

Consideraciones en torno al Periodismo de Fuentes Masivas en el Periodismo Especializado

ELVIRA GARCÍA DE TORRES¹
UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA
egarcia@uch.ceu.es

BLANCA NICASIO VAREA²
UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA
blanca.nicasio@uch.ceu.es

1. Introducción

En la última década, el nacimiento y la expansión de las plataformas sociales de comunicación, como You Tube, Facebook o Twitter han hecho posible el sueño de la participación pública en la comunicación de masas, que apunta la teoría democrático-participativa de los medios de comunicación (McQuail, 2000). La ausencia de un canal técnico de retorno, reflejada en los modelos clásicos de la comunicación de masas, se ha superado con la apertura de plataformas como Twitter o You Tube, capaces de dar cauce, por fin, al tráfico de la comunicación ciudadana.

Hace ya varios años, Singer (2006) exponía con gran acierto, refiriéndose a la *blogosfera*, algunos de los grandes cambios a los que se enfrentaba el paradigma clásico de la comunicación en Internet, como la desaparición del *gatekeeper* y el auge del valor de la transparencia frente a la veracidad. Unos cuantos años después, tratamos aquí algunas de las consecuencias de estos cambios, en

1 Elvira García de Torres es investigadora principal del proyecto "Supervivencia del Periodismo en la era post-digital, consecuencias de la participación ciudadana", referencia CSO2011-29510-C03-03, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y la Universidad CEU Cardenal Herrera.

2 Blanca Nicasio Varea realiza la tesis doctoral con el apoyo de una beca de formación de personal investigador de la Universidad CEU Cardenal Herrera.

un entorno más complejo que el que Singer analiza en 2006: más rápido, más plural, más ruidoso pero también, informativamente hablando, valioso.

El impacto de la actividad de los usuarios es evidente: basta recordar cómo las niñas blogueras Martha Payne y Malala Yousafzai son capaces de alterar la agenda informativa nacional e internacional, respectivamente, o el valor de los vídeos grabados con dispositivos móviles que denuncian la injusticia de la muerte de Oscar Grant (Anthony y Thomas, 2010). Pero hay otra dimensión, asociada a la interactividad y al volumen de tráfico de las conversaciones, que exploramos en este trabajo.

2. El Periodismo de Fuentes Masivas: origen, concepto y herramientas

Con la incorporación de las voces ciudadanas al discurso informativo se crea la oportunidad para el desarrollo de una nueva modalidad periodística, el denominado Periodismo de Fuentes Masivas o *crowdsourcing journalism* (Muthukumaraswamy, 2010), que podemos definir como una forma de contar la actualidad basada en la colaboración y apoyo de los ciudadanos. Así, el periodista cubre el hecho informativo recurriendo a un amplio banco de fuentes informativas, fundamentalmente de tipo personal, accesibles sin filtro en plataformas públicas de información como Twitter, Facebook o YouTube.

Los antecedentes se encuentran en el Periodismo convencional, que se basa siempre en el trabajo con las fuentes y en el Periodismo de precisión, por la técnica. El elemento catalizador es el incremento del contenido generado por el usuario y el impulso viene de la mano del crecimiento del mercado de la telefonía móvil y de las aplicaciones que facilitan la captación y la publicación de información.

Pese a que, hasta ahora, los medios han utilizado fundamentalmente las plataformas sociales para publicar mensajes y no tanto para conversar con los usuarios, destacan ya, en la práctica, profesionales como Andrew Carvin, *Senior Strategist* de la cadena pública de radio norteamericana NPR, y Paul Lewis (@PaulLewis), en *The Guardian* (Hermida et al., 2013; Vis, 2013).

En concreto, Carvin (@acarvin), “el periodista que cuenta las revoluciones”, ha ganado reconocimiento, en el ámbito profesional, por la forma en la que utiliza Twitter para ofrecer información veraz, de fuentes masivas, en tiempo real. El autor de *Distant Witness*.

Social Media, the Arab Spring and a Journalism Revolution otorga a sus seguidores, cerca de 100.000, un lugar relevante en la cobertura de noticias: “Debemos trabajar más duro para hacerlos partícipes, escucharlos, enseñarles, aprender de ellos. Tenemos que ayudarles a ser mejores productores y consumidores de la información. Si queremos seguir siendo relevantes en este mundo interconectado, esto debe convertirse en una parte fundamental de nuestra misión” (Carvin, 2013).

Destacan las posibilidades en el Periodismo político y social, por los efectos de la conversación ciudadana sobre la agenda, por el alcance de acontecimientos imprevisibles en su génesis o desarrollo, como atentados, catástrofes naturales o grandes concentraciones ciudadanas. El investigador Alfred Hermida (2010, p. 298), en relación a las nuevas plataformas de comunicación, habla de “sistemas de conocimiento” que ofrecen a los periodistas formas más complejas de comprender e informar sobre la comunicación pública.

En general, de acuerdo con una investigación realizada en medios de comunicación iberoamericanos (García de Torres et al., 2011), los usuarios pueden aportar valor añadido a la actividad periodística en diferentes momentos del proceso de producción:

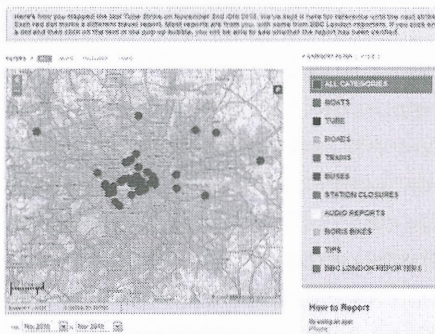
- “Porque muchas veces ellos están ahí primero que nosotros [...]”.
- “Aporta proximidad, al final, muchas veces las noticias que tú no te enteras [...], es decir, una cercanía con la gente del entorno y al final los propios ciudadanos se convierten en periodistas”.
- “Los usuarios aportan más de lo que se esperaba. Por ejemplo, con el terremoto de Japón [...] Nos han grabado vídeos, han funcionado como informadores en directo diciéndonos lo que contaba la televisión japonesa [...]”.
- “La gente nos ayudó a saber dónde estaban las carreteras cortadas”.
- “Los usuarios aportan todo: contenidos, debate, pistas”.

Como sistema de alerta, Twitter es fundamental. Concretamente, en el terremoto de China, en 2008, 60 segundos después del terremoto, ya había mensajes en Twitter sobre lo sucedido y poco antes del seísmo de L’Aquila, en 2009, las principales redes sociales contaban ya con una gran cantidad de testimonios que, desde todas las ciudades italianas afectadas, explicaban lo que estaban viviendo (Maistrello, 2010; Earle, et al., 2010).

Según el experto Nic Newman (2009) la crisis de Irán descubrió a los medios las posibilidades de Twitter para la recolección sobre todo

de fotografías, el seguimiento de noticias a través de los blogs en vivo, la relación con la comunidad de usuarios y la entrada de usuarios a los sitios web informativos. Otros usos son la elaboración de mapas ciudadanos, las primicias y las alertas informativas, así como las coberturas en directo (García de Torres et al., 2011). Precisamente por la creación de un mapa para la cobertura colaborativa de una tormenta, la emisora de radio local WNYC obtiene en diciembre de 2010 un premio de la Online News Association. También la BBC, en ese mismo año, se apoya en un mapa ciudadano para informar sobre la huelga del metro en Londres.

Imagen 1. La BBC utiliza un mapa ciudadano para informar de la huelga en el metro (2010).



Fuente: Gonzalo, 2010.

En el trabajo con fuentes masivas, los profesionales de la información asumen un nuevo rol, el de curador de contenidos. Nace este perfil profesional como alternativa al clásico de selector de contenidos o *gatekeeper*, puesto que no es posible filtrar hoy en día la información, no hay poder de veto. Lo que aporta el profesional es la interpretación, la verificación, el contexto. No nos olvidemos de que estamos ante entornos abiertos, pero opacos y fragmentados.

En su no menos determinante función de *gatewatcher* (vigilante), término acuñado por Bruns (2003), el periodista bucea entre miles de mensajes que se publican en diferentes formatos cada minuto, subraya lo esencial, verifica y busca las claves de la interpretación para añadir valor frente a una audiencia activa, interesada por contenidos concretos. Trabajar con fuentes masivas requiere capacidad conversacional y de análisis así como conocimiento de nuevas técnicas que sin duda, asociamos al método especializado de producción de noticias

(Quesada, 2012); se trata, frente a la inmediatez, de preservar el rigor informativo con la ayuda de la tecnología y crear relatos informativos más completos.

Esta forma de trabajar constituye no sólo una alternativa al Periodismo basado en fuentes oficiales sino que aporta una nueva dimensión a la agenda clásica del periodista. Constituye por otra parte, también, integración normativa del denominado “Periodismo ciudadano”: los ciudadanos, aquí, no son vistos como periodistas sino como fuentes que ayudan al periodista experto en el método a profundizar, verificar y obtener nuevos ángulos para la cobertura de los hechos. El Periodismo de Fuentes Masivas es, en definitiva, un Periodismo innovador, que se suma a una tradición de técnicas, moderna, como el periodismo de datos.

Tabla 1. Herramientas para localizar, gestionar y verificar información de fuentes masivas

Herramienta	Descripción
Twitter	Plataforma de <i>microblogging</i> que crea comunidad en torno a <i>hashtags</i> , permite detectar tendencias, verificar y localizar fuentes.
Facebook	Red social de amplio alcance útil para localizar fuentes, verificar e ilustrar la información.
AudioBoo	Servicio que permite grabar y publicar audio-blogs desde el móvil.
Scribble Live	Servicio para la cobertura de eventos en directo.
You Tube	Plataforma colaborativa de vídeo.
Crowdmap	Servicio que permite crear mapas abiertos en los que los usuarios pueden geolocalizar eventos.
Storify	Servicio de gestión de fuentes masivas, que permite seleccionar varias plataformas y mensajes relacionados con palabras clave para construir relatos informativos, fundamentalmente crónicas o reportajes.

Instagram	Aplicación móvil colaborativa de fotografías, que permite añadir filtros.
Wiki	Plataforma colaborativa que permite crear textos en tiempo real a partir de las aportaciones de los usuarios.
Vine	Aplicación móvil para la grabación y publicación de vídeos breves.
Quora	Servicio que permite plantear cuestiones a grupos de usuarios expertos e interesados en temas concretos.
Tineye	Servicio de verificación de fotografías, que permite localizar imágenes similares en la web.
Google/ Búsqueda por imagen	Servicio de verificación de fotografías, que permite localizar imágenes similares en la web.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe por último distinguir, siguiendo a Muthukumaraswamy (2010), la práctica especializada, cuando el periodista trabaja preferentemente con fuentes expertas, es decir, voces autorizadas por su especialización y accesibles a través de plataformas abiertas.

Tabla 2. Tipología del Periodismo de Fuentes Masivas (*crowdsourcing*)

Audiencia	Cobertura generalista	Cobertura especializada
No expertos	WNYC's crowdsourcing maps	
No expertos y expertos	The News-Press' Cape Coral	Proyecto Katine, <i>The Guardian</i>
Expertos	Talking Points Memo	Beatblogging

Fuente: Muthukumaraswamy (2010).

Los usuarios expertos pueden incorporarse de forma más amplia al relato informativo dinamizando debates en los sitios web informativos, creando contenidos para secciones específicas o bien mediante la publicación de un blog colectivo de expertos en un área, como podrían ser los miembros de una organización o de una red de organismos, o de uno o varios departamentos universitarios. Es el caso del interesante blog “Scientists at work”, en *The New York Times*, en el que se cuenta, desde el terreno y con un punto de vista personal, novedoso, la experiencia de investigadores de diferentes campos de conocimiento. El blog se presenta como “una versión moderna del diario de campo, un lugar para informar sobre el progreso diario de las expediciones científicas, aventuras, desventuras, descubrimientos”³.

3. Evolución, temáticas preferentes y herramientas

Puede decirse que el año 1999 abre la senda de la corriente informativa ciudadana con la creación de sistemas de edición de blogs que facilitan la publicación en Internet, al reducirse la necesidad de conocimiento técnico para comunicar en la Red. El valor del blog y su aportación al nuevo contexto informativo quedan muy bien plasmados en la visibilidad y el reconocimiento que adquiere el bloguero independiente Salam Pax en 2003. El éxito de sus crónicas personales desde el terreno, durante la guerra de Irak, constituyen una señal clara de los cambios a los que se enfrenta el Periodismo y del protagonismo de las voces de los expertos anónimos en el siglo XXI.

A partir del cambio de siglo, se acelera la creación de plataformas sociales. Tras Wikipedia en 2001, nacen Facebook, Flickr, You Tube y Twitter, por citar las más relevantes. Esta expansión tiene su corolario en la aceptación social de las aplicaciones móviles Instagram, la herramienta para publicar fotografías con filtros nacida en 2010, y Vine, fundada en 2012, que permite publicar y compartir vídeos de seis segundos.

El peso de las nuevas plataformas se hace evidente en los atentados en Bombay en 2008, las elecciones en Irán en 2009, la crisis de Honduras y, ya más recientemente, los terremotos de Haití, Chile y el maremoto de Japón, que afecta al funcionamiento de la central nuclear

³ “Scientist at work”. Disponible en la URL <http://scientistatwork.blogs.nytimes.com/>

de Fukushima. Vendrán después la eclosión de la primavera árabe y, a finales de 2012, el huracán Sandy, retransmitido por Instagram.

Tabla 3. Desarrollo de las plataformas sociales y principales hitos informativos

Año	Creación	Medios	Hitos informativos
2001	Wikipedia		
2004	Facebook, Flickr		Tsunami asiático
2005	You Tube		Atentado en Londres
2006	Twitter	“You Witness News” (Reuters y Yahoo)	
2007		“Now Public” (AP) “Yo Periodista” (El País)	Masacre en Virginia Tech
2008		“I Report” (CNN)	Terrorismo en Mumbai
2009		<i>The Guardian</i> inaugura la verificación masiva	Elecciones en Irán Crisis en Honduras
2010	Instagram	“Open Stories” (CNN) “Crowdmap” (BBC)	Terremoto en Haití Terremoto en Chile
2011			Tsunami en Japón
2012		NBC usa Instagram para cubrir las elecciones	Primavera árabe Huracán Sandy

Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación de masas se abren en paralelo a la imparable corriente participativa, sobre todo a partir de 2006, al dar impulso a herramientas de participación como los foros, los comentarios y la votación

en las noticias y el desarrollo de espacios propios para la participación de los usuarios. Con el nacimiento de los denominados canales de Periodismo Ciudadano, como You Witness News (Reuters y Yahoo) en 2006, Now Public (Associated Press) y Yo Periodista (*El País*), en 2007, y I Report (CNN), en 2008, queda legitimada la producción de la audiencia.

No deja de ser significativo que en noviembre de 2008 la BBC abra paso en su sitio web a los mensajes que los usuarios publican en Twitter con motivo de los atentados que tienen lugar en Bombay; como respuesta a algunas críticas, la cadena explica que el objetivo de la cobertura es tomar decisiones rápidas sobre lo que es más relevante, más que dar una visión sopesada de los hechos. También *El País*, en junio de 2009, difunde en la portada de la versión digital mensajes de Twitter para cubrir la crisis de Honduras. Pero mayor alcance tiene todavía el paso que da *The Guardian* en 2009, al poner 458.832 documentos a disposición de sus lectores para que éstos colaboren con los periodistas en una investigación sobre los gastos de los parlamentarios.

Hay otras señales de cambio en los últimos cinco años: *The New York Times* publica un reportaje financiado parcialmente por Spot Us en noviembre de 2009, BBC abre al público su centro de formación e incorpora *Global Voices* en marzo de 2010, un vídeo ciudadano gana el premio George Polk de Periodismo en febrero de 2010, el diario español *20 minutos* se hace social en 2010, CNN crea "Open Stories", *The Huffington Post* y *Washington Post* solicitan ayuda a los lectores para revisar 24.000 correos de Sarah Palin y *The Guardian*, de nuevo, solicita ayuda a sus lectores en 2012, esta vez para identificar fotografías falsas sobre el huracán Sandy a través del hashtag #fakesandy.

Imagen 2. The Guardian pide colaboración a sus lectores para verificar (2012).



Fuente: *The Guardian*

Con la puesta en marcha de la aplicación “Guardian Witness” por el diario británico *The Guardian* en abril de 2013 para canalizar la participación de la audiencia, se da un paso más en la senda abierta por los primeros canales de Periodismo Ciudadano.

Es la comunicación ciudadana una corriente imparable de la que los medios se benefician en forma de noticia no solicitada, contenido solicitado con propósitos informativos, contenido para futuros temas y reportajes y de su función vigilante (Harrison, 2010). A veces, simplemente, la audiencia proporciona otro ángulo para la cobertura frente a los tradicionales valores noticia, como las imágenes alternativas, festivas, que facilitan los ciudadanos bloqueados por el mal tiempo (Beckett, 2010).

Desde 2005 se suceden los hechos críticos, de alcance global, en los que el papel de los usuarios, como testigos, y sus aportaciones en formato textual o en imágenes fijas o material audiovisual se convierten en elementos cruciales de la narración periodística. El atentado a las Torres Gemelas en 2001 ya había puesto de manifiesto la capacidad de los ciudadanos para captar imágenes desde cualquier ángulo imaginable; tras el tsunami asiático que tiene lugar en 2004, una vez en marcha la plataforma colaborativa de vídeo You Tube, entran en la arena global los relatos ciudadanos de la catástrofe.

Pero son el atentado en Londres en 2005 y la masacre de estudiantes en Virginia Tech en 2007 los acontecimientos que descubren lo que los ciudadanos pueden aportar a los medios de comunicación en la era de los medios sociales: la narración colectiva, aunque fragmentada, de los hechos, con gran celeridad. En el primer caso, a través de fotografías y testimonios, fundamentalmente; en el segundo, en Facebook, Wikipedia y en los blogs.

Es innegable el interés periodístico de las fuentes masivas. Como adelanta Bradshaw (2007) tras las experiencias de Virginia Tech (2007) y el paso devastador del huracán Katrina por Nueva Orleans (2005), es oportuno el relato de fuentes masivas en el Periodismo, en acontecimientos en que un número elevado de personas se ven involucradas, aunque los experimentos pioneros con el formato de escritura colaborativa (wiki) llevados a cabo por algunas publicaciones se salde con desigual fortuna y no hayan tenido continuidad. Hay problemas asociados, por ejemplo, a la integración de los estilos periodísticos en los textos colaborativos, puesto que se sobrecarga la labor de edición.

Tabla 4. Hitos de la conversación ciudadana global (2004-2011)

2004	Tsunami en Indonesia
2005	Atentados en el metro de Londres
2007	Masacre en Virginia Tech Protestas en Birmania Incendios en California
2008	Crisis postelectoral en Kenia Ataques terroristas en Mumbai Asesinato de Oscar Grant
2009	Accidente en el río Hudson Abuso policial en la cumbre del G20 Proceso electoral en la India "Marcha verde iraní" Golpe de Estado en Honduras
2010	Terremoto Haití Terremoto Chile
2011	"Revolución de los jazmines" en Túnez

Fuente: Espiritusanto y Gozalo, 2011.

Lo que tienen en común la mayoría de estos hechos de impacto global es la imprevisibilidad, el alcance y las consecuencias directas sobre un número elevado de personas, lo negativo y el conflicto en muchos casos. Convergen en estos hechos varios criterios de noticiabilidad clásicos no vinculados al estatus de los protagonistas (Galtung y Ruge, 1965; Wolf, 2000). Se trata sobre todo de catástrofes, naturales o provocadas, de revueltas sociales, manifestaciones populares o bien noticias en contextos de censura informativa.

3.1. La cobertura de desastres naturales en la era social

Desde que un tsunami golpeó el sureste asiático en diciembre de 2004, es innegable el protagonismo de los medios sociales durante la

cobertura de los desastres naturales, pero sobre todo a partir de enero de 2010, desde las horas y días posteriores al seísmo de Haití, más tarde en Chile, en febrero del 2010, en Japón, en marzo del 2011 o en Estados Unidos en 2012 (Huracán Sandy), entre otros.

El interés por las catástrofes naturales se ha incrementado en los últimos años (García de Torres y Nicasio Varela, 2012), pero por sí solo este factor no explica el extraordinario impacto social y mediático de las catástrofes en la era de los medios sociales, que introducen cambios significativos de impacto social.

En muchos casos, la primicia puede salvar vidas por lo que la inmediatez, que tantas veces juega en contra de la precisión, se convierte en un elemento de gran valor y es aquí donde sobresale principalmente Twitter. Los desastres naturales destacan como categoría de noticias en las que la alerta llega antes a través de medios sociales, sólo por detrás de los deportes, según Petrovic et al. (2013). Por ejemplo, en el terremoto sufrido en Virginia el 23 de agosto de 2011, la información llegó a través de medios convencionales a las 18:24, pero había sido publicada en Twitter casi media hora antes, a las 17:53. En España, la cadena de televisión Antena3 reconocía en una información publicada el 12 de mayo de 2011, tras el terremoto en la ciudad murciana de Lorca, que “cuando los medios de comunicación aún no habían informado la magnitud de los terremotos, los ‘twitteros’ narraban en primera persona la tragedia”⁴.

Pero, además, los ciudadanos aportan en estas plataformas información de primera mano al instante y cubren un amplio espacio geográfico con profundidad de campo. Son contribuciones de un gran interés humano, que dejan testimonio audiovisual o fotográfico de lo sucedido, atractivas por su capacidad para reflejar, desde un punto de vista subjetivo, la violencia de la naturaleza, las emociones y la incertidumbre.

Los vídeos sobre el tsunami que en 2011 afectó el funcionamiento de la central nuclear de Fukushima en Japón fueron vistos durante la semana siguiente a la catástrofe 96 millones de veces; pero, además, el tsunami fue en exclusiva el tema central de los 20 vídeos más vistos en You Tube entre el 11 y el 18 de marzo de 2011 y, a medio plazo, entre enero de 2011 y marzo de 2012 se mantuvo como el tema más popular en el nivel mundial (Rosenstiel y Mitchell, 2012).

4 V. “Las redes sociales arropan a Lorca tras adelantar la noticia del terremoto”, en http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/twitter-adelanta-noticia-terremoto-murcia_2011051102390.html

El impacto de los medios sociales en las catástrofes tiene también un claro componente práctico por su contribución a la difusión de los efectos, la búsqueda de desaparecidos o la coordinación del trabajo de los equipos de rescate y de la ayuda alimentaria y sanitaria (Vieweg, et al., 2010; Muralidhraran, et al., 2011; Tinker y Fouse, 2009; Nagar, et al., 2012; Murthy y Longwell, 2012).

Tras el seísmo de Haití, OpenStreetMap diseña mapas actualizados con el objetivo de ayudar a las organizaciones de ayuda a encontrar vías para llegar a las zonas afectadas con fuentes que ofrecían datos con un alto nivel de detalle. The National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA), Geo-Eye Google, Banco Mundial y Digital Globe, entre otras, complementaron con informaciones aportadas por los usuarios (Nelson, Sigal y Zambrano, 2010). Más tarde, después del seísmo de Chile, Google activa "Crisis Response", un portal de información y ayuda al país latinoamericano y "Map Maker", una aplicación para la construcción de mapas que podía ser utilizada por ONG's y otras organizaciones de ayuda (Gonzalo, 2012). Es conocido, asimismo, el papel de Google Person Finder para localizar personas desaparecidas en situaciones de emergencia. Algunas herramientas pueden facilitar el trabajo de los periodistas para localizar fuentes ocasionales y expertas, como Alertnet o ReliefWeb creadas por Reuters y por la OCHA (United Nation Office for the Coordination of Humanitarian Affairs) y la ONG MapAction, que se dedican a la recopilación y transmisión de información sobre crisis humanitarias (Moeller, 2008).

4. Problemas relacionados con la verificación de la información masiva

Gestionar amplias corrientes de información no es una tarea fácil, especialmente si se tiene como objetivo identificar con rapidez los elementos valiosos y seleccionar las fuentes que aportan sentido a la narración de los hechos: un minuto después del terremoto que hace temblar Haití en 2010 se inicia una cadena de actualizaciones de estado en Facebook que alcanza los 1.800 posts por minuto un día después.

Pero no sólo existe dificultad por el volumen de datos, sino también porque se trata de información en bruto; hay que aplicar, además, técnicas para discriminar la información veraz. Quizá por eso el foco, en la verificación, pasa actualmente de la inteligencia individual, de las instituciones y los individuos como fuentes de conocimiento

especializado y autoridad, a la inteligencia colectiva, donde ese conocimiento y autoridad están distribuidos y entrelazados (Hermida, 2012).

Veamos un ejemplo de cómo opera este conocimiento distribuido y entrelazado. En diciembre de 2012 el vídeo “Eagle picks up a baby” se convierte en viral y recibe 1,4 millones de visitas durante las primeras 24 horas tras ser publicado en You Tube. En el vídeo se muestra, con verosimilitud, cómo un águila en vuelo desciende y atrapa a un bebé, ante la sorpresa y preocupación del autor del vídeo, que corre para salvarlo.

Como apuntan el blog “Gawker” y *Daily News*, los usuarios de Internet proceden a su análisis y descubren, al examinar los fotogramas, que un ala del águila desaparece en algún momento y aparece en cambio una sombra no coherente con la narración en un momento dado; otros apuntan que se trata del único vídeo publicado por el usuario y que ningún medio ha publicado la información o que el centro de formación NAD lleva a cabo todos los años la prueba *hoax the Internet*. Pero, además, un experto ornitólogo explica que no sólo la especie de águila que da título al vídeo (Golden Eagle) no es corriente en el área de Montreal, sino que además, el animal que muestra el vídeo pertenece a otra especie.

Imagen 2. Captura de vídeo “Eagle picks up a baby”.



Fuente: You Tube.

En realidad, es un trabajo de estudiantes creado con imágenes 3D por una escuela de diseño como parte de un seminario. La escuela se identifica como responsable y aclara la naturaleza ficticia del vídeo unos días después.

Otros dos casos, en 2013, ponen de manifiesto, por el contrario, la dificultad de informar en los entornos digitales abiertos y los peligros del “crowdsourcing”.

Durante la cobertura del huracán Sandy circulan por la red numerosas fotografías e información falsa sobre la presencia de tiburones, la

inundación de la bolsa de Nueva York y tormentas imposibles, hasta el punto de que el diario *The Guardian* pide colaboración a los usuarios para identificar las fotografías falsas. Un estudio posterior publicado por este medio informativo pone de manifiesto que al menos dos de las imágenes más vistas del huracán en los medios sociales son falsas y que pueden aplicarse algunos parámetros de verificación para detectarlas. Mayores problemas presenta la publicación de imágenes reales que pertenecen a otro momento en el tiempo, o que forman parte de vídeos antiguos. La información que contienen los “metadatos” del documento, como el momento de la captura o el tipo de dispositivo, pueden ayudar, pero no siempre están disponibles. Herramientas como Tineye y la búsqueda de imágenes de Google ayudan a localizar imágenes similares en la web y proporcionan una ayuda valiosa.

La acuciante necesidad de diferenciar contenidos verdaderos y falsos en contextos de urgencia informativa ha abierto la puerta al diseño de proyectos informáticos que cruzan variables sobre los usuarios y los mensajes a gran escala. Así, un grupo de investigadores del Instituto de Tecnología de la Información de Delhi, de los Laboratorios IBM y de la Universidad de Maryland han creado una herramienta que procesa fotografías publicadas en Twitter, a partir de los siguientes parámetros:

Tabla 5. Variables relativas al usuario empleadas para detectar imágenes falsas en Twitter

Variable
Número de amigos
Número de seguidores
Ratio seguidores-amigos
Número de veces que figura en listas
Tiene una URL
Es un usuario verificado
Antigüedad de la cuenta de Twitter

Fuente: Gupta et al., 2013.

De los mensajes, se tienen en cuenta para la realización del cálculo matemático la estructura gramatical, los sentimientos asociados,

los *hashtags* o el número de *retuits*, entre otros ítems. Los autores concluyen que son precisamente los rasgos asociados al mensaje los que permiten detectar mejor las fotografías falsas. Otros proyectos con similar propósito son Verily, Social Sensor y Tuitincident.

El atentado en Boston, en abril de 2013, es otro banco de pruebas para la participación de los usuarios. La página colaborativa ciudadana Reddit, en la que se publican los nombres de dos estudiantes inocentes como sospechosos de la masacre, recibe numerosas críticas; el autor del blog “Reflections of a Newsaur” no duda en calificar los hechos de “grave desastre”. Sin embargo, el experto Mathew Ingram (2012) destaca tres logros de la actividad de Reddit durante los atentados: la recolección de información verificada, la coordinación de la ayuda y la colaboración en la verificación de hechos.

Kapferer (1989, p. 108) señala que la verificación no es algo natural: “Si es preciso inculcar en los futuros periodistas el reflejo de comprobar la fuente, significa que la función no tiene nada de espontánea”. Una investigación sobre los comentarios de los usuarios a diez vídeos ciudadanos de la denominada “primavera valenciana” parece darle la razón. Los autores descubren una aceptación tácita de que los hechos que se muestran son ciertos, con escasas referencias a la veracidad. Los usuarios en términos generales, salvo en el primer vídeo, no indagan en torno a las condiciones en las que se produce la grabación, ni la autoría (García de Torres, Martínez Martínez y Prósper, 2012).

La verificación es, ciertamente, una piedra de toque del Periodismo profesional en la que se tropieza quizá con demasiada frecuencia. Karen Dunlap (2013), en referencia a los errores cometidos por los medios de comunicación en la cobertura de los atentados de Boston antes mencionados, recuerda que “la precisión es la regla número uno del Periodismo creíble”. Para Kovach y Rosenstiel (2012) es un problema que no exista un protocolo sistematizado de verificación.

En los medios sociales hay que añadir el anonimato de las fuentes, la rapidez con la que fluye la información, el carácter digital de los mensajes y la popularización de las herramientas de edición de imágenes, que facilitan su manipulación. Los profesionales aconsejan el examen en forma y contenido, aprovechando los recursos de Internet y la colaboración de los ciudadanos que pueden, por ejemplo, identificar el uso de un dialecto en un vídeo o detectar acentos incongruentes.

Tabla 6. Pautas para verificar información social

Mark Little (fundador de Storyful)
<p>Historial: comprobar si anteriormente el usuario ha compartido información útil y creíble o si utiliza información de otros como si fuera suya</p> <p>Utilizar Google Street View para verificar las localizaciones en vídeos y fotos</p> <p>Monitorizar el tráfico para ver quién está compartiendo esa información y qué preguntas se hacen al respecto</p> <p>Utilizar la red de usuarios para confirmar la veracidad de la información (human algorithm)</p>
BBC
<p>Meteorología: comprobar el tiempo que hace en el lugar y las sombras para ver si las condiciones coinciden con las de la fecha y hora del vídeo/foto</p> <p>Acentos y lenguaje: comprobar si son consistentes</p> <p>Localización: utilizar mapas de la zona y cotejar las imágenes</p> <p>En el caso de tuits, revisar la biografía del usuario antes de retuitear</p>

Fuente: Elaboración propia.

Hay sin embargo un debate entre los profesionales sobre la pertinencia de publicar información sin verificar para aprovechar los recursos de los entornos abiertos (Thurman y Walters, 2013), una polémica que arranca con la discusión sobre los méritos del pionero Periodismo de código abierto y los experimentos del *Jane's Intelligence Review* en 1999 (García de Torres, 2004).

De acuerdo con los estudios académicos sobre la participación ciudadana en los medios, las expectativas no deberían ser muy altas. Una revisión sistemática de los trabajos publicados sobre este tema en revistas de impacto revela decepción por la motivación económica de los medios informativos para promover la participación y por la pasividad de los usuarios (Border, Van Hoof, Coster y Sanders, 2013).

Por una parte, la relación entre participación e incremento de tráfico e imagen de marca se refleja en las escasas garantías que ofrecen los medios informativos en cuanto a la calidad de los contenidos generados por el usuario en sus sitios web (García de Torres, 2013). Por

otra, la falta de implicación de los usuarios en la conversación ha sido puesta de manifiesto en un estudio de Pew Research Center (2010) y en el ámbito iberoamericano, hace ya algunos años, por Rost, Pagni Reta y Apesteguía (2008). Esta falta de participación tiene importancia si asumimos las tesis de Lih (2004) quien sostiene, en relación a la producción de Wikipedia, que un número alto de ediciones y de editores únicos de los artículos es un buen indicador de alto nivel de calidad de los contenidos.

En los estudios sobre la circulación de la información en catástrofes naturales hay sin embargo pruebas de actividad ciudadana en tareas de verificación. Mendoza et al., 2011, que estudian la credibilidad de los mensajes en Twitter tras el terremoto de Chile, sostienen que pese a que se *tuitean* mensajes falsos que aumentan la sensación de caos y de inseguridad los rumores tienden a ser más cuestionados, por lo que concluyen que la comunidad Twitter funciona como filtro colaborativo. Sutton (2010), que estudia el uso de Twitter tras un desastre tecnológico en Tennessee Valley en 2008, descubre que los usuarios vigilan la información que se publica y que corrigen datos falsos y rumores.

Durante la cobertura de las manifestaciones de Londres en 2011, Mary Hamilton (2011) ofrece unas pautas a los lectores de *The Guardian* que constituyen buenas guías de acción para la comunicación ciudadana: no *tuitear* información salvo que el usuario vea lo que está ocurriendo, tener en cuenta que otros usuarios gastan bromas y que tener miedo no significa que algo vaya a ocurrir, cuestionar directamente los rumores, tratar de obtener verificación (apunta a las fotografías), corregir los errores, ser específicos si se *tuitea* sobre algo que se está viendo y seguir en los medios sociales a personas en las que se confíe. Constituyen buenas guías de acción para la comunicación ciudadana. Meier (2010) añade la validación cruzada, dado que las posibilidades de que varias personas informen sobre un hecho concreto incrementan la credibilidad del mismo.

5. Estudio de caso: historia de un rumor

Analizamos, en esta última parte del texto, brevemente, un caso concreto: la actividad de los ciudadanos en el hashtag #ardevalencia, durante la difusión del rumor que alerta de la cercanía del incendio que asola la provincia de Valencia, en julio de 2012, a la central nuclear

de Cofrentes⁵. Convergen en este rumor altos niveles de ambigüedad e importancia así como otros elementos que contribuyen a que esta noticia improbable sea compartida por miles de usuarios.

Para diseñar el análisis tenemos en cuenta los trabajos de Allport y Postman (1957), Kapferer (1989) y Prasad (Bordia y Di Fonso, 2002) y Kovach y Rosenstiel. Aunque asumimos las críticas de Kapferer (1989) al concepto de rumor de Allport y Postman (1988), hemos tomado como referencia las pautas que proponen estos autores para el análisis de rumores, adaptándolas a las características de esta investigación, como los propios autores aconsejan. Definimos el rumor, siguiendo a Shubutani (Miller (2005, p. 517), como “procesos sociales que unen a las personas para hacer frente a situaciones amenazantes o inciertas”. El corpus analizado consta de 708 *tuits* publicados desde el 1 al 6 de julio de 2012.

El estudio de los documentos adjuntos a los *tuits* aporta interesantes detalles al estudio del caso dado que los enlaces documentales tienen particular interés por su impacto en la credibilidad (Castillo, Mendoza y Poblete, 2010; Hughes y Palen, 2009; Terpstra, et al., 2012). Tenemos en cuenta, para el estudio de estos *tuits*, un total de 167, el contenido y la fecha del *tuit*, la veracidad del mensaje y del documento, la fuente y el tipo de documento que se comparte, la vigencia de la información compartida y los mensajes de verificación.

El rumor que estudiamos es impetuoso y negro y surge por deformación. Tres días antes, el 28 de junio, se ha producido una comunicación oficial del Consejo de Seguridad Nuclear donde se constata la presencia del fuego a última hora de la tarde del ese día a 11 kilómetros de Cofrentes. Tras arrancar un generador, se vuelve a la situación normal, informa el comunicado, que es recogido por varios medios de comunicación. Se crea entonces un vacío informativo, puesto que no hay más mensajes del CSN tras la emisión de este comunicado.

Las insinuaciones relativas a la falta de información sobre el incendio y la inquietud por la posible cercanía a la central de Cofrentes cuajan finalmente en un *tuit*, publicado por una cuenta no oficial del cuerpo de bomberos de la Comunidad de Madrid, que es compartido en el *hashtag* 2.186 veces: “Nos informan de que el fuego en Valencia empieza a rodear la central nuclear de Cofrentes #Ardevalencia”. El rumor se difunde durante la noche del día 1 de julio, en el momento en el que la selección española de fútbol juega la final de la Eurocopa. En

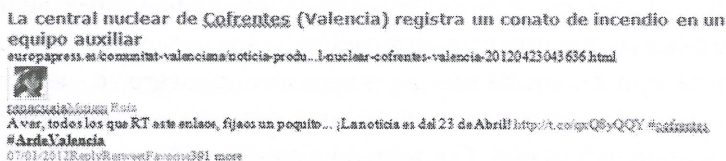
5 El mejor recuento de los hechos relacionados con el rumor, se encuentra en el blog “No sin mi mochila”, del periodista español Iker Armentia.

la etapa de distribución del rumor, se producen efectos de acentuación e intensificación: el fuego se sitúa a once kilómetros, cinco y tres kilómetros de la central, empieza a rodear y rodea finalmente la central.

Entre los 708 *tuits* analizados, sólo hemos identificado dos mensajes verbales de testigos oculares que niegan el rumor. Y, en conjunto, solo 22 mensajes, de un total de 708, expresan dudas sobre la información que circula, o piden información adicional. No observamos comportamientos, si no es de forma aislada, que respondan a las recomendaciones de Hamilton (2011).

En cuanto a los documentos adjuntos, únicamente dos usuarios del conjunto comprueban y alertan en relación con la fecha de algunos de los documentos, desfasados en meses y días, que contribuyen a alimentar el rumor. Circulan, asimismo, falsas imágenes del incendio en la cercanía de Cofrentes. Una de ellas es identificada rápidamente por usuarios de Facebook; la segunda es compartida 719 veces, asociada al mensaje “Las llamas están acercándose a una central nuclear y la gente intentando apagar el fuego con sus manos”, pese a que la imagen ha sido tomada a cien kilómetros de la planta nuclear.

Imagen 4. Verificación por los usuarios.



Fuente: Twitter.

Dos usuarios destacan por su proactividad en la búsqueda de información. La periodista Virginia P. Alonso⁶, subdirectora de *20minutos.es*, opta por dos estrategias simultáneas de verificación, una convencional y otra propia de entornos abiertos (*crowdsourcing*). Por una parte, se pone en contacto telefónico con fuentes de la central nuclear y publica la información a través de la cuenta oficial del diario *20minutos.es* en Twitter. En Internet, empleando estrategias de *crowdsourcing*, utiliza su cuenta particular para solicitar información de fuentes oficiales. Éstas no responden, pero un usuario le facilita un *retuit* de la cuenta oficial de emergencias de la región, que informa de la ausencia de llamas en la cercanía de la central y que *retuitea* la periodista a sus seguidores.

⁶ Entrevista personal, julio de 2012.

El desmentido por parte de la periodista Virginia Alonso rompe el consenso social que se gesta en torno al rumor: “recibí mensajes en un tono indignado por parte de varios usuarios que nos acusaban de desinformar y que seguían empeñados en defender que la central ardería de un momento a otro”.

Otro usuario, Francesc Piera⁷, director de Levante TV, opta por dirigirse al lugar de los hechos de madrugada, ante la persistencia del rumor: “Llegué a las 5 de la madrugada y no había fuego por ningún lado. Hice 2 fotos y las colgué para desmentir el rumor. El rumor era muy peligroso por la gravedad de las posibles consecuencias. Por la mañana, en el informativo dimos las imágenes que había grabado para desmentirlo definitivamente”.

Es cierto que concurren circunstancias extraordinarias que hacen difícil que un ciudadano sin experiencia identifique rápidamente el error: el mensaje inicial es publicado por una cuenta asociada al Cuerpo de Bomberos de la Comunidad de Madrid y es *retuiteado* desde las cuentas de algún partido o movimiento políticos, lo que confiere credibilidad. El momento en el que se difunde hace difícil la contrastación, porque termina el día y la actividad en empresas y organizaciones ha cesado. Asimismo, algunos sitios web publican noticias que confirman el rumor, como *Infobae* y *Ecodiario*, que entran de nuevo en la corriente como evidencia.

Sin embargo, el hecho de que haya escasos testimonios de primera mano y de que los únicos mensajes que se sitúan cerca de la central lo desmintieran es sintomático. Tampoco se contrasta inicialmente la información con las cuentas oficiales locales que, en Twitter, podrían proporcionar información. Por último, la detección de información obsoleta tampoco entraña dificultad extraordinaria y sin embargo apenas se detecta.

Podemos concluir, tras el estudio de este caso, que hay una asignatura pendiente en los entornos abiertos relacionada con la definición del rol de los agentes sociales que intervienen en la construcción de la realidad: los medios de comunicación, las organizaciones públicas y privadas y los propios ciudadanos. Nos encontramos en un estadio inicial del Periodismo que emplea fuentes masivas en el que destacan ya algunos periodistas, pero cabe esperar en los próximos años, como apunta Newman (2011), más integración de los medios sociales en la práctica y mayor innovación. Ahora bien, para que el Periodismo pueda beneficiarse de la información que aportan las fuentes masivas en las

⁷ Entrevista personal, julio de 2012.

plataformas sociales es necesario un cambio de actitud y una mayor implicación por parte de los ciudadanos y un excelente dominio de las técnicas clásicas y modernas para la verificación de contenidos por parte de los periodistas.

6. Referencias

- Allport, G. W. y Postman, L. (1974). *Psicología del rumor*, Buenos Aires: Psique.
- Anthony M. G. y Thomas, R. J. (2010). This is citizen journalism at its finest: YouTube and the public sphere in the Oscar Grant shooting incident. *New media & Society*, 12(8), 1280-1296.
- Beckett, Ch. (2010). Más cerca del ciudadano activo. El rescate del periodismo. *Infoamérica* (2), 45-57.
- Bordia, P. y DiFonzo, N. (2002). When social psychology became less social: Prasad and the history of rumor research. *Asian Journal of Social Psychology*, (5), 49-61.
- Borger, M., Van Hoof, A., Costera Meijer, I. y Sanders, J. (2003). Constructing participatory journalism as a scholarly object. *Digital Journalism*, 1(1), 117-134. doi: 10.1080/21670811.2012.740267.
- Bradshaw, P. (2007). WikiJournalism. Are wikis the new blogs? Comunicación presentada en *Future of Newspapers Conference*. Cardiff.
- Bruns, A. (2003). Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: quarterly journal of media research and resources*, (107), 31-44.
- Carvin, A. (2013). ISOJ: Extractos del discurso de Andy Carvin sobre Redes sociales, periodismo y la urgencia de la educación mediática.
- Castillo, C. et al. (2011). Information Credibility on Twitter. *Proceedings of the 20th international conference on World wide web*, 675-684.
- Dunlap, K. (2013). 4 takeaways from journalists' coverage of the Boston explosions". Poynter Institute. Disponible en <http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/211080/4-lessons-from-last-weeks-media-coverage-of-the-boston-explosions/>
- Earle, P. S. et al. (2010). OMG Earthquake! Can Twitter improve earthquake response? *AGU Fall Meeting Abstracts*.
- Espíritusanto, Ó. y Gonzalo, P. (Coords.) (2011). *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Barcelona: Fundación Telefónica.

- Friedman, S. M. (2011). Three Mile Island, Chernobyl, and Fukushima: An analysis of traditional and new media coverage of nuclear accidents and radiation. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 67(5), 55-65.
- Galtung, Johan y Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, (1), 64-90.
- García de Torres, E. (2004). La especialización en la era de Internet. En J. Fernández del Moral. *Periodismo especializado* (pp. 95-218).
- (2013). Audience Territory. *Journal of Audience and Reception Studies*, 10(1), 410-413.
- García de Torres, E. et al. (2011). El uso de Twitter y Facebook por los medios de comunicación iberoamericanos. *El Profesional de la Información*, 20(6), 611-620.
- García de Torres, E. Martínez Martínez, S. y Prósper, J. (2012). Este vídeo habría que enseñarlo a la televisión. Un estudio de los vídeos más populares de la primavera valenciana publicados en *YouTube*, (elementos narrativos y valoración de los usuarios). Comunicación presentada en *XVIII congreso de la SEP*. Madrid.
- García de Torres, E. y Nicasio Varea, B. (2012). La vigencia de los patrones clásicos de cobertura de las catástrofes naturales en la era de Internet. *Correspondencias y Análisis*, (2), 111-128.
- Gonzalo, P. (2010). La BBC y el “Crowdmap” de Ushahidi: Información dinámica y participación. *Periodismociudadano.com*.
- (2010). Terremoto en Chile: Mapas e información geolocalizada. *Periodismociudadano.com*.
- (2011). El Tsunami de Japón: mapas y redes sociales. *Periodismociudadano.com*.
- Gupta, Aditi. et al. (2013). Faking Sandy: Characterizing and Identifying Fake Images on Twitter during Hurricane Sandy. Comunicación presentada en *International World Wide Web Conference Committee (IW3C2)*.
- Hamilton, M. (2011). UK riots: nine ways to use Twitter responsibly. *The Guardian*. Disponible en <http://www.guardian.co.uk/technology/blog/2011/aug/10/uk-riots-responsible-use-of-twitter>
- Harrison, S. (2010). Traditionalists vs. Convergencers, Convergence. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(1), 125-143.
- Hermida, A. (2010). Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- (2012). Tweets and truth. Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice*, (5-6).

- Hermida, A., Lewis, S. y Zamith, R. (2013). Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin's Sources During the Tunisian and Egyptian Revolutions. Comunicación presentada en ISOJ. Austin. Disponible en <https://online.journalism.utexas.edu/2012/papers/Hermida.pdf>
- Hughes, A. L., Palen, L. (2009). Twitter Adoption and Use in Mass Convergence and Emergency Events. *Proceedings of the 6th International ISCRAM Conference*.
- Kapferer, J. N. (1989). *Rumores: el medio de difusión más antiguo del mundo*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar.
- Lih, A. (2004). Wikipedia as Participatory Journalism: Reliable Sources? Comunicación presentada en el *5th International Symposium on Online Journalism*. Austin.
- Maistrello S. (2010). *Giornalismo e Nuovi Media: L'informazione al Tempo del Citizen Journalism*. Milano: Apogeo.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Meier, Patrick. (2010). Lessons for Journalists in the Crowdsourcing of Crisis Information. En B. Mitchell et al. *IPI Report: Navigating the New Media Landscape, Brave News Worlds*. International Press Institute.
- Mendonza, M. et al. (2010). Twitter Under Crisis: Can we trust what we RT? *Proceedings of the First Workshop on Social Media Analytics* (pp. 71-79). New York.
- Mille, D. E. (2005). Rumor: An Examination of Some Stereotypes", *Symbolic interaction*, 28(4) , 505-519.
- Moeller, S. (2008). Considering the Media's Framing and Agenda Setting Roles in States' Responsiveness to Natural Crises and Disasters. Comunicación presentada en *World Bank/ Harvard Kennedy School workshop on The Role of the News Media in the Governance Agenda: Watchdog, Agenda- Setter and Gatekeeper*, Massachusetts (pp. 1-27).
- Muralidharan, S. et al. (2011). Hope for Haiti: An analysis of Facebook and Twitter usage during the earthquake relief efforts. *Public Relations Review*, (37), 175-177.
- Murthy D. y Longwell, S. A. (2012). Twitter and Disasters: The uses of Twitter during the 2010 Pakistan floods, *Information. Communication & Society*, 1-19.

- Muthukumaraswamy, K. (2010). When the media meet Crowds of Wisdom. How journalists are tapping into audience expertise and manpower for the processes of newsgathering. *Journalism Practice*, 4(1), 48-65.
- Nagar, S. et al. (2012). Characterization of Social Media Response to Natural Disasters. *21 st International Conference companion on World Wide Web* (pp. 671-674). New York.
- Nelson, A., Sigal, I. y Zambrano, D. (2011). Media, Information Systems and Communities: Lessons From Haiti. Communicating with Disaster Affected Communities (CDAC). *Internews*. Knight Foundation.
- Newman, N. (2009). The rise of social media and its impact on mainstream journalism. *Working Paper*. Reuters Institute.
- (2011). *Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Petrovic, S. et al. (2013). Can Twitter replace Newswire for breaking news? En *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*. Disponible en: <http://homepages.inf.ed.ac.uk/miles/papers/short-breaking.pdf>
- Pew Research Institute (2010). *Understanding the Participatory News Consumer. How internet and cell phone users have turned news into a social experience*. Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism. Disponible en http://www.journalism.org/analysis_report/understanding_participatory_news_consumer
- Quesada, M. (2012). *Curso de periodismo especializado*. Madrid: Síntesis.
- Rosenstiel, T. y Mitchell, A. (2012). YouTube & the News: A New Kind of Visual Journalism. PEJ report.
- Rost, A., Pagni Reta, M. E. y Apesteguía, E. (2008). Cómo navegan los usuarios de sitios de noticias. En J. Bergonziet al. *Periodismo Digital en la Argentina*. General Roca: Publifadecs.
- Schmierbach, M. y Oeldorf-Hirsch, A. (2012). A Little Bird Told Me, So I Didn't Believe It: Twitter, Credibility, and Issue Perceptions. *Communication Quarterly*, 60(3), 317-337.
- Singer, J. B. (2006). Contested Autonomy. *Journalism Studies*, 8(2), 127-142.
- Sutton, J. (2010). Twittering Tennessee: Distributed Networks and Collaboration Following a Technological Disaster. *Proceedings of the 7th International ISCRAM Conference*. Seattle.
- Tanaka, Y. et al. (2013). Toward a Social-Technological System that Inactivates False Rumors through the Critical Thinking of Crowds.

Paper presented at *46th Hawaii International Conference on System Sciences*.

Terpstra, T. et al. (2012). Towards a real time Twitter analysis during crises for operational crisis management. *Proceedings of the 9th International ISCRAM Conference*. Vancouver.

Tinker, T. y Fouse, D. (Eds.) (2009). *Social Media and Risk Communication During Times of Crisis: Strategic Challenges and Opportunities*, Boozallen.

Thurman, N. y Walters, A. (2013). Live Blogging- Digital Journalism's Pivotal Platform? A case study of the production, consumption, and form of Live Blogs at Guardian.co.uk. *Digital Journalism*, 1(1), 82-101.

Vieweg, S. (2010). Microblogged Contributions to the Emergency Arena: Discovery, Interpretation and Implications. Savannah: CSCW.

Vujnovic, M., Singer, J. B., Paulussen, S. et al. (2010). Exploring the political-economic factors of participatory journalism. Views of online journalists in 10 countries. *Journalism Practice*, 4(3), 285-296.

Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas, críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós.