grid of four Twitter columns. The first column shows the 'Home' feed for @anaisbernal, featuring tweets from Diana López, Paco Lobo, and Emeina Fernández. The second column shows 'Notifications' for @anaisbernal, with tweets from Nuria Coronado, Cosmonauta Rusa, and PDJ. The third column shows the profile of @MayoralaRafa, with tweets from Rafa Mayoral and Veronica Davalos. The fourth column shows the profile of @Rafa_Hernando, with tweets from Rafael Hernando, Lilian Tintori, and Mariano Rajoy Brey. The interface includes a navigation bar on the left and a search bar at the top.

També podem filtrar per continguts.

A Twitter, les notícies virals i que generen major activitat s'anomenen tema del moment (*trending topic*).

Com concreta Cobo (2012, pàg. 135), la creació d'un tema com a *trending topic* té relació amb el volum dels diferents usuaris que utilitzen una paraula clau, la seva quantitat d'RT i la competència que pugui haver-hi en aquests moments. També depèn de la ubicació geogràfica.

Aquestes notícies són focus d'interès i moltes vegades es generen notícies per mitjà d'elles.

Per exemple, és freqüent llegir notícies sobre l'activitat o les respostes que els polítics mantenen entre ells en la xarxa social, com en els següents exemples.



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](http://eldiario.es/Política)

35 comentarios

06/07/2017 - 17:55h



PUBLICIDAD

OCULTAR PUBLICIDAD

ILUNION Hotels

-15%

Hotel ILUNION Islantilla desde 75,73 €/noche

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.

Rifirrafe 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 @eldianoes](#)

62 comentarios

28/07/2016 - 14:34h



PUBLICIDAD

OCULTAR PUBLICIDAD



Máster
Secundaria Ui1

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



José Blanco @pepeblancoEP

Jul 28, 2016

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



Pablo Iglesias @Pablo_Iglesias_

[Follow](#)

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 té l'opció de controlar-les també en columnes. Si premem l'opció «Trending» amb el símbol del joc, es comprova que avui «Leopoldo López» és un dels temes del dia. Procedim a acceptar i afegir a columna, amb la qual cosa rebem totes les notícies i les piulades que continguin el seu nom. D'aquesta forma controlem totes les actualitzacions.

Però a la dreta tenim opció de concretar força més la cerca mitjançant altres camps: contingut, localització, usuaris, compromís (*engagement*) i preferències. Les més utilitzades són les quatre primeres.

Si seguim l'exemple, en el camp «Contingut» podem marcar si volem veure totes les piulades o només aquelles que continguin imatges, vídeos, gifs animats, emissions en directe, només de mitjans o aquells que continguin enllaç; a més d'afegir paraules excloents (per exemple, que no continguin el cognom «Maduro»), concretar dates de cerca, llenguatge o si incloem els RT que s'hagin produït.

En el nostre cas, hem limitat també la localització a aquelles piulades que provenen només de Caracas. Després hem fet un altre canvi, ja que volíem saber què han opinat com a fonts els diputats del Partit Popular. Per a això

hem canviat la localització de Caracas a Madrid, i a «Usuaris» hem triat una llista, creada pel partit, que reuneix tots els diputats. Hem localitzat només una diputada que s'ha manifestat sobre aquest tema.

L'opció *engagement* també ens resulta útil, per exemple, quan volem controlar l'impacte en la comunitat d'usuaris, com els RT o els «m'agrada».

This screenshot shows a Twitter search for 'Leopoldo López'. The search filters are set to 'Content' and 'Location: Within 200km of Caracas, Venezuela'. The results list several tweets, including one from Rafael Hernando retweeted by Mariano Rajoy Brey, and another from Lilian Tintori. The interface includes a left sidebar with navigation icons and a top navigation bar with user avatars.

This screenshot shows the same Twitter search for 'Leopoldo López', but the filter is changed to 'Engagement'. The 'Showing' dropdown menu is open, displaying options: 'all Tweets', 'Tweets with images', 'Tweets with videos', 'Tweets with GIFs', 'Tweets with Broadcasts', 'Tweets with any media', and 'Tweets with links'. The results list is filtered accordingly, showing tweets with high engagement, such as one from Lacia Merida D.

The image shows a screenshot of a Twitter interface. On the left, there is a 'Notifications' sidebar with several tweets mentioning the user. The main content area shows a user profile for 'User @MayoralRafa' with a tweet from 'Rafa Mayoral' about fiscal justice. Below it, there are more tweets, including one from 'Rafa Mayoral' about a video summary and another from 'Rafael Hermandó' about the arrival of important news. On the right, there is a search bar with 'Leopoldo López' entered, and a dropdown menu showing search filters like 'Content', 'Location', 'Users', and 'Engagement'. The search results show a tweet from 'Rosa Romero' mentioning 'Leopoldo López' and 'Ledesma'.

3.3. Instagram

Instagram és coneguda com la xarxa social amb major compromís, però el seu sistema de cercador és molt bàsic. Si es fa per paraules clau, el sistema ofereix els usuaris afins disponibles, i després el sistema de cerca se centra en etiquetes. En aquest cas, hem buscat «refugiat», però comprovem que no permet una cerca més avançada que filtri millor els continguts. L'accés a aquesta cerca pot fer-se des de l'ordinador o des de l'aplicació mòbil, on també les cerques poden centrar-se en localització. El format d'Instagram Stories també pot classificar-se per etiquetes.



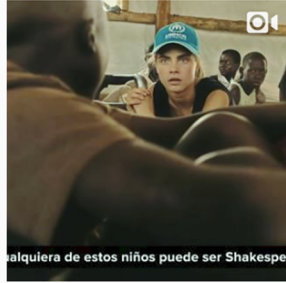
Buscar



#refugiados

39.106 publicaciones

Publicaciones Destacadas



4. Punts per a recordar en l'accés virtual a fonts

A l'hora d'accedir virtualment a diferents fonts hem de recordar els punts següents:

- Cal dominar el vocabulari bàsic, com ara: compromís (*engagement*), paraules clau, etiqueta (*hashtag*), tema del moment (*trending topic*).
- Que siguin fonts d'accés virtual no vol dir que aquestes fonts siguin virtuals. Són persones i, per tant, cal adreçar-s'hi sense subestimar-les, igual que es faria en qualsevol entorn professional.
- Aquest accés professional cal conservar-lo tant si es fa un contacte en xarxes d'experts com si són fonts socials. També cal ser conscient que dependent del tracte que es doni, la font se sentirà més o menys còmoda per a oferir informació. És important indicar el nom, mitjà, motiu, com s'hi ha contactat i què es desitja, així com proporcionar altres formes de contacte alternatives, com ara el correu electrònic o el número de telèfon.
- Controlar sempre que es parla amb persones reals, que no siguin identitats falses. Detectar si és un compte fals (*fake*) o una identitat suplantada.
- Per a tenir garanties sobre una font, cal controlar aspectes com: quan publica, quins continguts publica, les interaccions que fa amb altres usuaris, etc.
- Comprovar (sobretot en el cas de polítics) si la informació està signada per ells o per l'equip de gabinet.
- La creació de llistes de fonts per part dels mitjans, i el fet que les comparteixin amb la comunitat (com va fer la BBC durant les cobertures d'Orient Mitjà l'any 2011), afegeix un plus de transparència informativa.

5. Periodisme ciutadà i xarxes socials: eina democràtica o intrusisme?

Mitjans, política i ciutadans formen un nucli sòlid. Durant anys s'ha criticat la funció dels mitjans de comunicació com a creadors de consumidors passius, d'una excessiva mercantilització, d'una dependència de mitjans i institucions, d'un descens del pluralisme informatiu i d'una marginació de veus alternatives, allunyant-se així del propòsit social.

Una de les conseqüències més notables d'aquesta tendència és l'«espiral del silenci» presentada per Noelle-Neumann, on el subjecte se suma a l'opinió majoritària sense qüestionar-la, la qual cosa contribueix al seu creixement i consolidació. D'aquesta manera, com sostenia Cohen (1963, pàg. 13), la premsa, en lloc de fomentar «què pensar» se centra en «què pesar», i delimita els temes d'agenda i configura una construcció de la realitat enfocada als seus interessos.

En aquestes circumstàncies, la veracitat de la informació depèn de les perspectives de negoci i ideològiques de l'empresa periodística (De Pablos, 2008). La premsa ha creat unes tendències informatives febles, com l'entreteniment informatiu (*infotainment*) o les notícies suaus (*softnews*), com a resposta a la necessitat d'oci de l'audiència en detriment d'assumptes informatius i propostes socials en les agendes mediàtiques.

L'arribada d'internet i de noves eines de comunicació ha alterat la unidireccionalitat del missatge. Es camina cap a una «comunicació socialitzada», on es passa d'una «comunicació de masses» a una «autocomunicació de masses» amb autonomia, el moviment horitzontal de la qual crea solidaritat i confiança entre els usuaris (Castells, 2011). És en aquesta esfera pública en la qual la societat civil ha d'exercir la capacitat participativa en l'espai de debat.

La ciutadania, amb la seva participació, pot determinar l'agenda pública mediàtica, la qual cosa fa evident un nou empoderament dels ciutadans. No obstant això, encara que les noves tecnologies abarateixen l'emissió del missatge i el seu accés, alguns autors tenen reserves quant a l'abast i l'efectivitat per a transformar la societat.

Hi ha qui manté que la xarxa ha servit de plataforma per a moviments com el 15-M, on el factor de l'edat i el perfil van ser determinants. Un estudi de Sampeiro, Sánchez Duarte i Poletti (2013) mostrava que els joves votants d'esquerra i ciberactivistes socials tenien una millor consideració de les noves tecnologies com a canals de participació; mentre que els adults de tendència conservadora i més partidistes consideraven menor la seva repercussió.

És evident que la democratització dels processos d'accés, de producció i de difusió d'informació a la xarxa ha propiciat un nou escenari. Gràcies a aquests factors podem considerar que la xarxa és una eina democràtica en la mesura que permet a nous grups virtuals crear discursos alternatius amb un qüestionament obert. Però entre tots hem d'assumir que en aquest cas, més enllà de l'encert o el desencert del terme, el periodisme ciutadà ha de considerar-se principalment com una font ciutadana, ja que la tasca de documentar i de contextualitzar (dos pilars bàsics de la professió) és feina del periodista.

Cervino (2013, pàg. 47) reflexiona sobre aquesta alternativa:

«Rebutgem l'expressió "periodisme ciutadà" perquè la seva denotació converteix automàticament el contingut que produeixen els ciutadans en periodisme. Un vídeo, una imatge, una informació, una opinió són parts d'un reportatge periodístic, però no constitueixen el periodisme. La participació dels ciutadans en l'aportació de contingut no substitueix el rol del periodisme fiscalitzador, seleccionador i gestor de la informació de manera responsable i ètica.»

5.1. El paper de Twitter en l'empoderament ciutadà

Els mitjans socials qüestionen la ideologia individualista del periodisme tradicional. Entre elles, Twitter és una de les xarxes més eficaces. Per a Castells (2011), els moviments neixen en la xarxa, en xarxes o blogs, i dispersen els missatges en xarxes com Twitter, un «instrument d'activació i manteniment del moviment i de distribució viral d'imatges». Per a Kwak, Lee, Park i Moon (2010), Twitter proporciona una informació en «cascada» contínua.

Les raons del consum de Twitter es defineixen en dos blocs. Primer, les característiques del contingut (actualització d'activitat i d'informació a temps real). Segon, les característiques tecnològiques (brevetat, mobilitat, percepció personal i integració). Twitter permet la desintermediació de les notícies i socava el concepte de *gatekeeping* dels periodistes. Twitter aporta, sobretot, un canvi en les formes de distribució i comparteix el mateix espai amb periodistes i ciutadans.

Aquesta distribució depèn de moments de «major trauma col·lectiu», segons Pérez Díaz, Berná i Arroyas (2013), on Twitter actua com un mecanisme efectiu de «sensibilització ciutadana i de mobilització». D'aquesta manera, els usuaris de Twitter esdevenen «senyors socials de notícies» (Sakaki i altres, 2010). Precisament, en aquests moments de major intensitat és quan els personatges que ironitzen sobre els fets (*fakes*) tenen menor repercussió, la qual cosa per a Congosto i Aragón (2013) «rebat la fama de "frivolitat" dels usuaris de Twitter». Però, a més, la majoria dels usuaris de xarxes socials com Twitter acostuma a mostrar interès per una agenda més social i vinculada a drets humans que els que entren directament a la pàgina d'inici d'un mitjà, que acostumen a visitar temes més banals (Bernal, 2013). No obstant això, i malgrat que de vegades es defineixi una tendència més progressista en els comentaris de Twitter, la xarxa no evita l'espiral del silenci defensada per Noelle-Neumann, sinó que la perpetua (Hampton i altres, 2014). Tanmateix, sí que provoca canvis en l'agenda

informativa, de manera que, com puntualitza Cerviño (2013, pàg. 79), «mentre l'agenda dels mitjans continua orientant l'agenda pública, l'agenda pública constituïda pel capital social de la web 2.0 també orienta l'agenda dels mitjans». Es conforma, aleshores, el que s'anomena una *intermedia agenda-setting*.

Sobre aquest procés hem de destacar diversos punts:

- L'emissor de continguts no és un periodista, però això no implica que no hi hagi d'haver constància de la seva participació. Com qualsevol altra font, ha de citar-se si el contingut creat es publica en un mitjà de comunicació.
- Per a no caure en la infoxicació, l'emissió i la recepció de continguts han d'estar subjectes a la verificació de la informació, que ha de ser desenvolupada principalment per un professional.
- Hi ha notícies en les quals la presència del periodisme ciutadà és major, com ara el desenvolupament de manifestacions o la cobertura de successos, d'accidents o d'atemptats.
- Aquest tipus de participació fomenta fins i tot el desenvolupament de notícies en redaccions que es nodreixen únicament de les informacions dels usuaris.
- Alguns dels elements que són de més fàcil falsificació són les fotografies, els vídeos i els perfils no reals o les suplantacions d'identitat en xarxes socials. No obstant això, hi ha eines digitals, com en el cas de les fotografies i els vídeos (sobretot amb el mòbil, mitjançant el sistema de geolocalització), que permeten controlar la fiabilitat dels continguts. Aquest procés, com s'indicava, requereix un professional que conegui les fonts i el procés comunicatiu.
- No devaluar l'aportació del periodisme ciutadà. Aquesta participació neix de la necessitat que l'audiència s'integri en els canals de comunicació per a no sentir-se absent del procés.
- Com a aspecte positiu, l'anomenat periodisme ciutadà permet integrar altres perspectives, i fins i tot continguts de successos als quals, per immediatesa, no es té accés. El qüestionament de la seva veracitat ha de guiar-se pel mateix criteri que el contrast de les notícies tradicionals, però cal que quedi clar que la seva naturalesa ciutadana no ha de ser motiu perquè sigui devaluat o rebutjat com a font de no garantia. Cada dia, a les redaccions, rebem centenars de notes de premsa de polítics o d'empreses que es consideren fonts fiables, però que són fonts interessades. Així mateix, en els darrers anys hi ha hagut errors de publicació en els quals els ciutadans no estaven implicats.

- Cal tenir en compte el paper del mòbil i de les xarxes en el desenvolupament d'un periodisme comunitari o d'associacionisme, que té en aquestes eines els suports necessaris per a convertir-se en emissor d'informació. D'una banda, el periodisme mòbil necessita un espai de difusió immediata que canalitzi i distribueixi els continguts: heus aquí la fortalesa de les xarxes socials. D'altra banda, les xarxes socials necessiten generadors de continguts ràpids i de qualitat, valor aportat pels continguts mòbils.

Un bon exemple de l'impacte que poden tenir el periodisme ciutadà mòbil i les xarxes és el cop d'estat a Turquia de l'any 2016 (imatges 1 i 2). Les informacions que els ciutadans transmetien per Periscope o Facebook Live van ser imprescindibles per a comprendre'n el desenvolupament. Actualment, aquest esdeveniment es coneix com «la nit dels mòbils» o «la nit de l'*streaming*», malgrat que els colpistes van bloquejar l'accés a plataformes com Twitter, Facebook o YouTube. Però fins i tot el president del Govern turc va fer un comunicat oficial a Facebook Live per als ciutadans.

Així ho narrava Martín (2016) per al mitjà CTXT:

«Molts usuaris habituals van aconseguir evitar el bloqueig connectant-se a servidors VPN (xarxa privada virtual) que permeten l'ús de tot tipus d'aplicacions gràcies a una connexió anònima i confidencial, com és el cas de TunnelBear. A més, llocs com Reddit van ser una bona font d'informació addicional al contingut multimèdia. La població turca, entre la sorpresa i la incredulitat del que estava passant, es va dedicar a documentar-ho tot amb els telèfons mòbils.

De la ignorància dels fets, es va passar a la sobreinformació col·lectiva que les xarxes socials abocaven en els receptors digitals; un pla totalment detallat del que passava a les ciutats afectades pel cop: la situació dels militars, la posició dels tancs, els talls a les carreteres, etc.

La nit avançava i les informacions que arribaven des de la capital testificaven un èxit encara no confirmat del cop d'estat perpetrat pels militars. El país, sense el president en territori nacional, se sumia en la confusió amb l'anada i la vinguda de testimonis per tot Turquia, i el Govern, que havia denunciat unes hores abans l'intent colpista, estava a l'expectativa. Va ser aleshores quan Erdogan va comparèixer per FaceTime des del mòbil amb una trucada a una presentadora local en directe. Encoratjava la població a sortir al carrer i a acabar amb l'alçament militar.»

Bibliografia

Bernal Triviño, A. I. (2013). «Audiencias y temas de noticias en medios online y Twitter. El caso de elpais.com». *Actas 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* (vol. 21, núm. 1, pàg. 63-69).

Castells, M. (2011). «Prefacio: Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de Internet». *Anuari del conflicte social* (pàg. 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* [treball final de màster dirigit per Lorenzo Vilches]. Barcelona: UAB.

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.

Cohen, B. (1963). *The press, the public and foreign policy*. Nova Jersey: 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 DC: 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». *TransI-formação, Campinas* (vol. 27, núm. 2, pàg. 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: International World Wide Web Conference Committee. <<http://an.kaist.ac.kr/~haewoon/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*. Logroño: Universitat Internacional de La Rioja. <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247767>>

Puromarketing.com (2011). «El 97% de los periodistas usan las redes sociales como fuentes de información e investigación». *Puromarketing.com*. <<http://www.puromarketing.com/16/10569/periodistas-redes-sociales-como-fuente-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, pàg. 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* (pàg. 851-860). Nova York: 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, pàg. 795-802).

